



CONSEJERÍA DE EMPLEO, MUJER
E INMIGRACIÓN

Comunidad de Madrid



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO

PANORAMA LABORAL 2010

“INTERNET COMO FUENTE PRINCIPAL DE BÚSQUEDA DE EMPLEO, INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO”

INFORME FINAL

JULIO, 2010

U.P.M.

Equipo Investigador

Ignacio De los Ríos Carmenado

Daniel Hernández Castellano

Pablo Rodríguez Sáez

Esta versión digital de la obra impresa forma parte de la Biblioteca Virtual de la Consejería de Educación y Empleo de la Comunidad de Madrid y las condiciones de su distribución y difusión se encuentran amparadas por el marco legal de la misma.

www.madrid.org/edupubli

edupubli@madrid.org



Biblioteca Virtual

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y EMPLEO
Comunidad de Madrid

Índice

1. Introducción	5
2. Resumen Ejecutivo.....	8
3. Objetivos	9
3.1. Objetivo General	9
3.2. Objetivos Específicos	9
4. Metodología.....	10
5. Cambio en los métodos de búsqueda de empleo asociado al uso de Internet	12
5.1. Índices de penetración y accesibilidad de Internet en la Comunidad de Madrid	13
5.2. Crecimiento y evolución de las principales herramientas online del mercado laboral.....	16
5.3. Tendencias de los métodos online para la búsqueda de empleo.....	27
6. Clasificación de las herramientas online a disposición del candidato y del empleador	29
6.1. Portales de empleo.....	35
6.1.1. Definición y características generales.....	35
6.1.2. Portales de empleo de gestión pública.....	39
6.1.2.1. Servicio Regional de Empleo de la Comunidad de Madrid	40
6.1.2.2. COIE de las Universidades Públicas Madrileñas.....	41
6.1.2.3. Red Trabaja. Servicio Público de Empleo Estatal.....	42
6.1.2.4. EURES. Red Europea de Servicios de Empleo.....	43
6.1.3. Portales de empleo de gestión privada	45
6.1.3.1. Portales de empleo generalistas	49
6.1.3.2. Portales de empleo sectoriales.....	50
6.1.3.3. Portales por experiencia y categoría de perfil profesional.....	53
6.2. Webs corporativas.....	54
6.3. Redes sociales y profesionales.....	55
6.3.1. Definición y características generales de las redes.....	55
6.3.2. Redes sociales	60
6.3.3. Redes profesionales	61
6.3.4. Interacción entre redes sociales y profesionales.....	65
6.4. Herramientas complementarias y otras fuentes de información.....	66
6.5. Ferias de empleo virtual	68
7. Pautas para la elección de las herramientas y los modelos de búsqueda de empleo.....	69

7.1. Pautas para aumentar la visibilidad de la candidatura en función de las preferencias de los empleadores.....	69
7.2. Pautas para la elección de las herramientas online más interesantes en los procesos de búsqueda de empleo.....	70
7.3. Técnicas para realizar una búsqueda activa de empleo eficiente a través de Internet	72
7.4. Pautas para la elaboración de un currículum por competencias profesionales.....	75
8. Conclusiones, discusión y recomendaciones	78
8.1. Conclusiones	78
8.2. Discusión	82
8.3. Recomendaciones	85
9. Bibliografía	91
Anejo I. Metodología.....	93
9.1. Información primaria: proceso participativo.....	93
9.1.1. Encuesta destinada a usuarios de Internet en proceso de búsqueda de empleo	93
9.1.2. Entrevistas abiertas a expertos del mercado laboral online	93
9.1.3. Encuesta destinada a los empleadores.	94
9.1.5. Discusión: Posibilidad de sesgo en los resultados del proceso participativo.....	95
9.2. Fuentes de información secundaria.....	98
Anejo II. Evolución del número de usuarios de portales de empleo durante el año 2009.	99
Anejo III Encuesta a usuarios en proceso de búsqueda de empleo	100
9.2.1.1. Modelo de la encuesta	100
9.2.1.2. Número de usuarios encuestados.....	102
9.2.1.3. Resultados de las encuestas. Detalles estadísticos	102
Anejo IV. Modelo de entrevista abierta realizada a expertos e intermediarios de procesos de búsqueda de empleo online.....	106
9.2.1.4. Modelo de la entrevista	106
9.2.1.5. Número de expertos entrevistados.....	107
Anejo V. Modelo de encuesta realizado a empleadores que han utilizado procesos de búsqueda de candidatos online	108
9.2.1.6. Modelo de la entrevista	108
9.2.1.7. Número de empleadores encuestados	110
9.2.1.8. Resultados de las encuestas. Detalles estadísticos	110
Anejo VI Ficha para cumplimentar el modelo de currículum por competencias.....	113

1. Introducción

Internet ha modificado de forma crucial el mercado laboral durante la última década. El 25% de desempleados en proceso activo de búsqueda de empleo utilizó regularmente Internet durante el mes de agosto del año 2000 (Hadass, 2003). Este porcentaje ha aumentado en la última década de manera continuada y hoy en día, la Red se ha consolidado como la herramienta más utilizada en los procesos de búsqueda de empleo.

Si se atiende a la evolución del sitio Web de búsqueda de empleo más representativo a nivel mundial, se observa una evolución positiva continuada según los datos de Monster.com, el portal de empleo con mayor número de usuarios a nivel mundial. Actualmente cuenta con un incremento superior al millón de usuarios al mes y tiene más de treinta millones de usuarios únicos, con una base de datos curricular de más de veinte millones de candidaturas. Los datos de usuarios únicos (una sola dirección IP) que este portal manejaba a principios de década alcanzaban los 4,4 millones en junio del año 2000 y 6,5 millones en junio del 2001 (Hadass, 2003).

El Informe MediaScope realizado por la European Interactive Advertising Association (EIAA) sobre el consumo de Medios Cibernéticos en Europa, para el cual más de once mil usuarios fueron encuestados sobre el tipo de utilización que realizaban de la Red, muestra que la cantidad de usuarios únicos de Internet creció en un 35% desde el año 2008, obteniendo un total de 20,2 millones de usuarios en España en el año 2009. En abril de 2010 hubo 34 millones de usuarios buscando trabajo en Europa a través de Internet (OJD-Nielsen, 2010). En España, este número fue de 5,0 millones de personas.

La evolución del uso de Internet como canal principal para la búsqueda de empleo está directamente relacionada con la penetración de esta herramienta entre los agentes de nuestra sociedad. La sociedad laboral está condicionada por un aumento de la multi-direccionalidad de los flujos de información accesibles tanto para el candidato como para el empleador. Actualmente resulta más sencillo contactar con el departamento de recursos humanos de una gran empresa, ofrecer empleo a un gran número de candidatos, almacenar la curricula de posibles futuros empleados en grandes bases de datos y contactar a través de una Red profesional con la corporación en la que se desea trabajar en un futuro.

Uno de los factores más importantes es que el candidato únicamente cumplimentará la solicitud si está convencido de que el valor esperado que tiene un empleo supera al coste del proceso de presentación de la candidatura (Bretz, 1994). Con la introducción de los procesos de búsqueda

online, el factor de coste más importante es la inversión de tiempo, ya que todos los demás gastos (papel, tiempo de respuesta, impresión de la currícula, etc.) han sido eliminados o reducidos.

Mientras en el pasado era necesario enviar el currículum, normalmente por servicio postal o en persona, actualmente todo ese tipo de costes ha desaparecido, convirtiendo el proceso de envío de solicitudes en un mecanismo mucho más veloz, efectivo y prácticamente gratuito para un usuario. La manera en que la Red permite a los individuos buscar información laboral de forma más o menos extensiva depende de los costes relativos al proceso de búsqueda (Stevenson, 2003).

La reducción del costo de búsqueda es significativa para todos los trabajadores, pero lo es más para los ocupados: sólo con una inscripción en algunas páginas de Internet acceden a información sobre puestos vacantes. Es decir, el trabajador no tiene que asumir elevados costes e incluso una proporción significativa de los trabajadores utiliza la conexión a Internet disponible en su puesto de trabajo para aumentar su presencia en el mercado laboral online. Los datos hablan de un 52% de usuarios de portales de empleo conectados desde su lugar de trabajo (OJD-Nielsen, 2010).

La saturación se ha convertido en uno de los lastres en la Red. Algunos de los especialistas en recursos humanos consultados para la elaboración del informe han definido la ingente cantidad de solicitudes recibidas por cada oferta publicada como “vorágine”. Este hecho genera un mayor coste de los procesos de preselección, hay que escoger entre un número generalmente demasiado elevado de candidaturas. Los costes en tiempo aumentan, lo que significa que para maximizar el esfuerzo asociado al proceso de preselección, los periodos de tiempo dedicados a la revisión de la currícula recibida disminuye.

Este último punto representa uno de los inconvenientes más significativos para los candidatos. La elevada accesibilidad de las herramientas online y su reducido o inexistente coste permiten unos niveles de uso muy elevados, prácticamente cualquier candidato es capaz de interactuar a través de la Red. La capacidad de un candidato para modificar y adaptar su candidatura a cada oferta de empleo de manera que maximice las posibilidades de alcanzar el éxito es un aspecto a tener en cuenta si se desea tener éxito en los procesos online. Es necesario adaptar el currículum teniendo muy en cuenta a qué ambiente se va a enfrentar, qué es lo que interesa al empleador y resaltar aquellos parámetros que puedan conseguir el objetivo principal: conseguir una entrevista de trabajo.

En lo relativo a la solución de este inconveniente, se están desarrollando nuevas herramientas como las redes profesionales, las ferias de empleo virtual, e incluso utilizando algunas preexistentes como las redes sociales con el fin de mejorar las relaciones de “matching” entre candidato y ofertante de empleo. Estas nuevas herramientas permiten al candidato mejorar su visibilidad profesional online e

incluso crear su propia marca profesional online ("personal brand") a través de su perfil laboral virtual, creación de blogs, entradas en noticias laborales, comentarios en otros blogs, etc.

Por tanto, actualmente, los métodos de búsqueda de empleo en Internet tienden hacia una nueva evolución. Sin duda, el punto que más importancia cobrará en la evolución del mercado laboral con base en la Red será la mejora de los procesos de "matching" o emparejamiento a través de estas nuevas herramientas de comunicación inmediata y bidireccional entre empleador y candidato, lo que algunos expertos denominan "Web 2.0". Este término se refiere al paso desde una interacción unidireccional donde el usuario mayoritariamente lee los contenidos hacia un segundo nivel, en el que el usuario escribe y aporta contenido en los sitios Web que visita.

A la hora de cubrir un puesto de trabajo hay dos skills o aspectos de importancia. Por un lado los hardskills, basados en las competencias técnicas, y por otro los softskills, basados en las competencias personales como capacidad de liderazgo, capacidad para trabajar en equipo, empatía, etc. Por tanto, la "Red 2.0" va a permitir observar y evaluar mejor las competencias del candidato, su comportamiento online reflejará su comportamiento en la realidad. Van a incidir más directamente sobre el conocimiento de las competencias personales, ya que se puede intuir el comportamiento personal de un usuario visualizando los sitios Webs en los que participa y la manera en que lo hace. Por ejemplo, un usuario que tenga un hobby en la vida real terminará utilizando un foro o alguna herramienta online para interactuar con otros usuarios con los mismos intereses desde la cual se podrán evaluar sus competencias personales. Al trasladar la vida real al mundo virtual se podrán evaluar todas estas competencias desde un ordenador con conexión a la Red. Cada vez existe un mayor alineamiento entre la vida real e Internet.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

El objetivo general del estudio es **analizar las fuentes de información laboral y herramientas disponibles en Internet para la búsqueda activa de empleo.**

3.2. Objetivos Específicos

Este objetivo general se descompone en los siguientes objetivos específicos:

OBJ E.1 Estudiar **el cambio en las tendencias** en los métodos y modelos de búsqueda de empleo asociados a la introducción de Internet en los procesos de búsqueda de empleo.

OBJ E.2 Diferenciar, clasificar y valorar **herramientas existentes en Internet** en función del uso y satisfacción, tanto de usuarios como de empleadores.

OBJ E.3 Definición de **pautas generales para la optimización del proceso de presentación de solicitudes de empleo online** y de los mejores **itinerarios para la búsqueda activa de empleo a través de la Red.**

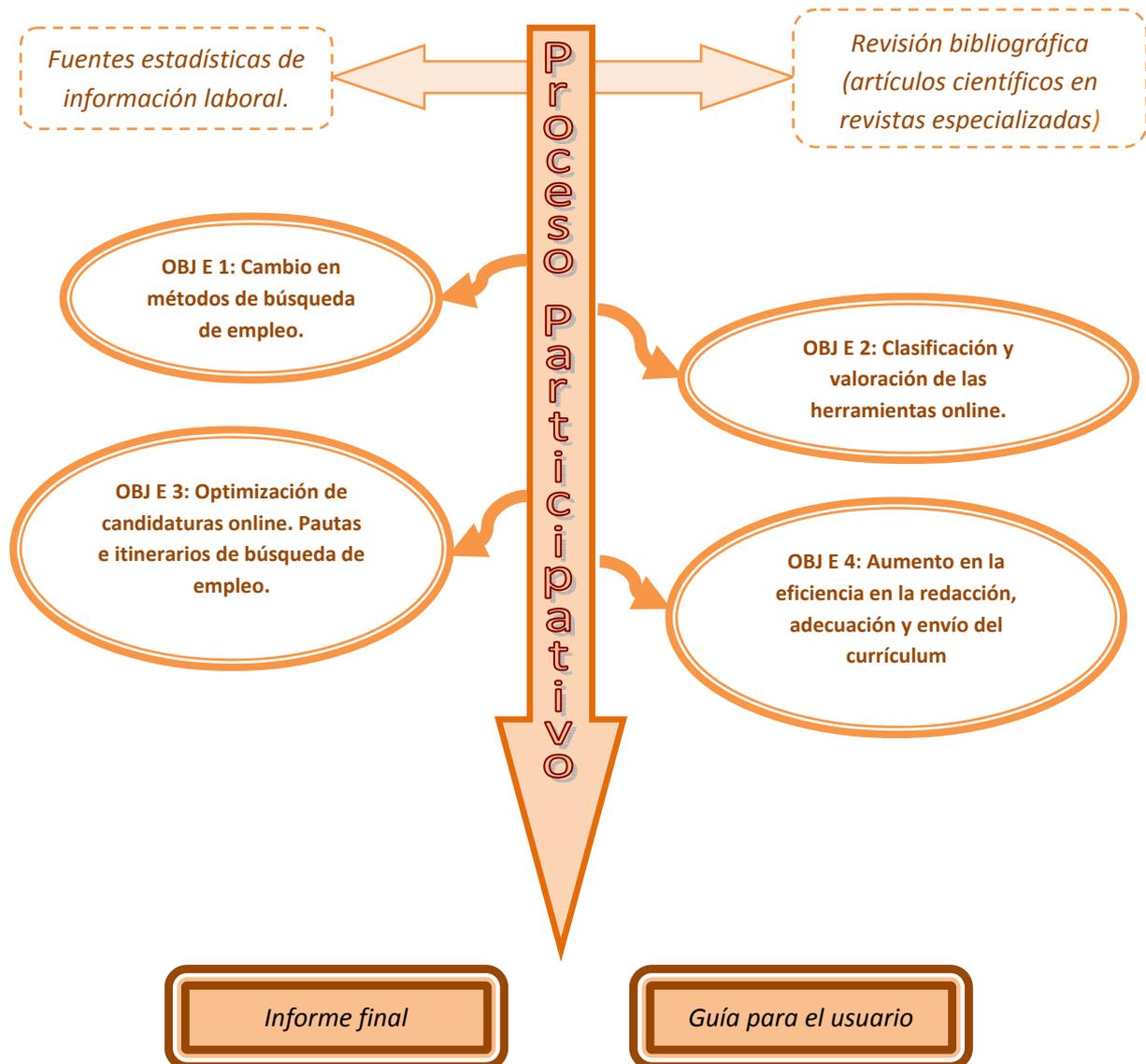
OBJ E.4 Proporcionar al usuario **consejos y estrategias para conseguir un aumento en la eficiencia en la redacción, adecuación y envío del currículum.**

OBJ E.5 Elaboración de una **guía para la búsqueda de empleo a través de Internet.**

4. Metodología

Para dar respuesta a los anteriores objetivos la metodología desarrollada responde al siguiente esquema que integra información primaria de un proceso participativo, con información secundaria de otras fuentes científicas y estadísticas de información laboral.

Ilustración 1: Esquema metodológico



Fuente: Elaboración propia

Las fuentes de información utilizadas para la elaboración del informe son:

- **Información primaria: opiniones e información extraída del proceso participativo.** Se han tenido en cuenta las opiniones de las tres tipologías de actores (ver Anejo I. Metodología):
 - **706 Usuarios** de la Red en proceso de búsqueda de empleo.
 - **28 Expertos:** intermediarios y gestores de sitios Web de información laboral. Especialistas en procesos de selección online, asesores y orientadores laborales, etc.
 - **289 Empleadores** que utilizan la Red como fuente de reclutamiento.
- **Información secundaria:**
 - **Bases de datos** relacionadas con la inclusión de Internet en los hogares, las cuotas de uso de Internet y la audiencia de las diferentes herramientas online del mercado laboral.
 - **Artículos científicos** relacionados con el uso de Internet como herramienta facilitadora de los procesos de intermediación laboral.
 - **Artículos de prensa** recopilados sobre el mercado laboral online.

Después de extraer la información relevante de las fuentes de información identificadas anteriormente se han clasificado las herramientas disponibles en función de:

- **Acceso directo a la oferta de empleo:** las herramientas han sido diferenciadas en función del servicio que aportan al candidato. Por un lado se han clasificado portales de empleo que tienen como función principal el acceso a la oferta de empleo. Por otro lado, se definen y enumeran las redes sociales y profesionales, que aportan aumentos significativos de los niveles de interacción. Por último, una serie de herramientas complementarias tipo cuyo objetivo principal es mantener al usuario informado sobre cambios, consejos y novedades del mercado laboral.
- **Tipología de las herramientas:** determina si está destinada a proporcionar acceso al mayor número de ofertas de empleo posibles, cosa que ocurre en portales de empleo, o si su objetivo es facilitar la interacción a nivel profesional.
 - **Tipología vertical:** portales de empleo.
 - **Tipología horizontal:** foros de empleo, ferias virtuales, redes sociales y profesionales.
- **Carácter:** Dependiendo de su carácter público o privado los objetivos de gestión y utilización varían además de los costes asociados a su uso y los contenidos. Esta clasificación resulta útil para comprobar el volumen de oferta de empleo a nivel público y privado, las maneras de gestionar la información y la situación actual de cada uno de los portales de empleo.

- **Especificidad:** Se han dividido los portales de empleo de gestión privada en función del perfil del usuario al que van dirigidos. Por tanto, se han clasificado en portales de empleo generalistas, sectoriales y en función del nivel del perfil profesional.

Por tanto, se han dividido las herramientas de la siguiente manera:

- Portales de empleo
 - Portales públicos de empleo
 - Portales privados de empleo
 - Generalistas
 - Sectoriales
 - En función del nivel profesional del usuario
 - Páginas Web corporativas
- Redes sociales y profesionales
 - Redes sociales
 - Redes profesionales
- Otras herramientas para la búsqueda de empleo online
 - Blogs y publicaciones especializadas
 - Foros de empleo
 - Ferias virtuales de empleo

Con esta clasificación se pretende ofrecer una visión aproximada de la actual situación del mercado laboral en Internet que permita asumir claramente las diferencias existentes entre los sitios Web de información laboral disponibles.

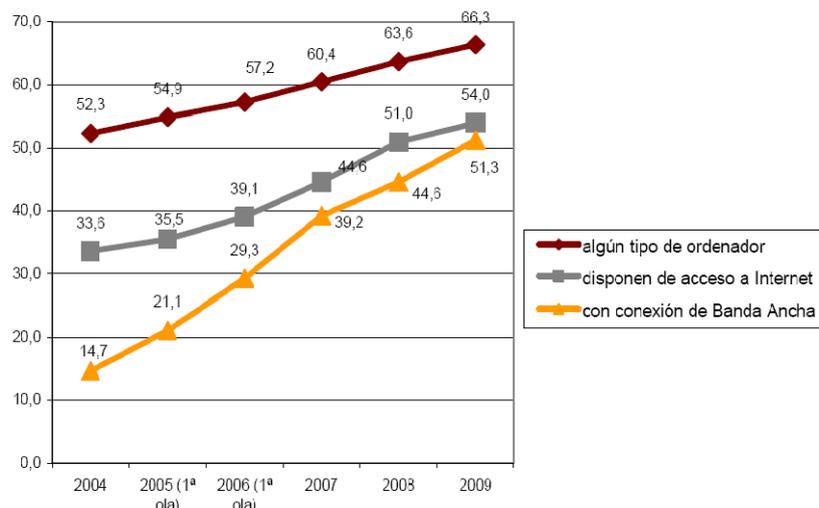
5. Cambio en los métodos de búsqueda de empleo asociado al uso de Internet

El mercado laboral en España y por extensión en la Comunidad de Madrid, está sujeto a cambios de manera rápida y continuada. Es importante reseñar que las condiciones establecidas como premisas en este estudio pueden sufrir variaciones en un corto periodo de tiempo. El estudio trata de reflejar de la manera más concreta posible las condiciones del mercado laboral asociado a Internet, pese a que existe una lacra de información estadística de carácter público asociado a la evolución de indicadores asociados a los procesos de búsqueda de empleo online (Nakamura, 2000).

5.1. Índices de penetración y accesibilidad de Internet en la Comunidad de Madrid

La Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H) de 2009, revela un crecimiento continuo de la presencia de Internet en los hogares españoles, más del 66% cuentan con algún tipo de ordenador y **un 54% que cuentan con conexión a Internet en el hogar en 2009**, de los cuales más de un 51% cuenta con conexión de banda ancha, el tipo de acceso más usual en la actualidad.

Gráfico 1 Evolución del equipamiento TIC en las viviendas españolas



Fuente: Encuesta sobre el uso y equipamiento de tecnologías de la información y comunicación en los hogares. Instituto Nacional de Estadística. 2009.

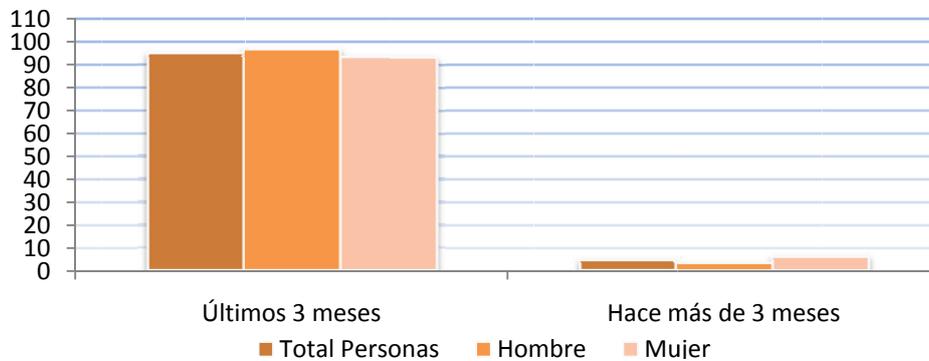
La conexión de banda ancha alcanza ya los 18,1 millones de usuarios, lo que supone un porcentaje del 90% del total de usuarios frente al 85% de media en Europa. El número de personas que acceden a Internet en España creció entre los años 2008 y 2009 en un 6%, y **se acerca a los 21 millones de personas** (I.N.E., 2009).

El 66,3% de los hogares con al menos un miembro de 16 a 74 años dispone de ordenador (ver Gráfico 1). Este porcentaje supera en 2,7 puntos al del año pasado. En **la Comunidad de Madrid, segunda en el ranking nacional de acceso a equipos informáticos, este porcentaje alcanza un 72,8.**

El 54% de los hogares españoles tiene acceso a la Red, frente al 51,0% del año anterior. En España existen 8,3 millones de viviendas familiares con acceso a Internet, lo que supone un aumento de más de medio millón de hogares respecto al año 2008. La Comunidad de Madrid es la que cuenta con un mayor porcentaje de viviendas con acceso a Internet, un 64,3%. Los motivos por los que los hogares

no disponen de acceso a Internet de banda ancha son fundamentalmente que consideran que no lo necesitan (el 39,8% aduce esta razón) y que la conexión resulta demasiado cara (31,0%).

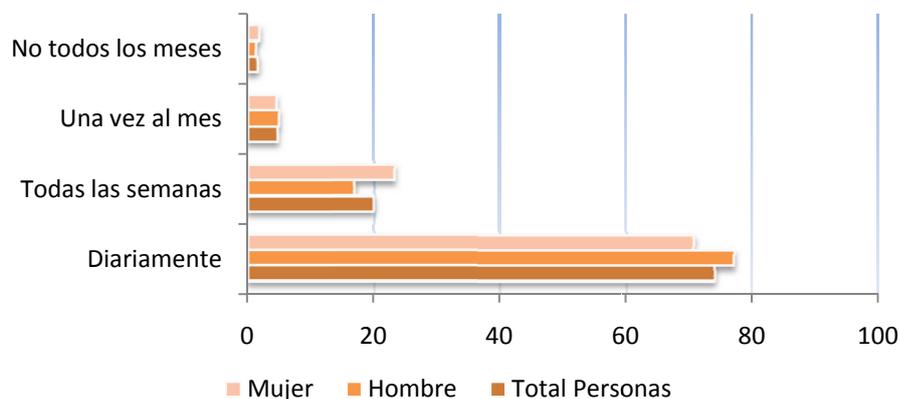
Gráfico 2 Personas que han utilizado Internet en los últimos tres meses en la Comunidad de Madrid



Fuente: TIC-H. Instituto Nacional de Estadística. Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid.

Si se tiene en consideración que prácticamente el 72% de los hogares madrileños cuentan con equipamiento informático, la accesibilidad general de Internet en la Comunidad de Madrid alcanza hasta un 90% de la población total (ver Gráfico 2). Según esta misma fuente, un 76% de los usuarios de Internet lo hacen a diario, mientras que un 17% lo hacen semanalmente (ver Gráfico 3).

Gráfico 3: Personas que han utilizado Internet en los últimos tres meses según su frecuencia de uso:



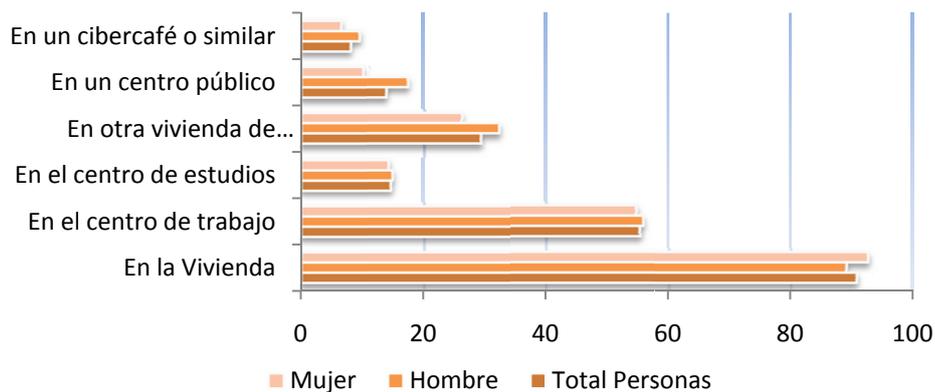
Fuente: TIC-H. Instituto Nacional de Estadística. Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid

Según el informe “Media Consumption in Europe 2010”, realizado por MediaScope, el número de horas de uso de Internet ha aumentado durante los últimos años en España, pasando de 10,1 horas semanales en 2004 a 13,6 en 2009. Este dato es algo superior a la media europea, situada en 12,1 horas semanales.

En este mismo informe se analiza la tendencia creciente en el número de días por semana de uso de Internet. Mientras en 2004, la media española estaba en torno a los 5,2 días por semana, actualmente dicha media ha subido hasta los 5,7 días por semana, siempre en tendencia creciente.

En cuanto al porcentaje de usuarios que utilizan la Red a diario, los datos reflejan una media de un 57% de usuarios diarios, siendo **los grupos de edad con mayor auge en el uso diario de Internet los comprendidos entre los 16 y los 24 años y los mayores de 55.**

Gráfico 4: Personas que han utilizado Internet en los últimos tres meses según el lugar de uso (2009):



Fuente: TIC-H. Instituto Nacional de Estadística. Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid.

Referente al lugar de utilización de Internet, la conexión en la vivienda es la más extendida. Casi un 90% de las personas encuestadas accede a la Red desde su hogar. Más del 50% de usuarios de Internet acceden desde su lugar de trabajo.

Ante la pregunta de cuáles son los tipos de sitios Web que son visitados al menos una vez al mes, los más contestados son noticias, en el 59% de los casos, finanzas y banca, en el 49% y viajes e información local en el 45%. Las respuestas correspondientes **a las Web de empleo se encuentran en el puesto duodécimo del ranking, con un 25% de usuarios (European Interactive Advertising Association, 2010)**. En este mismo informe, ante la pregunta de cuáles son las actividades que Internet le ha facilitado como usuario, las respuestas son: **el contacto con conocidos y amigos (72%) y la posibilidad de escoger mejores productos y servicios (46%).**

5.2. Crecimiento y evolución de las principales herramientas online del mercado laboral.

El boom del “e-recruiting”

Los procesos de preselección de candidatos han sufrido importantes cambios en los últimos años debido a la penetración de Internet en la vida diaria de los agentes del mercado laboral. Las tecnologías utilizadas en el proceso de búsqueda de empleo comenzaron a sufrir un drástico cambio a comienzos de los años noventa, con la introducción y rápida expansión de Internet (Kuhn, 2004).

De la misma manera que el “boom del comercio electrónico” supuso un gran shock en el mercado global de productos, **la búsqueda de empleo a través de Internet supone un cambio profundo en las estructuras del mercado laboral a nivel mundial (Kuhn & Skuterud, 2000)**. El incremento del comercio electrónico (e-commerce) representó un avance en la manera de hacer negocios para muchas empresas y un paso adelante en la globalización de los mercados de productos. Una de sus principales ventajas es que permite la venta directa al cliente a través de la Red, bien a otras empresas (B2B, business to business) o a consumidores (B2C, business to consumer). Durante los últimos años se ha venido produciendo un fenómeno similar al del comercio electrónico, pero aplicado al mercado laboral, denominado “e-recruiting” (Krueger, 2000).

Esta herramienta informática global supone un mecanismo de bajo coste que permite un intercambio de cantidades muy importantes de información. La adopción de esta tecnología altera potencialmente las actividades anteriormente acotadas por el coste de la transmisión de la información (Stevenson, 2003).

Uno de los más claros ejemplos de la influencia de Internet se produce en el proceso de búsqueda de empleo, especialmente durante la preselección. **Las investigaciones recientes muestran que los métodos online benefician en muchos aspectos tanto a empleadores como a demandantes**, en comparación con los métodos tradicionales como el contacto directo, las agencias de empleo, los anuncios en prensa, etc.

El cambio más importante asociado a Internet está relacionado con su introducción en todos los estratos de la sociedad actual. Los índices de penetración no han dejado de aumentar desde la década de los noventa, siguiendo la misma tendencia durante los últimos años, y consiguiendo que prácticamente la totalidad de la población de los países europeos pueda acceder a ellos de manera rápida, sencilla y económica. **Los datos sobre la penetración de la Red proporcionan indirectamente**

una base sólida para interpretar correctamente el incremento de su uso cotidiano, entre otras cosas en los procesos de búsqueda activa de empleo.

Aunque la importancia del uso y adopción de Internet como un método innovador para aumentar la empleabilidad ha sido remarcada por importantes economistas y profesionales del mundo laboral, existen pocos estudios empíricos sobre impacto en el mercado laboral y comercial, especialmente de carácter público. La investigación fue iniciada en Estados Unidos antes del año 2000 por Kuhn y Skuterud. Estas primeras investigaciones se basaron en la obtención de indicadores como la probabilidad de éxito, el perfil de usuario medio o la influencia del uso de la Red en los periodos de desempleo.

Una de las conclusiones alcanzadas en este inicio de las investigaciones científicas fue que el uso de Internet no resultaba completamente efectivo como factor determinante en la reducción de los periodos de desempleo. Esta cuestión ha sido planteada ante los expertos consultados durante el proceso participativo con el objetivo de analizar las opiniones de los especialistas consultados sobre los puntos de discusión de los artículos.

Por tanto, es necesario delimitar correctamente los límites de la influencia de Internet en el mercado laboral. **Internet no es un ente generador de empleo. Únicamente se puede definir esta herramienta como un canal que facilita la comunicación en términos de accesibilidad, rapidez y de una manera global, pero no actúa de manera directa sobre los principales indicadores del mercado de trabajo.**

Internet ha aumentado las ofertas disponibles para profesionales de sectores específicos que durante los últimos años habían sufrido escasez de demanda, como las Ciencias Sociales, Periodismo, Bellas Artes o las Filologías. Este tipo de profesionales es requerido con frecuencia para el desarrollo de contenidos en todo tipo de portales. Por otro lado, se han generado nuevas profesiones antes inexistentes en su versión virtual como las relacionadas con la publicidad y el marketing online, los servicios de venta y atención al cliente en la Red, el desarrollo y mantenimiento de sistemas informáticos, o los cada vez más necesarios departamentos de asesoría legal creados en muchas empresas para la regulación de las operaciones realizadas vía Internet. Sin embargo, el volumen de empleo total generado como consecuencia de la "democratización" del uso de Internet supone, en términos globales, un porcentaje muy reducido.

En las dos últimas décadas se han venido realizando diversos estudios relacionados con los hábitos de búsqueda de empleo por parte de los desempleados. Tras el análisis de los datos estadísticos se observa una falta de investigaciones orientadas hacia las diferencias individuales en la búsqueda de

información en Internet y las pautas de comportamiento de los demandantes de empleo online en función de sus características personales (Bretz, 1994).

Otros estudios sobre este mismo tema se han centrado en la relación que se establece vía Internet entre los demandantes y los empleadores. Se analizan los procesos de “matching” entre candidato y empleador (Paik, 2009). Se debe tener en cuenta que los demandantes tienen la oportunidad de no mostrar la información que consideren privada, por ejemplo, de algunas sus debilidades profesionales, y que las tecnologías de evaluación de candidatos de los empleadores son en muchos casos imperfectas. Este punto de estudio es el que actualmente está en pleno cambio con la introducción de nuevas tecnologías y herramientas de carácter horizontal, que permiten la interacción entre usuarios en el mismo estado del proceso. Los empleadores que utilicen redes de tipo social o profesional cuentan con la posibilidad de acceder a una gran cantidad de información sobre el candidato, por lo que la presencia de éste en cualquier sitio Web debe ser correctamente controlada y gestionada.

Internet como herramienta libre de límites geográficos.

Es razonable asumir que en los años anteriores a la aparición de Internet, los costes del proceso de búsqueda de empleo estaban relacionados de manera directa con la distancia a la cual se encontraba la información (Lievens, 2003). La mayoría de los métodos convencionales difundían las ofertas de empleo a nivel local y regional. Actualmente, el coste de la búsqueda de empleo es independiente de la distancia a la que se encuentran el ofertante y el demandante (Gutmatcher, 2000).

Por tanto, una posible conclusión de estas investigaciones es que Internet facilita la movilidad profesional. Se produce un aumento de las migraciones de los mercados locales, lo que no siempre resulta un factor positivo, especialmente en las comunidades con desequilibrios en las tasas de desempleo. Como ejemplo interesante, cabe destacar que en un estudio realizado en Estados Unidos entre los años 1999 y 2002, se llegó a la conclusión que en los estados con mayores índices de penetración de Internet se experimentaron incrementos en las tasas de migración a otros estados (Lippman, 2000).

Este estudio obtiene como resultado el hecho de que la Red puede haber producido un aumento en la concienciación de que existen ofertas de empleo muy interesantes lejos del lugar de residencia. Además la gente busca mayor cantidad de nuevos empleos en las comunidades en las que los índices de penetración de esta herramienta son mayores (Stevenson, 2003). En escenarios como el del mercado laboral actual en nuestro país, este factor experimenta un aumento de importancia muy

considerable, ya que existen mercados laborales de países vecinos con tasas de desempleo sensiblemente inferiores a los que un usuario puede tener acceso a través de Internet.

Anteriormente, los desempleados contaban con ciertos límites geográficos a la hora de encontrar un nuevo trabajo, pero actualmente esos límites han desaparecido. Hoy en día es posible para un usuario de Internet con conocimientos básicos de idiomas y de informática encontrar un trabajo tanto en su propia ciudad como en su país, continente e incluso a nivel mundial.

Este hecho tiene un doble componente. Por un lado resulta muy positivo en términos generales, ya que abre el abanico de demandantes hasta unos niveles nunca alcanzados anteriormente. Sin embargo, existe un pequeño componente negativo: una mayor proporción de demandantes no cualificados para esa determinada oferta pueden presentar sus solicitudes, por lo que el proceso queda algo desestabilizado, originando una masificación y saturación en los procesos de preselección.

Probabilidad de éxito por solicitud en los procesos online.

En un estudio realizado en trabajadores jóvenes en Corea del Sur la "probabilidad de éxito por solicitud de empleo" resultó menor en las solicitudes tramitadas a través de la Red (Paik, 2009), aunque durante el proceso participativo no se ha generado esta impresión negativa. La idea general aportada por los especialistas consultados radica en la mayor influencia de otros factores sobre este indicador, como serían la manera de gestionar la candidatura por parte del solicitante y la coyuntura económica contextual.

Las empresas y en general los empleadores adoptan el proceso de búsqueda de candidatos a través de la Red ya que aunque pueden encontrarse con muchas solicitudes no válidas para cubrir una vacante, aumentando con ello la complejidad del proceso de preselección, el ahorro de costes y el aumento de la difusión alcanzada por una oferta hacen que el método online sea sin duda el más rentable para encontrar nuevos trabajadores.

Pese a este incremento de información disponible, normalmente nadie firma su contrato de trabajo sin una entrevista presencial previa. La relación establecida entre el empleador y el solicitante ha sido objeto de estudio, y las conclusiones establecen que no difiere de la calidad establecida a través de los métodos convencionales (Hadass Y. , 2003).

Aspectos contradictorios de la búsqueda de empleo online.

Aunque Internet haya supuesto un incremento en las actividades relacionadas con la búsqueda de empleo y por tanto una herramienta capaz de agilizar ciertos procesos importantes del mercado de

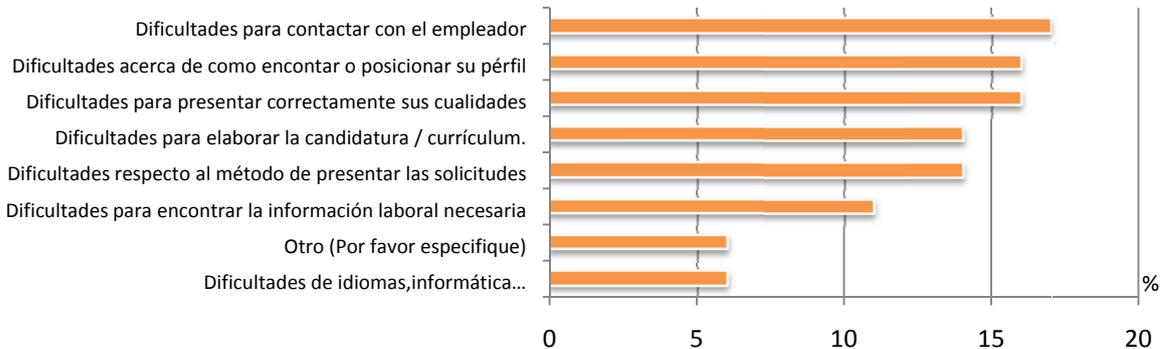
trabajo, existen algunos aspectos algo contradictorios relacionados con su uso. Por ejemplo, una reducción brusca de los costes de los procesos de búsqueda puede acarrear efectos ambiguos para el desempleo, debido a que **puede producir un incremento en los gastos que los empleadores deben asumir durante el proceso de preselección**, al tener que clasificar, caracterizar y seleccionar personal entre un número exagerado de solicitudes (Krueger, 2000).

Otro efecto que se podría considerar contradictorio, es el hecho de que Internet haya facilitado a los empleadores la identificación de personal que puedan valer como candidatos potenciales para cubrir una vacante propia. La “caza de talentos online” se simplifica drásticamente, especialmente mediante las herramientas bidireccionales y horizontales, y esto provoca que trabajadores en activo reciban nuevas ofertas de empleo. Si los empleadores optaran por realizar ofertas a empleados en activo de otras empresas, se podría provocar un aumento de los periodos de desempleo (Kuhn & Skuterud, 2000).

El uso de Internet como herramienta para la búsqueda de empleo tiene otro inconveniente. La facilidad que proporciona este método de búsqueda supone que un empleado puede realizar una búsqueda de empleo online desde su propio trabajo. Según las conclusiones de diferentes artículos realizados por universidades americanas, los nuevos empleados que en alguna ocasión han buscado trabajo a través de la Red, son más tendentes a buscar un nuevo empleo, casi siempre desde su puesto de trabajo. Sin embargo, su probabilidad de dejar el trabajo no supera la de los trabajadores contratados mediante otros métodos (Autor, 2001).

En cuanto a las dificultades apreciadas durante el proceso participativo, un 48% han admitido encontrar alguna. Este dato refleja la complejidad de algunas herramientas. Pese a que aparentemente las herramientas identificadas no aparentan sufrir grandes dificultades de manejo, los usuarios han definido ciertos campos en los que aparecen problemas.

Gráfico 5: Dificultades asociadas al uso de Internet en los procesos de búsqueda de empleo.



Fuente: Elaboración propia; Datos: Proceso participativo propio.

Según los resultados del proceso participativo, los usuarios de la Red perciben dificultades a la hora de presentar sus candidaturas.

En primer lugar aparecen las **dificultades para contactar con el empleador**. La falta de respuestas por parte de los empleadores es elemento clave a la hora de valorar este aspecto. Sin embargo, los empleadores suelen contar con direcciones de correo electrónico de contacto a las que un usuario puede dirigirse para solucionar sus dudas. Por otra parte el aumento en las publicaciones de ofertas anónimas representa un factor determinante y creciente que aparece como reacción a la saturación de las ofertas publicadas. En estos casos el contacto con el empleador se convierte en imposible, ya que no aparece información de ningún tipo.

Las dificultades para posicionar el perfil profesional aparecen como el segundo punto más preocupante para los usuarios consultados. La enorme cantidad de herramientas, portales de información laboral y publicaciones especializadas hace que Internet genere una sensación de "océano de información". Es importante aprender a diferenciar las herramientas disponibles, saber qué páginas Web son las más importantes para el perfil profesional del usuario y realizar un seguimiento intensivo de las herramientas más interesantes. Para ello, es necesario registrarse, volcar toda la información laboral disponible en los sitios de interés para cada usuario y ocuparse de actualizar esta información al máximo. Hay que aprender a controlar periódicamente la información interesante de los portales de empleo, el usuario debe asumir como mentalidad la necesidad de obtener toda la ayuda posible en cada una de las herramientas en las que se inscribe.

En tercer lugar se encuentran las **dificultades para presentar correctamente las cualidades o puntos a favor del usuario**. Es importante que el usuario sienta que su currículum plasma sus conocimientos y experiencias correctamente, y que éstas generan un valor añadido en su candidatura. En un mercado tan competitivo como el laboral, el usuario debe poder diferenciarse a través de su solicitud de empleo. En el último apartado del informe se explica la formulación de la candidatura en base a las competencias del usuario, que puede servir para formalizar el documento y presentar de manera muy concisa y clara las capacidades del candidato.

Las dificultades para elaborar correctamente el currículum vitae y el modelo para presentarlas (adjuntar recomendaciones, cartas de motivación e interés, personalización de la candidatura etc.) también alcanzan porcentajes superiores al diez por ciento de usuarios encuestados.

Internet como complemento a los métodos convencionales.

Los métodos tradicionales de búsqueda de empleo fueron definidos y clasificados por Kuhn en su artículo “Internet Job Search vs. Traditional Job Search Methods” de 1998 en nueve categorías:

- Contacto directo con el empleador.
- Contacto con una oficina pública de empleo.
- Contacto con una agencia privada de selección de personal.
- Mediante conocidos y amigos.
- Mediante servicios de orientación al empleo y asesoramiento asociados a centros formativos (Escuelas, Universidades, Colegios Profesionales, etc.).
- Envío de resúmenes o relleno de candidaturas o formularios.
- Revisión de registros sindicales o profesionales.
- Publicación o contestación de anuncios.
- Otros métodos activos de búsqueda.

Estos métodos no han dejado de ser utilizados hoy en día, pero su canal de información ha pasado de ser presencial o telefónico a ser online. Gran parte de las compañías más importantes a nivel nacional han creado sus páginas Web corporativas, con un apartado destinado exclusivamente a la recepción de candidaturas y publicación de ofertas, englobando los métodos de contacto directo con el personal de selección del empleador y envío de resúmenes y candidaturas.

Los portales de empleo, correlacionados con el método clásico de contacto con una agencia privada de selección de personal, han sufrido un fuerte incremento en la última década, pasando de ser una fuente de oferta de empleo secundaria hasta el año 2002 a ser la principal vía de contratación en nuestro país. Estas herramientas permiten la publicación de anuncios y recepción de candidaturas, cuyos costes asume normalmente el empleador. El envío de resúmenes y candidaturas se realiza mediante el envío de ficheros al intermediario o rellenando en la propia página Web la información profesional requerida para satisfacer los requisitos de las ofertas de empleo publicadas.

Las empresas de trabajo temporal permiten, desde su conversión en herramientas online, acceder a sus ofertas de empleo a través de la Red. El único requisito es registrarse, de manera gratuita, como usuario de su sitio Web. Un solicitante de empleo no tiene porqué acudir a la oficina, puede gestionar la presencia de sus candidaturas desde un puesto de acceso a Internet.

El contacto con amigos y conocidos se ha establecido online a través de las redes sociales y profesionales. Este tipo de herramienta, considerada por muchos expertos como clave para el

desarrollo futuro del mundo laboral en Internet se encuentra en fase de crecimiento durante los últimos años. Además de posibilitar las recomendaciones y referencias profesionales en la Red, permite publicar anuncios específicos. El contacto directo con el empleador pasa a ser horizontal y bidireccional, el solicitante puede interactuar con el empleador prácticamente de manera inmediata a través de su ordenador personal.

Los servicios de orientación al empleo y asesoramiento asociados a centros formativos han evolucionado y direccionado su presencia hacia los canales online. Actualmente todas las universidades públicas madrileñas cuentan con su propio servicio de orientación al empleo y lo mismo ocurre con los colegios profesionales, que cuentan con su bolsa de empleo propio donde publican las ofertas que reciben, actuando como intermediarios.

La Red ha funcionado como un nexo de unión entre diferentes métodos de búsqueda de empleo. Se puede tramitar una solicitud directamente online o utilizar la Red para encontrar información necesaria para iniciar otros procedimientos de búsqueda y utilizar métodos no relacionados directamente con ella. Los lugares en los que los índices de penetración de la Red son mayores, están asociados con una probabilidad significativamente más elevada de contactar directamente a un empleador o de encontrar anuncios de empleo (Hadass Y. , 2003).

Como muestra, la totalidad de los empleadores consultados han contestado que combinan los procesos de preselección online con otros métodos tradicionales, como los anuncios en prensa, las recomendaciones, las asistencias a ferias de empleo, la promoción interna, etc. La entrevista de trabajo es mayoritariamente presencial, tan sólo un encuestado afirma hacer entrevistas telefónicas. La entrevista presencial aporta una mayor seguridad en general al empleador. Sin embargo, nuevos medios como las videoconferencias proliferan en Internet hacia la realización de un proceso de selección completo vía online.

En cuanto a la percepción del uso de Internet como herramienta para aumentar la empleabilidad Feldmann y Klaas (2002) concluyeron, después de examinar las experiencias de demandantes online de empleo, que el uso de Internet para la búsqueda de empleo es menos eficiente que el uso de contactos sociales, el método clásico más valorado. No son herramientas antagónicas, sino todo lo contrario. En ese mismo artículo aseguran que la percepción predominante es que el método online resulta mucho más efectivo en términos de rapidez y aumento de posibilidades que la selección de ofertas de empleo en periódicos y las llamadas directas a empresas, aunque no se han demostrado efectos directos sobre el aumento de la empleabilidad.

El reto de comprender cómo se han modificado los comportamientos individuales durante el proceso de búsqueda de empleo y en qué medida éstos han producido variaciones significativas sobre los parámetros relacionados con la empleabilidad sólo se conseguirá mediante un análisis de las fluctuaciones del mercado de trabajo combinado con audiencias y entrevistas a usuarios. Se debe cuestionar cómo ha afectado el uso de la Red a los procesos de “matching” entre ofertantes y demandantes, y por tanto qué productos del mercado laboral son los que han cambiado, como por ejemplo las variaciones en los periodos de desempleo, el aumento en la calidad de la información, la rapidez del proceso, etc.

Situación actual de las principales herramientas disponibles en Internet para la búsqueda de empleo.

Las investigaciones sobre las herramientas disponibles en Internet para la búsqueda de empleo comienzan en una clara pregunta: ¿Quién busca empleo a través de Internet? Es necesario encontrar en un primer escalón el perfil más frecuente del demandante de empleo online. Además, y dado que el perfil del usuario de Internet está en continuo cambio hacia la expansión a prácticamente cualquier persona, es necesario estudiar la tendencia en los cambios. Según el estudio de Kuhn (2004) se concluyó que los demandantes de empleo a través de Internet en dos estados de E.E.U.U. respondían a un perfil educacional mayor que los de métodos convencionales. Otra de las conclusiones alcanzadas fue que normalmente provenían de ocupaciones en las que la tasa de desempleo era algo menor que la media. Los demandantes de empleo a través de Internet sufrieron en algunos casos periodos de desempleo por debajo de los de aquellos demandantes que utilizaron métodos convencionales. Sin embargo, no se concluyó que el uso de Internet repercute directamente en la duración de los periodos de desempleo.

Además de aumentar el acceso a información, el proceso de búsqueda online a través de portales y herramientas específicas tiene otras ventajas para los solicitantes. Internet aumenta la comunicación existente entre los demandantes de empleo. Por tanto, se producen mayores interacciones entre los usuarios, que tienden a ofrecer consejos en foros abiertos de empleo e intercambiar experiencias. Además, pueden ofrecer información sobre los sitios en los cuales trabajan o desearían trabajar, incrementando la cantidad y calidad de la información disponible. También resulta importante el hecho de que la Red ofrece acceso a tutoriales, consejos y guías para el usuario. En dichas guías se puede encontrar información sobre la manera en la que se debe rellenar un currículum, cómo preparar una entrevista de trabajo, dónde debe dirigirse el usuario según el tipo de empleo que busca, etc. Estas herramientas asociadas a los portales de empleo facilitan el proceso de búsqueda y aumentan el número potencial de usuarios de estos sitios Web.

Webs corporativas.

Como se ha comentado, las grandes empresas han generado sitios Web corporativos con información laboral destinada a la interacción con los potenciales candidatos futuros para cubrir sus vacantes. Mediante la interacción con los usuarios, este tipo de herramientas van generando bases de datos a disposición de los departamentos de selección con todos los usuarios registrados. Actualmente, es posible entrar en la página Web de una gran empresa y encontrar fácilmente información detallada sobre los perfiles profesionales que demandan en función de la actividad profesional del empleador.

Muchos de los artículos recientes sobre el mundo laboral en Internet han sido enfocados hacia la investigación corporativa. El objetivo de dichos trabajos suele ser la búsqueda de modelos de comportamiento de los usuarios, vistos como clientes o como posibles trabajadores. Las conclusiones, por tanto, tratan de clarificar la manera en que las corporaciones pueden potenciar su atractivo mediante cambios en el diseño de cara a aumentar el número de visitantes de sus páginas Web (Cober, 2004). Los trabajos realizados bajo la perspectiva del empleador han estudiado empíricamente el comportamiento del usuario de Internet desde el punto de vista de la selección del personal. Para ello, normalmente tratan de evaluar el comportamiento de un usuario en proceso de búsqueda de empleo, especialmente su reacción ante diferentes sitios Web dedicados al mundo laboral.

Portales de empleo.

Los intermediarios del mercado laboral han organizado su labor en torno a los portales de empleo. Se trata de herramientas online de carácter vertical donde se produce la publicación de ofertas de empleo a las que todos los usuarios registrados pueden inscribirse. Según algunos de los expertos participantes en las entrevistas los portales de empleo se encuentran ante un escenario de cambio. Con la aparición de las redes profesionales, el modelo vertical de inscripción a ofertas se ve suplantado por nuevos modelos en los que la posibilidad de intercambio de información aumenta.

Otros autores estiman que la tendencia de los portales debe ser su especialización. Este hecho implica un cambio orientado de los portales generalistas de empleo. Permitiría acceder únicamente a información y ofertas especializada en un sector. Algunos portales de empleo han evolucionado de esta manera en los últimos tiempos, aunque sus modelos de participación siguen siendo verticales y unidireccionales.

Algunos artículos han incidido en el papel que deben jugar para la sociedad los portales de búsqueda de empleo online (Gordon, 2002). En este sentido, es preciso analizar dichas herramientas mediante

un método multidimensional en el que se tengan en cuenta posibilidades paralelas a la mera búsqueda de vacantes. De hecho, muchos de los portales online más utilizados actualmente ofrecen asistencia en otros aspectos del proceso, como la elaboración del currículum, la organización de foros y seminarios de información laboral, la clasificación de la información recibida a través de un perfil propio del candidato o las alarmas tanto al correo electrónico como al perfil del candidato en diferentes redes sociales, blogs, etc.

Redes sociales y profesionales.

El impacto de las redes sociales en la búsqueda de empleo online también está creciendo en importancia en los últimos años. Este tipo de herramientas ofrecen principalmente contactos laborales a los miembros, además de servicios que no siempre suponen el acceso directo a una bolsa de empleo, sino que se basan más en la interacción de los usuarios, siempre con fines profesionales.

En la segmentación por edad de la población realizada en el Informe Técnico del Observatorio de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información “Las TIC en los hogares españoles” se aprecia que para la población menor de 35 años las nuevas tecnologías son un requisito para las relaciones sociales. Así, a la pregunta ‘Para relacionarse socialmente, ¿es importante saber algo de nuevas tecnologías?’, la respuesta de la población más joven indica que ha incluido las nuevas tecnologías en sus hábitos de relación cotidiana, con una respuesta afirmativa del 61,2%.

Además, las nuevas tecnologías permiten a los demandantes un acceso más detallado a la información laboral que están buscando, ya que son los propios usuarios de una Red profesional los que publican y difunden las ofertas de empleo. Esto facilita el acceso a ofertas que realmente sean las más favorables para un determinado perfil laboral, aumentando la especificidad de cada proceso. Desde el punto de vista del empleador, esto supone una información más detallada acerca de los candidatos y un ahorro en los costes derivados de la selección de candidaturas.

Algunos trabajos en este campo se han concentrado en identificar las ventajas de los trabajos conseguidos a través de dichas redes. Osberg (1993) sugiere que “los trabajadores con menos contactos o relaciones sociales son los que más utilizan otros métodos más formales como las agencias de empleo”.

Desde el punto de vista de los empleadores, no cabe ninguna duda de que Internet significará un canal todavía más importante en el futuro a la hora de emprender nuevos procesos de selección. Una vez que las compañías hayan estudiado y comprendido los factores influyentes en los procesos de búsqueda de empleo online y dichos procesos consigan ser convertidos en modelos estadísticos, los portales de empleo online podrán adaptar la interfaz de sus páginas al perfil y antecedentes del

demandante. Con ello, el propio portal de empleo conseguiría acortar los periodos de búsqueda y el tiempo dedicado por los demandantes de empleo durante su proceso de búsqueda (Geoffrey, 2010).

Las nuevas tecnologías permiten acceder a nuevas posibilidades que hacen que cualquiera pueda tener la misma información que las empresas de selección de personal y los head-hunters. Cada empresa podrá tener la capacidad de tomar la decisión sin pasar por empresas de selección de personal. Cada empresa será un "pequeño mundo virtual". Tendrán sus propias ofertas de empleo y algún tipo de información adicional que permitirá atraer e incluso crear cierto nivel de fidelidad con los posibles candidatos futuros. Podrán interactuar con ellos y conocerlos antes de contratarlos.

5.3. Tendencias de los métodos online para la búsqueda de empleo

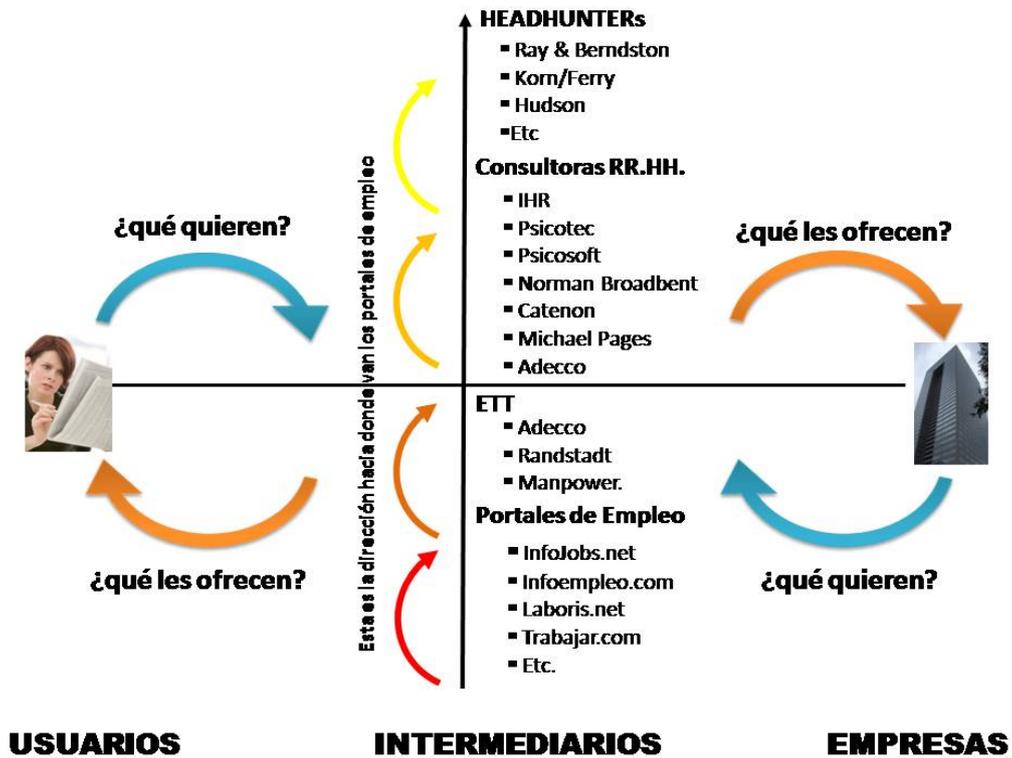
La tendencia actual prevé un cambio en las estructuras y en los métodos para la búsqueda de empleo desde el punto de vista de los usuarios, los intermediarios y los empleadores. En términos generales el aumento del emparejamiento entre ofertante y solicitante, la posibilidad de interactuar directamente con el empleador y con otros usuarios en proceso de búsqueda y la gestión del espacio personal que genera la Red para cada uno de sus usuarios son los factores principales que influyen en la aparición del término "Web 2.0".

las aplicaciones Web 2.0 son aquellas que sacan partido a las ventajas intrínsecas de la web, ofreciendo un servicio continuamente actualizado que mejora cuanto más gente lo use, utilizando y combinando entre sí los datos de múltiples recursos, incluyendo los usuarios individuales, a la vez que ofrecen sus propios datos y servicios de tal forma que pueden ser reutilizados por otros, creando una "arquitectura de participación" en red, yendo más allá de la página de la web 1.0 para ofrecer experiencias de usuario cada vez más ricas (O'Reilly, 2005).

Los usuarios han adquirido una mentalidad proactiva en el uso de las nuevas tecnologías para buscar empleo y desean poseer más información acerca de las empresas a las que presentan su perfil. Esta información puede ser encontrada a través de los nuevos medios que ofrece la Web 2.0 como son foros y redes sociales, entre otros.

Paralelamente, cada usuario intenta llegar más efectivamente al empleador potencial y pretende que sus candidaturas tengan un carácter diferente a las de los demás candidatos para el puesto de trabajo que demandan, buscando aumentar su visibilidad online y el posicionamiento de su candidatura, para lo cual es muy importante saber valorar los conocimientos intangibles así como las habilidades personales propias con el objetivo de destacarse entre el universo de personas que buscan empleo.

Ilustración 2 Modelo de tendencia de las herramientas online de búsqueda de empleo



Fuente: Elaboración propia a través de impresiones del proceso participativo.

Por otra parte se encuentran los intermediarios que en la actualidad cuentan con tecnologías semejantes entre sí, que se emplean a la hora de realizar sus preselecciones. Estos programas consisten en una serie de filtros que van seleccionando a los candidatos que reúnen las condiciones del perfil demandado. Se pretende que los programas en los que se está investigando actualmente puedan analizar la semántica de los campos de texto de cada currículum vitae. De esta forma, se podrían identificar ideas a través de palabras semejantes que se puedan perder tras la selección previa de los campos a rellenar de una propuesta online de un currículum vitae, así como por los filtros que se aplican. Esta nueva tendencia pretende que además de poder seleccionar por la semántica, los procesos de selección se orienten de acuerdo al “Business Intelligence”, un conjunto de metodologías, aplicaciones y tecnologías que proporcionan la habilidad para transformar los datos existentes según los modelos de comportamiento de las personas, transformando la información en conocimiento que permita agilizar y mejorar los procesos de selección (Shimmer, 1999). Éste elemento se convertirá en un factor estratégico de innovación en las empresas de recursos humanos, ya que pueden generar una ventaja competitiva a la hora de obtener una información privilegiada relacionada con los softskills de los candidatos más óptimos para cubrir una vacante.

La tendencia actual de los intermediarios es llegar a realizar el trabajo con una visión de "head-hunters", buscando efectividad y eficiencia en el menor tiempo posible y con la mayor rapidez. El objetivo final de los intermediarios es alcanzar niveles de emparejamiento entre ofertantes y demandantes similares a los alcanzados por los "head-hunters".

Finalmente los empleadores buscan la posibilidad de obtener información sobre varios candidatos (10 a 15) por vacante, que después de una selección inicial puedan pasar al resto del proceso de selección según el modelo tradicional. Por ello, el empleador como cliente contrata los servicios de intermediación laboral que ofrece el portal de empleo, y éste, sin publicar la oferta, debe ser capaz de analizar su base de datos y dar una respuesta casi inmediata ("de hoy para mañana").

Los servicios ofrecidos en la actualidad desde los intermediarios a los usuarios y a las empresas o empleadores se pueden resumir en dos líneas estratégicas. En primer lugar, enfocado hacia el candidato, el intermediario le está ofreciendo la posibilidad y las herramientas que permitan darle mayor visibilidad a su candidatura, como por ejemplo guías para la correcta estructuración del currículum vitae, la posibilidad de crear una Web personal, etc. Algunos de los portales de empleo privado ofrecen ya esos servicios con carácter opcional a través de sus modalidades de pago (Premium).

Por otra parte, orientado hacia los empleadores, los intermediarios quieren ofrecer un servicio a largo plazo para las empresas semejante al realizado hoy en día por los "head-hunters". Este servicio sigue la filosofía o metodología aplicadas por éstos, ya que un "head-hunter" busca los perfiles idóneos para satisfacer las necesidades de la vacante en el menor tiempo posible y con una alta tasa de éxito de permanencia de los seleccionados.

6. Clasificación de las herramientas online a disposición del candidato y del empleador

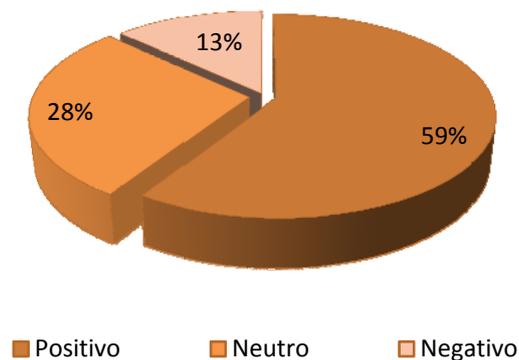
Según el estudio de Inversión en Ofertas de Empleo de la agencia TMP, en España se publicaron 655.569 ofertas de empleo durante el año 2009, de las cuales el 98,4% fueron publicadas en Internet. Sólo el 1,6% restante corresponden a las ofertas de empleo en prensa. Este indicador aparece como uno de los datos más claros de la intrusión de la Red en el mercado laboral actual.

En el modelo de funcionamiento del mercado laboral las herramientas asociadas al uso de Internet se han consolidado durante los últimos años como agentes indispensables. Según Nielsen Online, la

búsqueda de empleo por Internet ha aumentado un veinte por ciento, siendo el sexto año de aumentos consecutivo.

En general la valoración que se ha obtenido del proceso participativo ha sido positiva, tanto por parte de empleadores como de usuarios, aunque aparecen algunos factores de carácter negativo que no deben ser infravalorados.

Gráfico 6: Valor de Internet como canal de información en procesos de búsqueda de empleo (usuarios)



Fuente: Elaboración propia. Datos: Proceso participativo (706 respuestas).

Prácticamente el sesenta por ciento de los usuarios encuestados afirman estar satisfechos con la incorporación de Internet durante sus procesos de búsqueda de empleo. Un veintiocho por ciento valoran la Red como un elemento neutro y el trece por ciento cree que su uso es negativo.

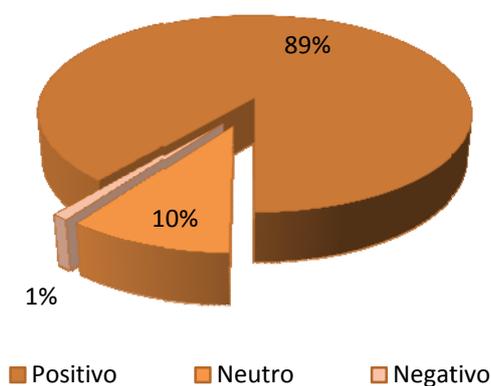
Los aspectos más valorados por los usuarios como positivos han sido el gran abanico de posibilidades a las que se puede acceder gracias a la Red, la rapidez del proceso y la comodidad de poder inscribirse en ofertas desde casa o desde el puesto de trabajo actual. En muchos casos los usuarios atribuyen al uso de Internet un ahorro en costes y en tiempo. Otros factores que han sido calificados como positivos son el servicio de alertas de ofertas en el correo electrónico, la posibilidad de realizar filtros de búsqueda para encontrar ofertas concretas y que la Red permite ver muchos portales de empleo y páginas de información laboral al mismo tiempo.

El número de usuarios encuestados que han considerado el valor de las herramientas online entre neutro y negativo es algo mayor al cuarenta por ciento. Los motivos más repetidos para estos usuarios son la falta de resultados y de contestaciones, la dificultad para seguir las instrucciones de inscripción en algunas ofertas y la presencia de muchos candidatos y pocas ofertas, lo que genera una enorme competitividad. Algunos consideran la Red como una herramienta de comunicación muy “fría” e impersonal que no permite mostrar al empleador todo su potencial personal y donde es muy

difícil obtener respuestas por parte de los empleadores sobre porqué un candidato no ha sido seleccionado para una oferta de empleo.

Esta falta de respuesta genera una sensación de desconfianza. Algunos encuestados han considerado que el volumen de oferta real es menor que el aparente y que algunos portales repiten ofertas de empleo o las mantienen más tiempo del necesario para simular un mayor volumen.

Gráfico 7: Valor de Internet como canal de información en procesos de búsqueda de empleo (empleadores)



Fuente: Elaboración propia. Datos: Proceso participativo (275 respuestas).

Los empleadores valoran las herramientas online para la búsqueda de empleo como positivas. El porcentaje de empleadores satisfechos con el uso de la Red alcanza prácticamente el noventa por ciento. Un diez por ciento las considera neutras y tan sólo el uno por ciento encuentra consecuencias negativas a su uso.

Los aspectos más valorados son la agilidad, rapidez y eficacia. Muchos empleadores han necesitado cubrir varias vacantes en muy poco tiempo y afirman que sin este canal no lo habrían podido conseguir. La otra gran ventaja para los encuestados es la cantidad de candidaturas recibidas, la posibilidad de seleccionar eficientemente las candidaturas mediante filtros y la gran acogida y respuesta de las ofertas publicadas. Los empleadores encuestados opinan que la Red permite recibir muchas solicitudes de candidatos que se ajustan mucho al perfil profesional requerido.

En relación con los aspectos negativos, destacan la saturación de algunas ofertas de empleo publicadas y la recepción de muchas solicitudes que no se ajustan al perfil demandado provocando un aumento de los recursos a invertir en los procesos de preselección. Además algunos empleadores contestan que sigue siendo complicado encontrar perfiles profesionales muy específicos.

Tabla 1: Frecuencia absoluta de uso de las herramientas para la búsqueda de empleo online establecida en el proceso participativo

Frecuencia (%)	Siempre	Frecuentemente	Ocasionalmente	Nunca
Servicio Regional de Empleo	5	8	14	20
COIE Universidades	6	7	14	20
EURES	0	2	4	33
InfoEmpleo	19	20	21	10
InfoJobs	64	29	6	1
Laboris	9	13	20	16
LinkedIn	2	3	8	31
Manpower	1	3	14	26
Monster	5	7	20	20
Portales asociados a publicaciones online	2	6	17	19
Ranstadt	1	3	16	24
Red Trabaja (S.P.E.E)	7	12	18	16
Sitios Web corporativos	5	10	16	14
Trabajar.com	13	17	18	16
Xing	1	3	10	30
Otros	6	7	7	17

Fuente: Elaboración propia. Datos: Proceso participativo.

Los porcentajes que aparecen en la tabla están calculados sobre el total de encuestados (706). Los datos confirman que hoy por hoy la mayor parte de los usuarios en búsqueda de empleo lo hacen por medio de los portales de empleo clásicos. Las herramientas con mayor porcentaje de uso sobre el total de encuestados son Infojobs.net, InfoEmpleo.com, Trabajar.com, Laboris y la Red Trabaja.

Aunque durante el último año hayan perdido algunos visitantes, debido a su posicionamiento y su eficiencia siguen representando una herramienta indispensable para los usuarios en búsqueda activa. Durante el proceso participativo se ha corroborado esta información ya que prácticamente todos los encuestados han utilizado los portales de empleo en al menos una de sus búsquedas de empleo, concretamente el 99,3%.

Existen diversos motivos por lo que los portales de empleo continúan constituyendo la herramienta primordial para la búsqueda de empleo. Son herramientas directas y eficaces a corto plazo y cuentan con la inercia de las empresas que llevan utilizándolos como fuente de contratación de candidatos desde hace tiempo con éxito, por lo que gran parte de la oferta de empleo disponible sigue siendo publicada a través de este tipo de herramientas.

Las redes cuentan con un volumen de uso mucho menor y con los mayores porcentajes de usuarios que nunca las han utilizado. El setenta y nueve por ciento de los encuestados afirman no haber

usado nunca ni redes sociales ni profesionales durante sus procesos de búsqueda de empleo. El nivel de usuarios frecuentes tan sólo alcanza el cinco por ciento entre los encuestados.

Las redes profesionales, pese a que suponen una alternativa a los portales, no cuentan con el mismo volumen de usuarios. Son mucho más novedosas y tienen mayor número de posibilidades de interacción, pero hay que aprender a utilizarlas y dedicarles tiempo para sacarles provecho. Aportan una comunicación y participación mucho más personal; tanto empresa como demandante de empleo pueden expresar de forma más concreta sus cualidades y expectativas. Según alguno de los especialistas consultados, las redes están destinadas a sustituir a los portales de empleo a medio y largo plazo. Su versatilidad supera con creces la de los portales de empleo y auguran que acabarán por suplantarlos.

La reacción de los portales de empleo pasa por una renovación y la incorporación en sus estructuras de formatos y novedades que imiten en parte a las redes. Es necesario que la capacidad de interacción a través del propio portal de empleo aumente para igualar los servicios ofrecidos por las redes. De momento el proceso de actualización está en estado inicial, y los portales no ofrecen las posibilidades que a día de hoy son capaces de ofrecer las redes. Además su segmentación es fundamental de cara a una futura especialización.

Los resultados de las encuestas realizadas a usuarios en proceso de búsqueda de empleo online complementan la opinión de los expertos entrevistados. Los portales de empleo siguen teniendo la hegemonía en los procesos de búsqueda, mientras que las redes son elementos emergentes que ocupan en porcentaje de uso una cuota mucho menor, pero con previsión de crecimiento.

Se ha realizado una agregación de los datos de las frecuencias de uso "siempre" y "frecuentemente" en función de los tipos de herramientas definidos en la metodología del estudio sobre el total de usuarios encuestados. Debido a la difusión a través de infojobs.net de las encuestas, se ha analizado el sesgo presente en las respuestas de los usuarios (Ver Discusión: Posibilidad de sesgo en los resultados del proceso participativo.). En el análisis se observa un ligero sesgo a favor de Laboris.net e infojobs.net entre las respuestas correspondientes a dicho canal de difusión, sin que este sesgo sea extensible al resto de herramientas identificadas.

Con la agregación de las frecuencias "siempre" y "frecuentemente" se pretende realizar un análisis comparativo sobre el uso en función del tipo de herramienta:

Tabla 2: Tipos de herramientas según el porcentaje de utilización de los encuestados

Portales de empleo de gestión privada	Utilización por parte de los encuestados (%)
InfoJobs.com	93
InfoEmpleo	39
Trabajar.com	30
Laboris	22
Sitios Web corporativos	15
Monster	12
Portales asociados a publicaciones online	8
Ranstadt	4
Manpower	4
Otros	13

Portales de empleo de gestión pública	Utilización por parte de los encuestados (%)
Servicio Regional de Empleo	13
Red Trabaja (S.P.E.E.)	19
COIE Universidades	13
EURES	2

Redes profesionales	Utilización por parte de los encuestados (%)
LinkedIn	5
Xing	4
Viadeo	2

Fuente: Elaboración propia. Datos: Proceso participativo.

Los portales de empleo cuentan con mayores niveles de uso frecuente que las redes sociales y profesionales. Representan la fuente de intermediación laboral más extendida actualmente. En concordancia con la Tabla 1, las redes aparecen con porcentajes de uso frecuente reducidos.

Tabla 3: Niveles de satisfacción de los usuarios según el tipo de herramienta analizada

	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
Portales públicos de empleo e información laboral.	7,5	30,8	35,9	15,2	10,5
Portales privados / particulares de empleo e información laboral.	9,5	40,4	32,0	13,6	4,5
Redes sociales profesionales.	4,1	16,8	45,5	24,6	8,9
Portales sectoriales de empleo e información laboral.	3,6	24,4	45,6	20,8	5,7
Apartado de recursos humanos de empresas / organizaciones.	2,5	27,0	40,0	19,7	10,8
Envío de currícula a través de internet.	14,7	36,6	31,8	11,7	5,2

Fuente: Elaboración propia. Datos: Proceso participativo (706 usuarios encuestados)

La satisfacción de los usuarios encuestados es en general elevada. Ninguna de las herramientas online para la búsqueda de empleo cuenta con más de un veinticinco por ciento de usuarios insatisfechos. El envío de currícula a través de Internet ha obtenido los mayores niveles de satisfacción, pudiendo encontrarse directamente relacionados con un aumento del número de respuestas emitidas por los empleadores. Los valores más bajos son los marcados por usuarios de redes sociales y profesionales.

Los usuarios que se muestran muy satisfechos con el funcionamiento de las herramientas enumeradas oscilan entre el 20 y el 50%. Ninguna de las herramientas identificadas supera el cincuenta por ciento de usuarios muy satisfechos, aunque tampoco cuentan con más del diez por ciento de usuarios de la Red que se consideran muy insatisfechos con su utilización.

El nivel de satisfacción entre los usuarios de los Servicios Públicos de Empleo se encuentra condicionado por varios factores. Por un lado, los servicios de empleo públicos tratan de emplear en primer lugar a aquellos ciudadanos con índices de empleabilidad más bajos. Además, la impresión generada en el proceso participativo demuestra que los servicios públicos de empleo son los grandes desconocidos por parte de los usuarios.

6.1. Portales de empleo.

6.1.1. Definición y características generales.

Los portales de empleo han representado desde los inicios de la actividad de intermediación laboral online el referente para el acceso a ofertas de empleo en términos de cantidad. Permiten el acceso a ofertas de todo el territorio y tan segmentadas como el candidato desee a través de filtros y motores de búsqueda. Los empleadores consiguen a través de los portales un sistema rápido, fácil y eficaz para encontrar los profesionales mejor adaptados a su oferta de empleo. Además, cuentan con una serie de servicios que hacen que la selección de los candidatos inscritos sea rápida y sencilla como preguntas de filtrado y buscador avanzado.

Su función característica es la de servir de enlace entre la empresa y el candidato, gestionan los procesos de preselección como intermediarios a través de la Red. Los portales de empleo trabajan de manera conjunta con los departamentos de selección de las empresas, buscan oferta de empleo y la publican en sus sitios Web, atrayendo así la demanda. Muchos de estos portales han hecho que la función de costes de estos departamentos sufriera variaciones. Estas herramientas han permitido el descenso de los periodos de procesos de selección de los 45 a los 10 días (López, 2010).

Los portales de empleo más populares y consultados no suelen cobrar al usuario por insertar su CV y los recursos básicos que ofrecen son: un listado de empresas que necesitan cubrir puestos de trabajo, una breve descripción del tipo de empleo que ofrecen e información corporativa sobre el empleador (existen servicios complementarios de pago en algunos sitios Web aunque el acceso a oferta de empleo es gratuito). El usuario puede presentar su candidatura en el formato propio del portal que ha funcionado como intermediario rellenando un formulario donde se van listando las características profesionales más importantes.

Los portales suelen ofrecer dos fórmulas diferentes para que el candidato acceda a la oferta laboral que más le interesa. Algunos portales obligan a cumplimentar un cuestionario sin dar opción al solicitante a añadir nada y en la mayoría, además de rellenar el formulario, se incluye la posibilidad de adjuntar la carta de presentación y el currículum vitae en formato Word o Pdf. Como novedad, existen algunos portales que también ofrecen la opción de incluir un video-currículum. Para la búsqueda de ofertas, existen filtros asociados al salario, la localización y el tipo de jornada laboral.

Además de servir de enlace entre los demandantes de empleo y las empresas, las bolsas de trabajo se han enriquecido con otro tipo de contenidos de carácter laboral, legal y de formación que tratan de aproximar al candidato al mundo empresarial: consejos y pautas para elaborar un currículum vitae óptimo o para realizar una buena entrevista de trabajo; enlaces a otras instituciones, empresas o fondos editoriales del interés del candidato; pruebas de conocimientos técnicos online, etc.

Tabla 4: Ventajas proporcionadas a los usuarios por los portales de empleo.

Servicios a usuarios	Disponibilidad
Envío de alertas a través de correo electrónico, redes sociales y blogs sobre ofertas publicadas que se ajusten al perfil profesional del candidato	Siempre
Posibilidad de realizar búsqueda de ofertas por sectores de actividad, zonas geográficas, tipo de jornada laboral y rango de salario mediante filtros en la búsqueda	
Posibilidad de adjuntar en el perfil de usuario una carta de presentación y el cv, así como de actualizar ambos en cualquier momento	
Posibilidad de comprobar el estado de las solicitudes presentadas por el usuario.	
Consejos para la elaboración del currículum. Ayuda para su redacción (formatos y plantillas de CV), corrección y traducción	Frecuente
Consejos profesionales sobre cartas de presentación, entrevistas de trabajo, test, etc.	
Noticias y reportajes sobre el mercado laboral así como información sobre cursos, becas, oposiciones, etc.	
Contacto con otros candidatos a través de foros	Rara vez
Posibilidad de obtener un correo profesional gratuito para la búsqueda de empleo con el dominio de su portal.	
Creación propia de página Web personal de carácter profesional para la búsqueda activa de empleo	
Posibilidad de colgar más de un currículum y más de un modelo de carta de presentación	
Servicio de consultas legales sobre contratos, despidos, prestación por desempleo, etc.	

Fuente: Elaboración propia.

La gran mayoría de los portales de empleo ofrecen al usuario la posibilidad de informar al candidato sobre ofertas interesantes para su perfil profesional. Muchos de los portales cuentan con servicio de alerta vía email, RSS e incluso al teléfono móvil mediante los cuales el usuario recibe de forma continuada las ofertas que más se adaptan a los criterios de las preferencias establecidas por el usuario. También cuentan con servicios para alertar a los candidatos a través de sus perfiles en las redes sociales. La publicación de contenidos laborales que se van actualizando periódicamente y ofrecen pautas al usuario para optimizar sus recursos en el mercado laboral resulta un buen complemento informativo. Los contenidos más profundos y especializados se encuentran en los portales de empleo asociados a centros formativos y a medios de comunicación.

En pocos portales de empleo existe la posibilidad de contactar con otros usuarios a tiempo real. Sin embargo, existen foros paralelos en algunos de ellos que permiten al usuario obtener consejos sobre sus inquietudes particulares. Se han identificado portales que permiten obtener una dirección de correo para el proceso de búsqueda o crear un sitio Web propio.

Tabla 5: Ventajas proporcionadas por los portales de empleo a empleadores

Empleadores	Disponibilidad
Posibilidad de acceder a gran cantidad de candidatos en procesos de búsqueda de empleo a través de la publicación de una oferta	Siempre
Filtros de búsqueda que permiten enfocar previamente el proceso de preselección en función de elementos semánticos	
Introducción en la oferta publicada de una serie de preguntas claves o "killer questions" que permiten seleccionar a los candidatos sin tener que analizar su cv	
Posibilidad de difundir ofertas en zonas geográficas aisladas	
Reducción de costes en comparación con los anuncios en prensa y otros medios de comunicación	
Acceso a packs de difusión realizados a la medida del empleador a través de redes, foros y publicidad en diferentes medios online	Frecuente
Posibilidad de comprar un paquete publicitario para el empleador en paralelo a la publicación de sus ofertas de empleo	Rara vez
Contacto con candidatos a nivel internacional	
Pago por resultado, permitiendo decidir cuánto pagar en cada oferta después de obtener los resultados con un modelo que se ajusta a todo tipo de empresas y presupuestos	
Servicios de publicación de ofertas de empleo de manera totalmente gratuita (portales de empleo de gestión pública)	
Posibilidad de publicar las ofertas en portales sectoriales especializados	
Posibilidad de interactuar con el candidato a tiempo real	

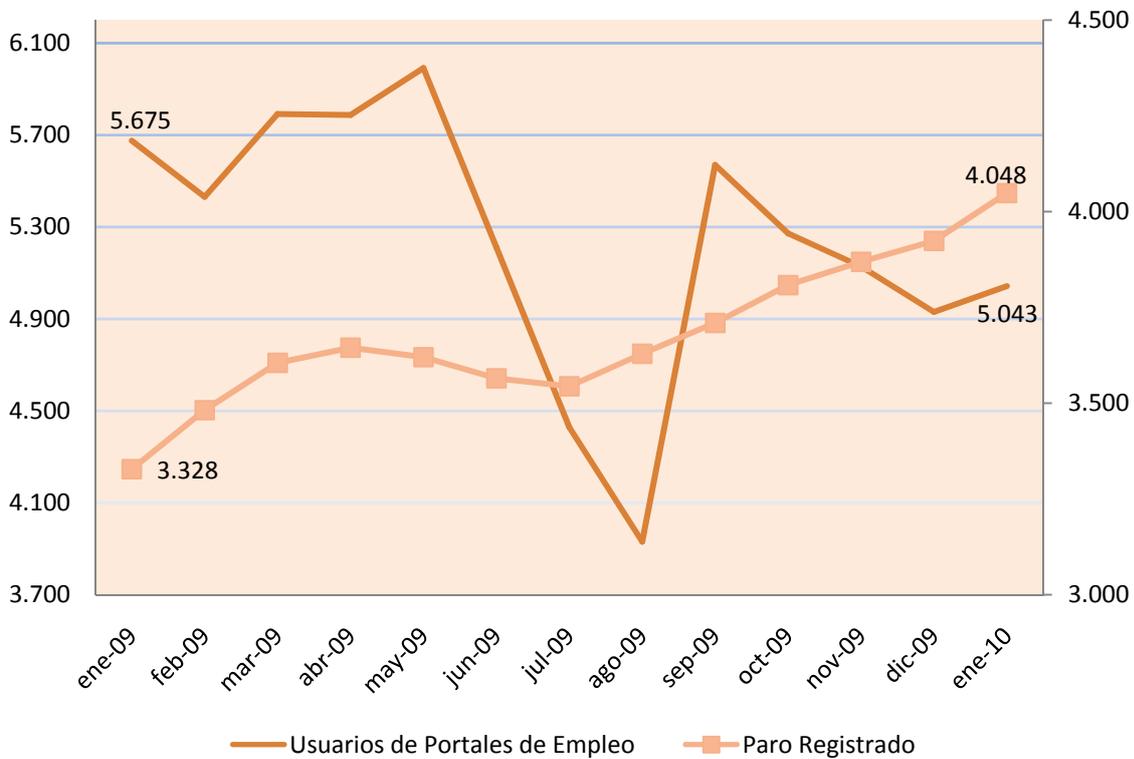
Fuente: Elaboración propia.

Las ventajas que los portales de empleo han aportado en sus años de existencia a los empleadores están relacionadas principalmente con el aumento de la difusión y la internacionalización de la oferta

publicada y la posibilidad de realizar búsquedas muy específicas a través de filtrado previo de candidaturas.

Es infrecuente que los portales de empleo permitan la interacción directa con el candidato. La publicación de ofertas en medios sectoriales también resulta poco frecuente, debido a que pocos sitios Web de empleo cuentan con este carácter sectorial por el momento. Los datos referentes al incremento en uso de estas herramientas suelen no ser publicados por las empresas, que realizan estudios de carácter interno sobre sus datos estructurales y de funcionamiento. No obstante existe una fuente de datos, la consultora OJD – Nielsen en su estudio “Internet Applications” en España, sobre la evolución en número de usuarios de las principales herramientas del mercado laboral online y su relación con la tasa de paro experimentada durante el año 2009 (ver Anejo II):

Gráfico 8: Evolución del uso de los portales de empleo (en miles) frente a la tasa de paro registrada en 2009.



Fuente: OJD – Nielsen. Internet Application Trend Report (Spain).

Como se puede observar en la gráfica ambos indicadores tienen una evolución complementaria a lo largo del año y representan el modelo actual de utilización de portales de empleo. Durante el mes de mayo los portales de empleo analizados en el informe alcanzaron un número máximo de usuarios muy cercano a seis millones, el pico anual (ver Anejo II).

La tasa de paro, en crecimiento continuo desde noviembre de 2007, muestra un incremento mensual máximo el mes anterior al pico de usuarios de portales de empleo.

A continuación se produjo un fenómeno de estacionalidad. Las contrataciones durante el periodo previo al verano influyeron claramente en la bajada en el número de usuarios mensual durante los meses de julio y agosto. El mínimo se estableció en un número algo menor a los cuatro millones de usuarios totales en agosto. En septiembre, el uso de portales de empleo volvió a incrementarse, aunque no alcanzó el volumen previo al verano.

Se ha observado un descenso general en el uso de portales de empleo clásicos durante el año 2009. Se han perdido algo más de medio millón de usuarios a lo largo del año pasado. Esta pérdida se produce principalmente entre los usuarios cuya finalidad es la de mejorar su puesto de trabajo, no entre los desempleados.

Cada portal de empleo tiene sus características específicas que le diferencian del resto. En el Gráfico 8 se pueden observar los datos agregados de usuarios de portales de empleo tanto públicos como privados. En el informe, sin embargo, se ha realizado una división según su tipo de gestión.

6.1.2. Portales de empleo de gestión pública.

Los portales de gestión pública se encuentran asociados normalmente a los servicios de empleo ofrecidos por las autoridades locales, regionales, nacionales o europeas para la gestión online de los procesos de contratación. Cuentan con una serie de características propias que hacen que se diferencien claramente con los portales de gestión privada.

Por una parte, son herramientas que deben permanecer a disposición de todos los ciudadanos por igual, han de ofrecer igualdad de oportunidades. Los Servicios públicos de empleo tratan de favorecer la empleabilidad de los usuarios con índices de inserción laboral más bajos.

Además, los Servicios Públicos de empleo gestionan portales Web bajo el paraguas de la Ley de Protección de Datos. Mediante los servicios de empleo online se facilita la interacción entre los empleadores y los usuarios sin que los datos proporcionados por éstos sean de dominio público.

Se han identificado herramientas online de carácter laboral a todos los niveles, desde municipios hasta la Unión Europea.

Un primer reto sería avanzar en el cambio cultural de la relación entre usuarios y la Administración, que supone estar conectados consistentemente y lograr un amplio uso de Internet, para ampliar oportunidades y personalizar respuestas mediante Webs accesibles, gratuitas y bien posicionadas.

Los portales de empleo de gestión pública accesibles para un usuario de la Comunidad de Madrid son:

- Portal de empleo del Servicio Regional de Empleo (+empleo).
- COIEs de las Universidades Públicas madrileñas.
- Red Trabaja. Portal del Servicio Público de Empleo Estatal.
- EURES. Red Europea de Servicios de Empleo.

Los servicios públicos de empleo cuentan con el valor añadido de ser completamente gratuitos para sus usuarios, especialmente relevante en el caso de los empleadores. Por otra parte, los portales de empleo públicos deben cuidar exhaustivamente la privacidad de sus usuarios y la protección de datos. Esto provoca mayores complicaciones a la hora de equilibrar la accesibilidad con la protección de datos de los usuarios.

Otra de las características diferenciadoras respecto a los servicios de intermediación de gestión privada, es el ánimo de ofrecer empleo en igualdad de condiciones para todos los usuarios. Los Servicios Públicos de Empleo tratan de igualar las oportunidades entre todos sus usuarios, prestando siempre especial atención a aquellos que se encuentran en condiciones de partida más desfavorables en relación con su empleabilidad.

Las encuestas realizadas tanto a usuarios como a empleadores durante el proceso participativo sitúan a los Servicios Públicos de Empleo como el tercer método online de búsqueda de empleo más valorado (ver Tabla 3).

Los candidatos valoran como muy bueno o bueno el servicio prestado por estas herramientas en el 38,5% de sus respuestas, niveles sólo superados por el envío directo de candidaturas a los responsables de selección de empleadores (51,3%) y el uso de portales de empleo de gestión privada (49,9%).

6.1.2.1. Servicio Regional de Empleo de la Comunidad de Madrid

Dirección Web: http://www.madrid.org/cs/Satellite?pagename=Empleo/Page/EMPL_Home

El Servicio Regional de Empleo ofrece la posibilidad de acceder a ofertas de empleo por parte de un candidato sin necesidad de acudir a la oficina de empleo. A través del portal de empleo online (+ Empleo) es posible gestionar gran cantidad de servicios laborales y acceder a las ofertas de empleo publicadas.

Los empleadores pueden contactar directamente con el Servicio Regional de Empleo, y a través de éste acceder a los candidatos que se encuentran en la base de datos. En muchos casos no es

necesario publicitar la oferta a través del portal de empleo. Algunos empleadores afirman no querer que dichas ofertas sean publicadas con el fin de no ser saturados por las candidaturas.

El desarrollo del portal de empleo online trata de buscar una mayor apertura tanto para el demandante como el ofertante. El usuario se inscribe como demandante de empleo a través de Internet. Puede modificar los datos personales online (cambio de domicilio), puede actualizar su perfil profesional online y puede variar su estado (darse de alta o baja como demandante) desde el propio sistema.

Su funcionamiento es el de un portal clásico de empleo pero además se aporta un servicio de consultoría a los empleadores. Se realizan búsquedas de candidatos con los perfiles establecidos por los demandantes. Se envía a todos los usuarios que tengan un perfil profesional adaptado a la oferta en cuestión la notificación.

El servicio cuenta con acceso a formación, tanto online como presencial, a la que un usuario se puede inscribir desde su ordenador. Como complemento cuenta con un asistente para la elaboración del currículum en formato europeo (Europass), en el que el usuario puede ir introduciendo sus datos profesionales y el propio sistema crea un currículum personalizado.

El portal de empleo de Madri+d de la Consejería de Educación (www.madrimasd.org/empleo) pertenece a una red de trabajo que agrupa a instituciones públicas y privadas de investigación y a las asociaciones empresariales regionales. En este portal se concentra oferta de empleo asociada al sector de la investigación.

6.1.2.2. COIE de las Universidades Públicas Madrileñas.

Los Centros de Orientación e Información de Empleo (COIE) de las Universidades Públicas Madrileñas representan para los universitarios madrileños un apoyo a su periodo de transición entre el mundo universitario y el mundo laboral. Todos ellos cuentan con ayudas suplementarias de cara a orientarse hacia la investigación y con ofertas publicadas en esa dirección. Existen ofertas de empleo, becas y prácticas en empresa a disposición del usuario. Su funcionamiento es muy similar al de los portales de empleo clásicos de gestión privada. Sin embargo, estas herramientas cuidan los aspectos formativos de manera especial.

Tabla 6: Principales características de los COIE de las Universidades Madrileñas

Universidad	Herramientas formativas	Dirección Web
Universidad Complutense	Foro de empleo. Programa Compluemprende.	http://www.coie.ucm.es/coie.htm
Universidad Politécnica	Career Center Seminarios jóvenes emprendedores.	http://www.coie.upm.es
Universidad Carlos III	Forempleo. Apartado de publicaciones.	http://www.uc3m.es/portal/page/portal/sopp
Universidad Autónoma	Informe anual de Inserción Laboral de los Titulados de la UAH. Observatorio de empleo propio.	http://www.uam.es/otroscentros/coie
Universidad Rey Juan Carlos	Servicio de orientación para alumnos de secundaria. Provee información sobre convocatorias de oferta de empleo público	http://www.fcjs.urjc.es/COIE/
Universidad de Alcalá Henares	Orientación Psicopedagógica AlcaJob Foro de empleo local	http://www2.uah.es/orientacion

Fuente: Elaboración propia.

Por su participación en multitud de convenios y proyectos asociados a la educación, proporcionan información práctica sobre convocatorias para becas, prácticas y contratos. Muchos de estos convenios tienen carácter internacional, se realizan en colaboración con otras universidades y los usuarios tienen posibilidades por encima de la media para encontrar un empleo en otro país.

El carácter orientativo de sus servicios se complementa con un servicio de información a emprendedores, con programas exclusivos de gestión de ayudas, como Compluemprende de la U.C.M. Con ello se trata de animar a los recién titulados a crear sus propios negocios. Los propios portales proporcionan facilidades para el contacto con personal de ayuda y orientación en este sentido.

Existen otra serie de servicios mediante los que se diferencian como la orientación, atención psicopedagógica, acceso a convocatorias de empleo público. Incluso existen servicios de Orientación Profesional para el empleo y Asistencia para el Autoempleo (O.P.E.A.) gestionados por universidades públicas.

6.1.2.3. Red Trabaja. Servicio Público de Empleo Estatal.

Dirección Web: www.redtrabaja.es

La Red Trabaja es el nombre del servicio de intermediación de empleo online del Ministerio de Trabajo, gestionado por el Servicio Público de Empleo Estatal. Integra la oferta de empleo de las comunidades autónomas.

El usuario puede inscribirse como demandante utilizando el DNI electrónico o mediante un certificado digital y acceder a ofertas de empleo de todo el país. Existen filtros por sector y por Comunidad Autónoma para ajustarse a los criterios de búsqueda. Además se puede acceder a otros servicios, como información y servicios relacionados con las prestaciones y el autoempleo.

6.1.2.4. EURES. Red Europea de Servicios de Empleo.

Dirección Web: <http://ec.europa.eu/eures>

EURES es la Red de Servicios Públicos de Empleo de los países miembros de la Unión Europea. Se trata de un servicio público de empleo, creado por la Comisión Europea, cuya red de servicios de empleo data de una fecha anterior a la mayoría de los portales de empleo de gestión privada.

Cada país cuenta con Consejeros EURES a disposición de los ciudadanos como ayuda para resolver cualquier complicación que pueda presentar la presentación de solicitudes de empleo en otros países. De hecho, según los entrevistados, el factor humano es uno de los más importantes potenciales de la Red EURES. El idioma de trabajo es siempre el del país que publica la oferta, lo que supone un importante obstáculo para algunos perfiles profesionales. Es la segunda red de empleo más visitada a nivel europeo.

La red EURES cuenta con la participación de los Servicios Públicos de Empleo de 31 países en la cual cada país establece unos requisitos previos para la aceptación de candidaturas como responsable de la gestión online del cada uno de los sistemas públicos de empleo.

El principal valor de la Red reside en la internacionalización de las ofertas de empleo publicadas y los solicitantes de empleo. La red EURES permite a empleadores de otros países miembros realizar búsquedas de candidatos en España y viceversa, de manera totalmente gratuita. Para este tipo de contrataciones son necesarios otros tipos de procesos de selección. Normalmente es un representante de la entidad empleadora el que se desplaza para el reclutamiento.

Nadie suele contratar sin entrevista previa, bien vía telefónica o mediante el desplazamiento de alguna de las dos partes interesadas. Estos procesos se suelen realizar por parte de empleadores de otros países que desean contratar a más de un trabajador. Los sectores sanitario y de la construcción son los que más han utilizado este tipo de redes en España, ya que el sistema educativo está muy bien considerado, y el sueldo de los trabajadores españoles es algo menor que el de media que deben pagar en el país de destino (Dinamarca, Italia, Reino Unido, etc.). El mayor problema que se encuentra a la hora de realizar los procesos de contratación es el desconocimiento del idioma.

El empleador más frecuente de esta Red es una multinacional o un empleador dependiente de la administración pública, que necesita contratar a un número determinado de trabajadores. Deben solicitar al consejero la autorización para acceder a la base de datos de currícula de EURES. Las PYMES tienen más complicado el uso de estas redes, ya que sus búsquedas se suelen realizar a nivel local o nacional. Sin embargo, la gratuidad de los procesos permite que las PYMES se vean favorecidas por este servicio.

El valor más importante de EURES es la red humana de consejeros existente. Son completamente accesibles para cualquier ciudadano con dudas, abiertos a la posibilidad de mantener entrevistas donde aconsejar personalmente a los usuarios. Mediante la utilización de esta Red se han eliminado completamente las barreras geográficas entre los servicios de empleo públicos de los estados miembros gracias a Internet. Además se crean sinergias entre los consejeros de los países miembros, facilitando en gran medida la interacción de sus servicios de empleo.

Como información complementaria, existen diferentes guías editadas para cada país miembro por sus consejeros, donde se explica la situación del mercado laboral de cada país, con el objetivo de proporcionar información útil sobre las condiciones de vida y trabajo del país de llegada. Además ofrecen datos sobre el nivel de vida de cada país y relación entre salario y costes, con precios en cada país de los servicios básicos. Normalmente son necesarios conocimientos del idioma de llegada, además de capacitación técnica.

Existen diferentes servicios complementarios proporcionados por las instituciones europeas asociados al mercado laboral online:

- El modelo común de currículum europeo: [Europass](#) es un modelo a disposición de todos los habitantes de la Unión Europea que trata de homogeneizar las variables esenciales para una candidatura, como el nivel de idiomas, a través del Marco Europeo de Referencia de Conocimiento de Idiomas. El objetivo es crear un modelo común de presentación de solicitudes a nivel de usuario. Se puede rellenar online a través de un asistente o descargar el documento.
- La cesión de salas y centros de formación para la organización de conferencias y jornadas de formación y orientación al empleo.
- Organización de jornadas de intercambio de experiencias con otros participantes en la Red, como los European Job Days, talleres de empleo con presencia de otros consejeros, reuniones de coordinación de las redes europeas de empleo.

En paralelo a la Red EURES, se ha creado la Oficina Europea de Selección de Personal (http://europa.eu/epso/discover/index_es.htm) donde todos los ciudadanos de la Unión Europea pueden acceder a las ofertas de empleo publicadas por las Instituciones (Parlamento, Consejo y Comisión) e iniciar una carrera profesional asociada a estos organismos.

EURES no es la única red a nivel europeo con contenidos laborales y profesionales. Existen otras redes como Solvit, Europilot, Eurídice, Leonardo, Europe Direct y Eurodesk donde el usuario puede acceder a contenidos de tipo legal o educativo útiles a la hora de trabajar en otros países miembros.

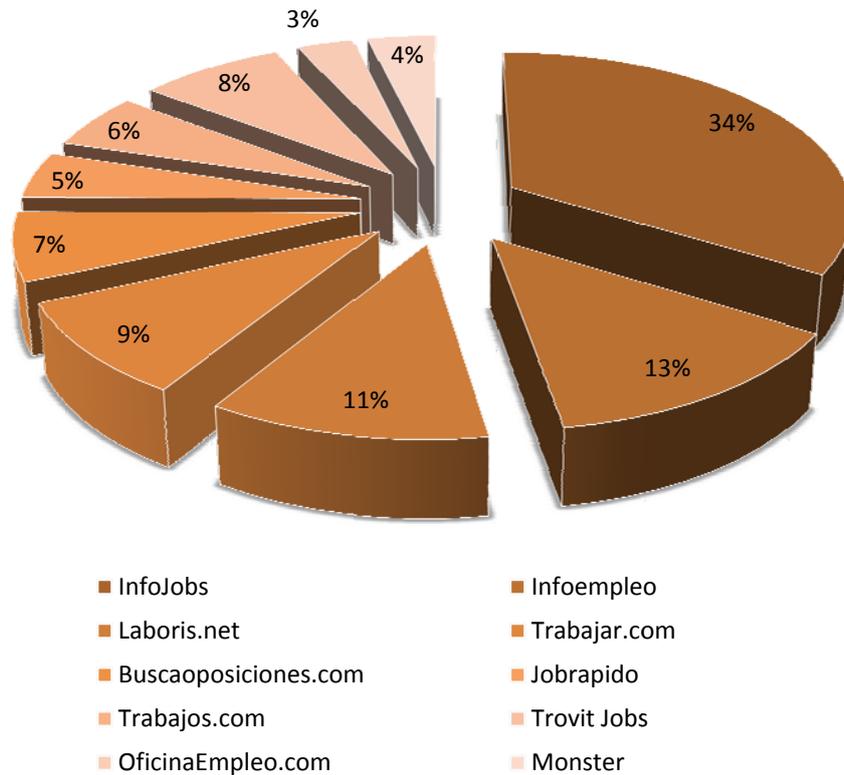
6.1.3. Portales de empleo de gestión privada

Los portales de empleo de gestión privada constituyen en conjunto la herramienta online más utilizada para la búsqueda de empleo a través de Internet. La Red es el entorno perfecto para las agencias de intermediación laboral por su flexibilidad, comodidad y rapidez. Prácticamente el cien por cien de usuarios de la Red con fines laborales han utilizado alguna vez un portal de este tipo durante sus periodos de búsqueda activa de empleo, según los datos recogidos en el proceso participativo.

Los empleadores acceden a los portales de empleo y el procedimiento más habitual es el de comprar un paquete de servicios para ofertar los puestos vacantes. No siempre se lleva a cabo la publicación de la oferta de empleo. En algunas ocasiones el propio ofertante ha publicado anteriormente en el mismo portal de empleo. En estos casos, el ofertante puede acceder a la base de datos generada por los candidatos que se inscribieron en sus anteriores ofertas. Por tanto, el estudio de los datos se suele realizar en función de los datos de usuarios únicos.

Como se observa en el Gráfico 9, resultado del análisis de los datos de audiencias online (ver Anejo II. Evolución del número de usuarios de portales de empleo durante el año 2009.), el panorama actual de los portales de empleo de gestión privada en España está dominado por infojobs.net, que ha alcanzado una cuota de mercado de un treinta y cuatro por ciento de media durante el año 2009. Los usuarios de este portal de empleo fueron más de tres millones mensuales. Seguidamente están situados los portales infoempleo.com y laboris.net. Estos portales superan el millón de usuarios mensuales, y representan un porcentaje de 13,5 y 11,4 por ciento respectivamente.

Gráfico 9: Distribución de los usuarios de empleo entre los principales portales de empleo online (porcentaje)

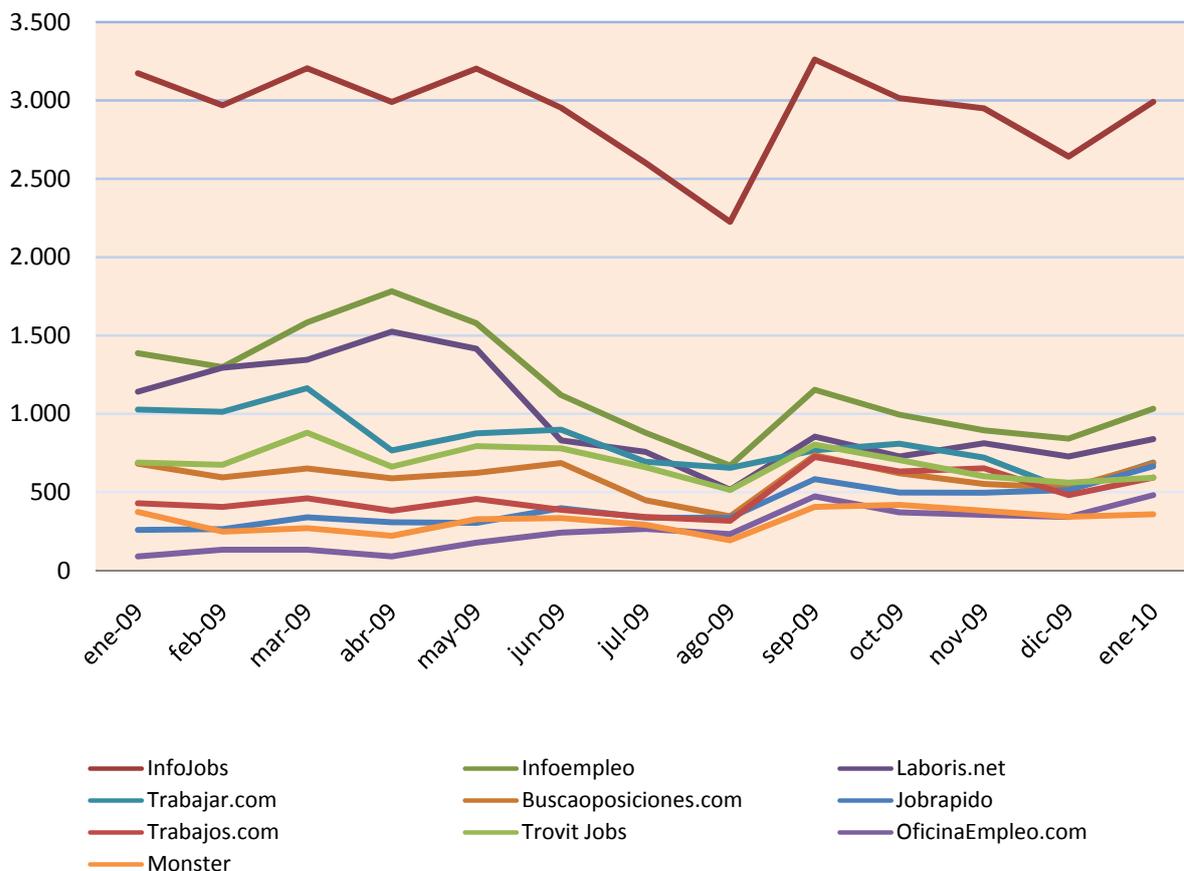


Fuente: Elaboración propia. Datos: OJD Nielsen.

Los datos oscilan entre los cinco y los seis millones de usuarios mensuales totales de los portales de empleo analizados. Entre los usuarios encuestados, el 99% afirma haber realizado búsquedas de empleo a través de al menos uno de los portales citados anteriormente. El número de usuarios de la Red con fines laborales es en realidad sensiblemente mayor, ya que en los datos no aparecen sitios Web tan importantes como las empresas de trabajo temporal o los portales de empleo asociados a publicaciones de tirada nacional.

El Gráfico 10 muestra la evolución en número de usuarios de los principales portales de empleo durante el año 2009. Se puede observar una gráfica de evolución con puntos comunes en su desarrollo anual. Existe siempre un pequeño descenso de usuarios durante los comienzos del verano, época de mayor número de contrataciones, que se recupera una vez pasado el mes de agosto. Entre diciembre y enero se recupera la tendencia creciente en todos los portales de empleo.

Gráfico 10: Evolución de los portales de empleo de gestión privada entre los meses de enero y diciembre de 2009



Fuente: Elaboración propia. Datos: OJD Nielsen.

En general muchos de estos portales de empleo han sufrido un descenso en el número de usuarios durante el último año. Estos portales diferencian dos tipos de usuarios. Por un lado, aquellos que se encuentran en paro y necesitan encontrar un empleo, y por otro aquellos usuarios que buscan mejorar las condiciones de su empleo a través de una de estas herramientas. Éste último tipo de usuario es el que ha modificado en mayor medida su comportamiento durante los últimos meses, pasando de un pensamiento de mejora de condiciones laborales a un pensamiento de "conformidad". Además, se ha producido un claro fenómeno de diversificación de la búsqueda de empleo a través de nuevas herramientas, especialmente las redes que han aumentado drásticamente su número de usuarios.

Todos los portales analizados ofrecen acceso a ofertas de empleo de manera gratuita, rápida y muy eficiente. Sin embargo, se han apreciado algunas diferencias:

- En cuanto a los empleadores, existen portales que permiten publicar ofertas de empleo de manera gratuita. Todos los portales de empleo públicos cumplen con este servicio gratuito,

mientras que tan sólo algunos de los de gestión privada lo permiten. Estos portales cuentan con una mayor facilidad de acceso para PYMES. La flexibilidad en el pago de los servicios es el factor más determinante para hacer un portal de empleo accesible a PYMES.

- Algunos de los portales de empleo tienen un enfoque nacional, como Infojobs.net e Infoempleo.com. Existen otros portales de carácter más internacional, tanto de gestión privada como de gestión pública, como la Red EURES o Monster.com.
- Prácticamente la totalidad de los portales analizados cuenta con información laboral a disposición del usuario. Sin embargo, existen sitios web especializados en contenidos con una parte asociada a un canal de empleo. Por ejemplo, los portales asociados a universidades cuentan en su mayoría con contenidos muy interesantes, ya que las universidades colaboran en muchos proyectos a nivel europeo y cuentan convenios que favorecen la inserción laboral entre sus alumnos. Otro tipo de portales especializados son aquellos alojados en las Webs de medios de comunicación. En este tipo de portales se puede encontrar el mayor volumen de contenidos totalmente actualizados.

Resulta complejo clasificar los portales de empleo en Internet por categorías, ya que normalmente son portales generalistas en los cuales, a través de filtros de búsqueda, se puede acceder a ofertas de empleo específicas. Sin embargo el modelo está comenzando a ser cuestionado por algunos especialistas, por lo que se está tratando de crear nuevos portales específicos por sector profesional, nivel de experiencia requerida, perfil profesional, etc. Los usuarios podrán acceder en el futuro, si esta tendencia continúa, a ofertas de empleo muy específicas en función del portal visitado y de su perfil profesional.

Por otra parte, existen los llamados servicios “Premium” de cobro al usuario. En los tres portales con mayor número de usuarios en España estos servicios ya son un hecho, mientras que otros portales apuestan por renunciar a cobrar cuotas al usuario, manteniendo los servicios de pago entre sus principales clientes.

El modelo de pago es hasta ahora opcional. Sobre una base gratuita, se desarrollan servicios adicionales de posicionamiento del currículum por los que hay que pagar. Otra modalidad en la que el pago puede ser realizado por el usuario es en situaciones en las que la empresa solicite consultar en una base de datos los expedientes profesionales de ciertos usuarios. Mientras antes estos costes eran asumidos por los empleadores, hoy en día son los usuarios los que tienen la opción de pagar las tasas. La empresa queda exenta y le sale gratis consultar el expediente de quien ha pagado.

Hay cierta controversia en estas actuaciones, ya que si los clientes de los portales de empleo son las empresas, no tiene sentido cobrar a los candidatos, ya que puede desvirtuar la selección. Las empresas luchan actualmente por superar la saturación de sus ofertas de empleo en cuanto al número de candidatos. El objetivo de los empleadores es acceder a pocas candidaturas con perfiles profesionales que encajen perfectamente con la oferta publicada. Según alguno de los expertos consultados, este proceso no cuenta con la transparencia necesaria. Si todos los candidatos pagan, ¿Quién sería el primero en la lista? Y si nadie paga, ¿Quién es el primero de la lista?

Según otro de los expertos consultados "La búsqueda de empleo en Internet no cuenta con la transparencia necesaria. Es imposible cotejar los datos de ofertas disponibles (por su esparcimiento en la Red a través de demasiados portales diferentes), no hay ningún organismo ni estadística que actualmente sea capaz de comprobar la veracidad de lo publicado".

6.1.3.1. Portales de empleo generalistas

Tabla 7: Clasificación de los principales portales de empleo de gestión privada de carácter generalista.

Portal de empleo	Características específicas	Dirección Web
Adecco	Adecco CareerUp: Programa propio de formación	www.adecco.es
Buscaoposiciones.com	Búsqueda de convocatorias de empleo público	www.buscaoposiciones.com
Cvnet – F.U.E.	Herramienta de la Fundación Universidad – Empresa para la gestión de procesos de selección	www.cvnet-fue.com
DonEmpleo.com	Portal de empleo con buscador directo de ofertas de empleo, empresas y seminarios de formación.	www.donempleo.com
El País clasificados empleo	Canal de noticias e informes muy actualizado.	http://empleo.elpais.com
Expansión y Empleo	Publicación especializada en contenidos, actualidad y tendencias del mercado.	http://www.expansionyempleo.com
InfoEmpleo	Portal de empleo generalista con mucha experiencia (El informe anual InfoEmpleo es una referencia)	www.infoempleo.com
InfoJobs	Portal de empleo e información laboral con la mayor cuota de mercado	www.infojobs.net
Jobrapido	Buscador de portales de empleo e información laboral	www.jobrapido.com
Laboris.net	Apartados específicos de formación y emprendedores	www.laboris.net
Manpower	Filiales: Manpower formación. Posibilidad de realizar búsquedas internacionales en 82 países	www.manpower.es
Mercadis	Portal de empleo especializado en personas con discapacidad	www.mercadis.com
Monster.com	Líder mundial en portales de empleo. Enfoque internacional	www.monster.es

Portal de empleo	Características específicas	Dirección Web
OficinaEmpleo.com	Publicación de ofertas de empleo gratuita. Apartado de “recursos” interesante.	www.oficinaempleo.es
Quierounbuentrabajo	Portal con acceso a prácticas, voluntariado y trabajo remunerado	www.quierounbuentrabajo.com
Randstadt	Posibilidad de realizar búsquedas internacionales. ETT con portal online.	www.randstadt.es
Trabajar.com	Portal con división sectorial Red Trabajar ofrece acceso a portales sectoriales de empleo	www.trabajar.com
Trabajos.com	Apartado de formación con enlaces a cursos interesante.	www.trabajos.com
Trovit Jobs	Interfaz sencilla y sistema rápido de búsqueda de ofertas	www.trovit.es
Unique	Empresa de recursos humanos especializada en algunos sectores	www.unique.es

Fuente: Elaboración propia.

Existen más portales generalistas en España, pero en relación al volumen de usuarios y actividad en general, los portales presentados en la tabla pueden ser considerados como los más importantes. Hay otras modalidades de herramientas similares a los portales de empleo con diferentes motores de búsqueda o búsquedas en diferentes portales al mismo tiempo, pero dichas herramientas se suelen nutrir de contenidos de los portales de empleo más importantes.

6.1.3.2. Portales de empleo sectoriales.

Existen portales de empleo específicos para algunos gremios, integrados después en una Red de portales de empleo. Los candidatos tienen acceso rápido y cómodo a través de portales específicos, dependiendo de su perfil profesional. Esto permite visualizar únicamente las ofertas publicadas por empresas de un determinado sector. En estos portales se realizan comparaciones entre las diversas empresas del un mismo sector en cuanto a las condiciones laborales de cada empresa. Existe un comparador de salario en la Red (www.cuantoganas.com).

A diferencia de las bolsas de empleo genéricas, el uso de portales de empleo sectoriales puede en algunos casos provocar un aumento del nivel de emparejamiento entre el empleador y el usuario, al eliminar de los procesos a todos los candidatos que no estén realizando búsquedas sectoriales.

Los recursos disponibles deben tener carácter completamente sectorial. Por ejemplo, en informaticos.com se ofrecen cursos de Java, mientras que en secretarias.com se ofrecen cursos de administración e idiomas.

Como caso práctico, se puede citar un ejemplo introducido por uno de los especialistas consultados: “En Australia existe un portal de empleo sólo para médicos con ofertas asociadas a otros valores

como la ciudad en la que se oferta el empleo, si ésta tiene buenos colegios, posibilidades de hacer surf y de ocio, si está cerca de ambientes naturales, etc. Con esto se consigue una personalización del proceso de preselección y un aumento en el nivel de emparejamiento. Es un portal con bastante carácter subjetivo, lo cual para mucha gente es muy importante. Con ello, se ha influido y conseguido reducir los índices de rotación porque cada vacante se ajusta perfectamente a los candidatos que presentan su solicitud. Desde que se produce la oferta el usuario ya sabe a lo que se va a enfrentar en relación a su puesto de trabajo, a la ciudad donde va a vivir, etc. También se produce la intervención directa de las personas responsables en cada oferta ya que son éstas las que explican las condiciones relacionadas con aspectos no laborales".

Los portales asociados a perfiles tecnológicos como informáticos o ingenieros cuentan con un gran número de usuarios, así como los portales específicos para comerciales y los pensados para administrativos. Destacan también las bolsas de empleo sectoriales de oficios.

En relación a los empleadores, la oferta de acceso a candidatos más específicos resulta también atractiva. Se consigue facilitar información sobre candidaturas más específicas a las empresas, y mediante un modelo de gestión de pagos adaptado a cada cliente se realiza la selección de personal. Destacan las empresas dedicadas al sector servicios, logística y distribución. En un portal sectorial especializado los términos técnicos y propios de una actividad son comprendidos perfectamente por los usuarios, y esto agiliza las interacciones.

Según los entrevistados, El 55% de las empresas que utilizan los portales sectoriales son pequeñas, el 33% medianas, y un 12% corresponde a las grandes empresas. Este porcentaje refleja un importante apoyo por parte de las PYMES a este modelo de portal sectorial, donde desde los contenidos hasta los costes están adaptados al sector.

Tabla 8: Clasificación de los principales portales de empleo de gestión privada de carácter gremial

Portal de empleo	Características específicas	Dirección Web
Administrativos.com	Correo electrónico propio para la búsqueda de empleo	www.administrativos.com
Animajobs	Portal de empleo destinado a animadores turísticos. Acceso a seminarios, castings y formación	www.animajobs.es
Arquitecto.com	Portal especializado en el mundo laboral de los arquitectos	www.arquitectos.com
Azafatasypromotoras.com	Correo electrónico propio para la búsqueda de empleo, orientado a azafatas de congresos	www.azafatasypromotoras.com
Colegios Profesionales	Portales de empleo propios destinados a profesionales de cada gremio	
Comerciales.es	Portal de gestión de oferta y demanda	www.comerciales.es

Portal de empleo	Características específicas	Dirección Web
	de comerciales	
Educajob	Gestión de recursos humanos en el sector de la docencia.	www.educajob.com
Farmaselección	Portal de empleo de la industria farmacéutica para la selección y formación de visitadores	www.farmaseleccion.com
Freelance.com	Portal de empleo de contacto entre todos los trabajadores por cuenta propia del sector tecnológico	www.freelance.com
Hacesfalta.org	Portal de empleo para trabajadores en ONG's y con posibilidad de realizar voluntariado	www.hacesfalta.org
Informaticos.com	Portal sectorial para informáticos, con menor audiencia que tecnoempleo	www.informaticos.com
Ingenieros.com	Portal especializado en la selección de ingenieros. Posibilidad de crear correo electrónico propio para la búsqueda de empleo	www.ingenieros.com
Jobtransport	Portal especializado en selección de personal del sector logístico y del transporte	www.jobtransport.es
Letrados.com	Correo electrónico propio para la búsqueda de empleo	www.letrados.com
Madrimasd	Portal de empleo asociado al I + D + i en la Comunidad de Madrid	www.madrimasd.org/empleo
Médicos.com	Portal de gestión del mercado laboral de médicos y profesionales del sector.	www.medicos.com
Mediempleo	Portal de empleo para médicos, enfermería y personal sanitario, con contenido especializado	www.mediempleo.com
Periodistas.com	Ofertas de empleo para periodistas y reporteros.	www.periodistas.com
People for Events	Portal de empleo dirigido a azafatas, modelos y profesionales en gestión de eventos	www.peopleforevents.com
Profesores.com	Portal especializado en contenidos laborales para el profesorado.	www.profesores.com
Secretarias.com	Portal con información laboral sectorial para asistentes personales	www.secretarias.com
Tecnoempleo.com	Portal de Empleo Especializado en informática, telecomunicaciones y tecnologías	www.tecnoempleo.com
Teletrabajo	Especialistas en recursos humanos asociados al teletrabajo	www.teletrabajo.es
Turiempleo	Portal especializado en recursos humanos del sector turístico	www.turiempleo.com
Turijobs.com	Portal de empleo destinado a los profesionales del turismo.	www.turijobs.com
Vendedores.com	Intermediación del mercado laboral de vendedores y comerciales	www.vendedores.com

Fuente: Elaboración propia.

6.1.3.3. Portales por experiencia y categoría de perfil profesional.

Existen portales de empleo de gestión privada dirigidos especialmente a perfiles profesionales de una determinada categoría. Se pueden encontrar portales dirigidos a personas con titulaciones de nivel bajo, medio y alto. La agrupación de la oferta de empleo publicada mediante este sesgo permite encontrar diversidad de oferta, pero toda ella destinada a un mismo nivel de perfil profesional

Los portales de empleo dedicados a la publicación de ofertas orientadas a oficios y profesiones que cuentan con un número de ofertas superior al de portales especializados en otros perfiles. Desde otro punto de vista se han desarrollado portales de empleo que se dirigen, por ejemplo, a recién titulados. Están especializados en encontrar prácticas o un primer empleo a la medida de los usuarios.

Los intermediarios en procesos de contratación de perfiles profesionales muy especializados o de un nivel muy alto suelen ser consultorías de selección especializadas, de carácter internacional y que llevan a cabo procesos muy personalizados.

Tabla 9: Clasificación de los principales portales de empleo de gestión privada en función del perfil profesional del candidato.

Portal de empleo	Características específicas	Dirección Web	Nivel del perfil profesional
Azcarreras	Información para redactar un cv o carta de presentación. Dirigido a recién titulados.	www.ascarreras.com	Perfiles profesionales altos y muy altos
CVExplorer	Es una base de datos generada para las empresas de selección y head-hunters	www.cvexplorer.com	
Catenon	Búsqueda de perfiles profesionales altos, con conocimiento de al menos dos idiomas	www.catenon.com	
Consulta y Selección	Selección, Formación y consultoría en recursos humanos.	www.consultayseleccion.com	
Cybersearch	Portal de empleo para directivos, mandos medios y técnicos	http://www.tea-cegos-seleccion.es/	
Page Executive Search	División de Michael Page dedicada a la contratación de perfiles altos y muy altos, generalmente directivos	http://www.michaelpage-executivesearch.es	
Psicotec	Ofrece servicios de selección, headhunting, formación y consultoría.	www.psicotec.es	
Talentiam	Servicios de selección profesional del sector textil	www.talentiam.com	

Portal de empleo	Características específicas	Dirección Web	Nivel del perfil profesional
Michael Page Personnel	Diferentes portales en función de la categoría profesional del candidato. Orientados a perfiles profesionales de nivel medio y medio alto	www.pagepersonnel.es	Perfil profesional medio
Capgemini	Especializados en recién titulados, acceso a ofertas de empleo de diversos sectores	www.es.capgemini.com	

Portal de empleo	Características específicas	Dirección Web	Nivel del perfil profesional
E - curricula	Servicio de recepción de candidaturas	http://e-curricula.com/	Perfiles profesionales bajos o sin experiencia laboral
Estudiantes.com	Portal dirigido a estudiantes, posibilidad de cuenta de correo propia para la búsqueda	www.estudiantes.com	
Fundación Universidad Empresa	Importantes programas de prácticas en empresas para estudiantes. Amplio contenido formativo	www.fue.es	
Primer Empleo	Portal especializado en prácticas, becas, primero empleos. Acceso a ofertas de empleo sin requerimientos de experiencia	www.primerempleo.com	
Universitarios.com	Creación de una cuenta de correo para la búsqueda.	www.universitarios.com	
Universia	Es la Red de universidades españolas con mayor actividad y número de usuarios	www.emplea.universia.es	

Fuente: Elaboración propia.

6.2. Webs corporativas.

Las empresas consultadas durante el proceso participativo estiman que una media del 89% de las últimas vacantes cubiertas ha sido procesada parcial o totalmente a través de Internet. La única fuente de contrataciones diferente a Internet que ha sido nombrada es la contratación por referencias o recomendaciones de trabajadores de la propia empresa. En algunos casos existen campañas para que los trabajadores hagan aportaciones de posibles candidatos interesantes para la empresa. También existen vacantes que son cubiertas internamente.

Las grandes empresas del sector industrial cuentan con departamentos de selección muy eficientes y actualizados. Muchos de ellos cuentan con su propio portal de empleo integrado en la página Web corporativa. En algunas ocasiones, se contratan empresas que gestionan el mantenimiento de los portales. Las ofertas del grupo empresarial se publican en estas herramientas a través de un canal de empleo propio, permitiendo acceder y rellenar los formularios de selección a cualquier usuario registrado. Con ello, los departamentos de selección crean bases de datos en función de las candidaturas recibidas. Para registrarse es necesario rellenar un formulario de valoración de capacidades profesionales, que se puede ir actualizando a través de la sesión de usuario. En algunas

de estas páginas Web es posible subir a la Red un currículum o incluso recibir periódicamente una publicación corporativa a través del correo electrónico en la cual aparecen las vacantes y ofertas de empleo.

En cuanto a las grandes empresas de comercialización de productos, el uso de Internet como fuente de contratación resulta vital. La mayor eficiencia se consigue con la apertura de un nuevo centro o en las campañas de verano y navidad, momentos en los que se necesita contratar mucho personal en muy poco tiempo.

Desde el punto de vista de los usuarios, un portal corporativo representa la posibilidad de evitar intermediarios en el proceso. Algo menos del treinta por ciento de encuestados utilizan estas herramientas frecuentemente, y los niveles de satisfacción respecto al uso de estas herramientas corresponden con la media general. Sin embargo, al ser preguntados si reciben contestación por parte del empleador, la mayoría de los usuarios afirman no recibir contestación al envío de sus solicitudes.

El personal de recursos humanos entrevistado considera positiva la introducción de los procesos online, ya que han disminuido la información en papel. Los costes ambientales y humanos se han reducido en este tipo de empleadores. Además consideran interesante la eliminación de intermediarios y la posibilidad de generar bases de datos de candidatos en función de las solicitudes recibidas.

6.3. Redes sociales y profesionales

6.3.1. Definición y características generales de las redes

Los usuarios de Internet han optado desde el inicio de la crisis económica por desplazar y diversificar sus búsquedas de empleo a través de otros canales, principalmente las redes. Según los expertos consultados, desde el 2005 están proliferando el uso de redes sociales y profesionales en los procesos de búsqueda de empleo. Estas herramientas se caracterizan por el aumento del nivel de interacción que son capaces de generar entre sus usuarios.

Las redes sociales tienen un componente principal de ocio, pero pueden ser utilizadas como medio para la búsqueda de empleo. El objetivo de las redes profesionales es estrictamente laboral, están orientadas hacia la búsqueda de empleo personalizada.

Las redes permiten al usuario llegar a un empleador por medio de otros usuarios con los que puede contactar y convertir en conocidos. Se produce un fenómeno de boca a boca online, y esto hace que

sea más sencillo encontrar los buenos profesionales en las redes que en la calle y que los candidatos que se presentan a una oferta puedan venir en muchos casos recomendados por otros usuarios de la red profesional. Se pasa a un nivel de contacto mucho más amplio. El soporte de información laboral sobre un usuario deja de ser simplemente un currículum para convertirse en un perfil digital, una “identidad” digital mediante blogs, perfiles, recomendaciones...

La gran velocidad del cambio tecnológico provoca que la hegemonía de los portales de empleo comience a ser amenazada por las redes. Los portales de empleo tratan de aumentar su flexibilidad y comenzarán a tomar fuerza los portales de empleo de segunda y tercera generación, con mayores posibilidades de interacción. Serán parecidos a las redes sociales, pero más especializados, sectorializados. Irán más encaminados a aumentar especificidad de cada proceso de selección.

Un empleador que contacta con un usuario a través de una red social o profesional puede obtener una información muy detallada sobre sus competencias profesionales y personales, además de observarlo en persona e incluso acceder a intervenciones del candidato durante jornadas laborales, presentaciones o congresos, teniendo una idea muy clara de sus competencias. Han aumentado la transparencia de los procesos.

Permiten un mayor nivel de recomendación entre usuarios y los profesionales cuentan con sistemas de recomendación propios entre sus usuarios. Según uno de los expertos consultados, la recomendación entre trabajadores ha aumentado (puede ser debido a la situación económica) y en ese aspecto es muy beneficioso contar con un perfil en las redes profesionales.

Al mismo tiempo, las redes (junto con otras herramientas) permiten que un individuo sea capaz de crear una “personal brand” o identidad digital. Este concepto se genera cuando una persona participa en una serie de sitios Web en los que pone de manifiesto sus competencias, tanto personales como profesionales. A través de su participación en blogs, comentarios en medios de comunicación, perfiles en redes sociales y profesionales, etc. el usuario es capaz de generar una “reputación online” propia. Un empleador con capacidad para rastrear las aportaciones de un posible candidato en redes y otros sitios Web puede obtener información sobre sus intereses, experiencias y otros aspectos personales.

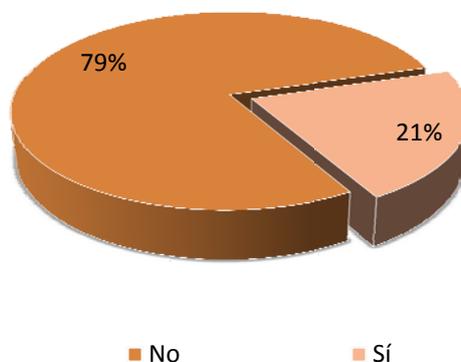
Un solicitante de empleo puede saber con quién debe hablar en cada empresa si el personal de recursos humanos también participa en redes profesionales. Puede saber la ruta de contactos hasta la persona responsable de selección en una empresa y puede participar en foros, grupos y eventos para darse a conocer. Ahí es donde un candidato debe ofrecer su información, ya que es lo que finalmente le va a permitir la diferenciación del resto de candidatos. El usuario puede hacer

aportaciones vía grupos, blogs, etc. Además, las ofertas pueden cambiar su dirección y llegar vía empresas que piensen en usuarios con un determinado perfil profesional. Existe un redireccionamiento de la información de las ofertas. La búsqueda deja de ser la única forma posible de encontrar un empleo.

Para los ofertantes significa una reducción importante en los costes. Mientras que un portal de empleo viene a costar unos doscientos euros de media por oferta publicada, estas herramientas son totalmente gratis para las empresas. Existe gran rapidez para encontrar perfiles a través de una búsqueda con filtros avanzados. La información que las redes profesionales aportan sobre los candidatos es generalmente más completa que la de los portales de empleo. La presencia de una empresa en la Red profesional tiene un mayor alcance y aporta a ésta una cuota gratuita de visibilidad online.

Según las entrevistas a expertos, las redes profesionales se encuentran en un estado inicial de penetración en los procesos del mercado laboral. No obstante, la mayoría consideran que la aportación de estas herramientas es positiva. Actualmente la impresión es que son muy útiles para buscar perfiles profesionales medios y altos.

Gráfico 11: Porcentaje de usuarios que afirman utilizar redes sociales y profesionales durante sus procesos de búsqueda de empleo



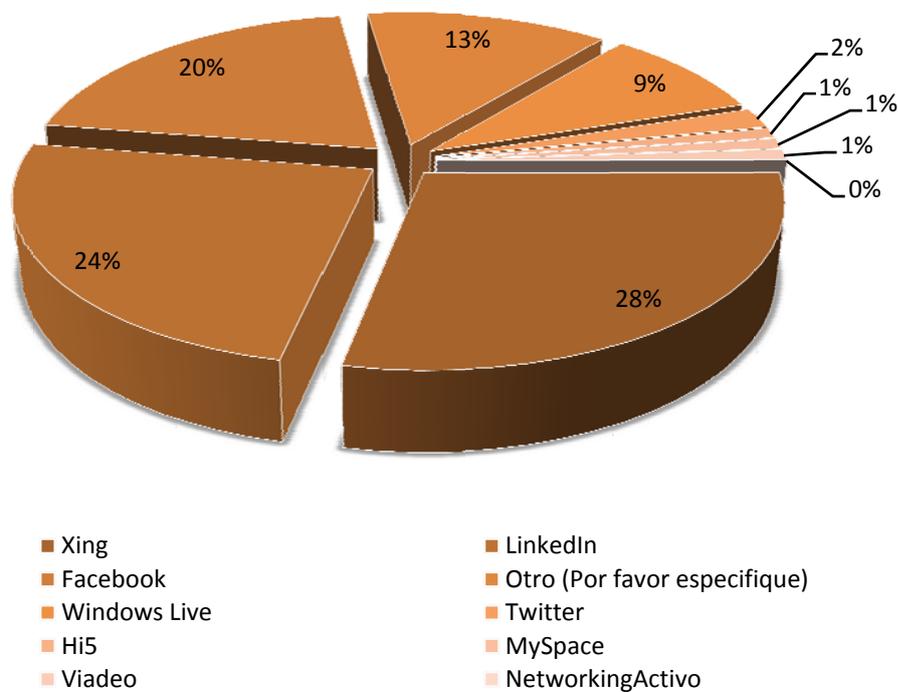
Fuente: Elaboración propia. Datos: Proceso participativo (706 respuestas).

Tan sólo el veinte por ciento de los usuarios encuestados afirman haber utilizado redes sociales o profesionales durante sus procesos de búsqueda de empleo. Pese a que se trata de herramientas novedosas y su actividad se encuentra en estado inicial, han alcanzado un porcentaje de usuarios reseñable. Las redes están asociadas a perfiles profesionales medios y altos, y relacionados directa o indirectamente con sectores familiarizados con las nuevas tecnologías.

Los datos del proceso participativo reflejan un nivel de introducción del usuario de portales de empleo en redes profesionales no muy elevado. Mientras el 99,3% de encuestados ha utilizado portales de empleo en alguna ocasión, tan sólo el 21% lo ha hecho con redes profesionales. Desde el punto de vista del candidato, la presencia en redes profesionales puede suponer cierta diferenciación con el resto, ya que las redes, lejos de encontrarse saturadas, se encuentran en un estado inicial de uso.

Se observa un claro predominio de uso de las redes de carácter profesional ante las de carácter social (Ver Gráfico 12). Aunque éstas últimas cuentan con un mayor número de usuarios, no se conciben como herramientas de carácter laboral.

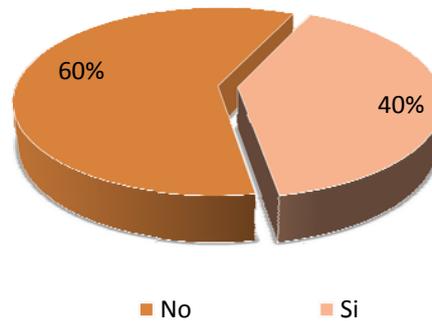
Gráfico 12: Distribución de las redes utilizadas por los usuarios encuestados



Fuente: Elaboración propia. Datos: Proceso participativo (706 respuestas).

La red más usada por los usuarios encuestados es Xing.com, seguida de LinkedIn y Facebook. El apartado denominado como “otro” las redes más nombradas han sido la red social Tuenti y la red profesional de nueva creación Job&Talent. Las dos redes más importantes de carácter profesional engloban a más del cincuenta por ciento de los usuarios encuestados.

Gráfico 13: Porcentaje de empleadores que afirman utilizar redes sociales y profesionales durante sus procesos de búsqueda de empleo



Fuente: Elaboración propia. Datos: Proceso participativo (275 respuestas).

Los datos del proceso muestran un mayor porcentaje de empleadores que utilizan las redes sociales y profesionales para encontrar candidatos adecuados en sus procesos de contratación. El cuarenta por ciento de los empleadores acceden a estas herramientas.

Las ventajas aducidas por los empleadores son la disponibilidad de contacto de perfiles profesionales altos, la gratuidad de las búsquedas y la cantidad de información que proporcionan sobre sus usuarios (visibilidad). Además se han destacado aspectos como la posibilidad de realizar búsquedas de candidatos incluso cuando éstos no se encuentran en procesos de búsqueda activa de empleo, el nivel de actualización de los perfiles y la capacidad que aportan de buscar candidatos con mucha experiencia en algún sector.

La impresión que generan las redes entre los profesionales de los departamentos de selección es que requieren una mayor dedicación en tiempo que la mera publicación de ofertas, pero que los resultados son mejores debido al aumento del nivel de emparejamiento entre el candidato y la oferta y los costes son realmente inferiores a los de la publicación de ofertas.

Para los empleadores, las redes sociales y profesionales aportan opiniones fiables sobre el candidato. Son capaces de obtener las referencias más seguras sobre un usuario a partir de contactos comunes. Reducen el número de candidaturas a manejar en los procesos de preselección y permiten por tanto utilizar criterios más selectivos. Se puede generar un "rumor profesional" sobre una oferta específica del empleador y esperar a que aparezcan candidatos referenciados, lo que supone una importante ventaja para los empleadores.

Según uno de los expertos entrevistados, cuando las empresas tengan personal de recursos humanos que sean capaces de dominar las redes sociales y profesionales, podrán extraer mucha información sobre los posibles candidatos, cosa que antes resultaba imposible. Va a revolucionar la interacción

hasta el punto de que sea posible alcanzar cierto nivel de fidelidad con un candidato antes incluso de su contratación. Los portales 1.0 serán sustituidos por otros agentes de la “democratización tecnológica”, especialmente las redes.

6.3.2. Redes sociales

Una Red social consiste en una estructura compuesta de personas que están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes, intercambios económicos, o comparten creencias, hobbies o pasatiempos comunes, conocimientos o estatus (Teulings & Gautier, 2004).

Los internautas españoles dedican un 20% de su tiempo de navegación en Internet a las redes sociales, según un informe de la consultora Nielsen Online, donde se afirma además que el crecimiento en uso de este tipo de redes fue de un 4,4% durante el último año. Este último dato representa el menor crecimiento anual entre los países de la Unión Europea. El informe añade que el 77% de los internautas españoles "utiliza las redes sociales de manera habitual para comunicarse con familiares y amigos y compartir, en tiempo real, sus opiniones sobre temas variados o sus últimas fotografías o vídeos" (Efe, 2010).

Las redes sociales cumplen una función de contacto entre amigos, conocidos y usuarios con algunos factores en común. Por el momento, no son un elemento directo utilizado en las búsquedas de empleo por usuarios de la Red. Sin embargo, esta concepción está variando con el paso de los años. Actualmente, grandes empresas e incluso especialistas en selección y reclutamiento cuentan con sus propios canales o perfiles en una Red social. A través de ellos es posible difundir ofertas de empleo o informaciones de carácter laboral interesantes para sus contactos sociales.

Existen dos modelos clave en el funcionamiento de las redes sociales. Por un lado, existen redes en las que dos usuarios deben aceptarse añadirse mutuamente como contactos para acceder a la información publicada por uno de ellos. Es el modelo, por ejemplo, de la Red Facebook, la más importante. Por otra parte, existe otro modelo utilizado entre otras por la Red Twitter, donde un usuario puede seguir libremente la información publicada por otro sin tener que solicitar su consentimiento.

Ante la creciente importancia de estas redes, las principales compañías ofertantes de servicio de correo electrónico se han lanzado a la creación de redes sociales en las que el usuario del correo electrónico es incluido, salvo petición en contra. Así lo han hecho Hotmail con Windows Live, Gmail con Buzz! y Yahoo con la Red social del mismo nombre. Lo que intentan estos servicios es sacar

partido a su gran inventario de cuentas de correo electrónico (en el caso de Yahoo!, por ejemplo, 280 millones de usuarios). Los usuarios, como ya ha sucedido con Hotmail y Gmail, serán añadidos a la Red social por defecto, y tendrán que solicitar su eliminación expresamente (Alandete, 2010).

Tabla 10: Clasificación de las redes profesionales con presencia en España

Red profesional	Características específicas	Dirección Web
Facebook	Red social pionera desarrollada por estudiantes de Harvard. Abierta a cualquier persona con cuenta de correo electrónico	www.facebook.com
Hi5	Red social de carácter juvenil, con acceso a juegos y contenido de entretenimiento	www.hi5.com
MySpace	Red social que ofrece al usuario la posibilidad de publicar documentos en formato multimedia. Red de referencia para profesionales del sector audiovisual	www.myspace.com
Orkut Beta	Red social implementada por Google en paralelo a la Red social de contactos de Gmail	www.orkut.com
Red Social PYMES	Red social con enfoque profesional, destinada a compartir información sobre el mercado laboral de PYMES	www.redsocialpymes.com
Spaniards	Red social dedicada a españoles que residen o viajan al extranjero y desean conocer la experiencia de personas en situación similar	www.spaniards.es
Tagged	Red social con acceso a contenidos de entretenimiento, buscador de contactos y chat	www.tagged.com
Twitter	La Red de actualidad más importante del mundo. Los usuarios publican las últimas noticias. Red donde se pueden encontrar multitud de usuarios influyentes a nivel social	www.twitter.com

Fuente: Elaboración propia

Originalmente la Red social líder a nivel mundial (Facebook) era un sitio Web para estudiantes de la Universidad de Harvard, pero actualmente está abierto a cualquier persona que tenga una cuenta de correo electrónico. Los individuos pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica, entre otros parámetros comunes con otros usuarios.

6.3.3. Redes profesionales

En el caso de las redes profesionales el perfil de usuario es gestionado en torno a sus competencias laborales. Las redes profesionales permiten establecer contacto con otros usuarios con los que un candidato puede contactar a través de una ruta de contactos, servicio proporcionado por la propia compañía. Cuentan con varios niveles de conocidos o amigos, según los cuales se permite acceso a información profesional del usuario hasta un determinado nivel de detalle.

Las redes profesionales surgieron como una herramienta disponible para cubrir un segmento de empleo altamente cualificado que apenas utilizaba los portales de empleo durante sus procesos de búsqueda. Los primeros usuarios en entrar en ellas fueron aquellos que contaban con perfiles profesionales más altos, y las consultoras de recursos humanos y cazatalentos supieron hacer un uso de ellas muy importante. Sin embargo, en los últimos dos años su uso se ha comenzado a generalizar y comenzaron a ser utilizadas por usuarios con perfiles profesionales de nivel medio.

Estas redes han permitido a agentes de intermediación laboral llegar hasta candidatos que antes no eran accesibles de ninguna manera. Han simplificado el proceso de contactar a perfiles muy altos que estén abiertos a recibir ofertas. Ha aumentado la accesibilidad, el tipo de contacto que se produce ha variado y ahora hay posibilidad de que la interacción de Red se haga de manera mucho más amplia y efectiva. Han incrementado las posibilidades de visibilidad para la mayoría de usuarios de portales de empleo, permiten interactuar y mostrarse de una manera más detallada. Algunos de los expertos consultados hablan del “efecto escaparate” que han introducido las redes profesionales.

Las empresas de selección de candidatos con perfiles profesionales muy altos han conseguido repentinamente una manera más flexible y sencilla para contactarlos. Sin embargo, según expertos de estas propias empresas, las redes profesionales han perdido algunos de sus miembros con un perfil profesional más alto. Se han achatado por la parte superior, debido a la mala gestión que se ha podido realizar por parte de algunos usuarios. Un usuario registrado que cuente con alguna característica deseada por muchos otros usuarios de la Red puede sufrir cierta sensación de agobio si tiene muchas peticiones de contacto y recomendación.

Un usuario que desee publicar una oferta de empleo puede encontrar la demanda casi instantáneamente y las capacidades de búsqueda y de indexación que se consiguen son mayores. Esto consigue aumentar ligeramente la transparencia del proceso. Según uno de los expertos consultados, “Si sufriéramos la misma crisis que ahora mismo, pero sin Internet y las herramientas que aporta para la intermediación laboral, la situación sería peor y los plazos serían más largos”.

La mejor ventaja que aportan es que basta con generar un perfil profesional propio para permitir multiplicar nuestro número de contactos. El perfil generado puede ser visitado, hasta un cierto límite de privacidad, por cualquier usuario y a cualquier hora. El perfil puede abrir muchas vías de acceso a otros perfiles, tanto de candidatos como de empresas o instituciones de interés para el usuario. A las posibilidades de establecer nuevas relaciones se añade la notoriedad que esto nos proporciona.

Como su uso no es aún generalizado, los usuarios registrados son sensiblemente más visibles que los no presentes en las redes. Normalmente los especialistas en selección y recursos humanos cuentan con un perfil propio en este tipo de herramientas.

Tabla 11: Clasificación de las redes profesionales con presencia en España

Red profesional	Características específicas	Dirección Web
IcTNet - Viadeo	Red profesional de profesionales y empresas de ámbito español y latinoamericano. Con diversos grupos sectoriales	www.ictnet.es
Infonomía	Red de innovadores para el intercambio de ideas y experiencias creativas. Posibilidad de intercambio de información relacionada con la innovación	www.infonomia.com
Job & Talent	Red destinada a poner en contacto a recién titulados con grandes empresas, cuenta con un marcado carácter profesional	www.jobandtalent.com
LinkedIn	La Red profesional líder a nivel mundial. Posibilidad de realizar búsquedas mediante rutas de contacto. Alertas por correo electrónico, canal RSS, redes sociales. Acceso a grupos profesionales	www.linkedin.com
Networking Activo	Red profesional española. Ofrece contenido especializado y muchos enlaces con canales de empleo y redes sociales	www.networkingactivo.com
RHM	La primera Red social de profesionales de recursos humanos en España. Contenido especializado.	www.redsocial.rrhhmagazine.com
Viadeo	Ofrece la posibilidad de contactar con expertos en función de cada sector, pertenecer a grupos profesionales, información sobre máster y ofertas de empleo	www.viadeo.com
Xing.com	Acceso a grupos profesionales, ofertas de empleo y bases de datos especializadas. Mapa de contactos y ruta de contactos a disposición del usuario	www.xing.com

Fuente: Elaboración propia

Según la información de Nielsen Online España, la Red social LinkedIn, líder a nivel mundial y nacional, pasó de tener 674.000 usuarios en abril de 2009 a contar con más de un millón de usuarios (1.004.000) en el mismo mes de 2010, representando un crecimiento mayor del 35%. LinkedIn es la primera Red profesional en Europa y Estados Unidos por número de miembros. Cuenta con once millones de registros en Europa y cuarenta y cinco en el mundo. Sus visitas han crecido un 80% en España desde julio de 2008. En 2010 ha alcanzado el millón de usuarios en España, situándose como segunda herramienta laboral online con mayor número de usuarios, únicamente superada por Infojobs.net.

Aunque en menor medida la empresa europea Xing.com ha evolucionado desde los 410.000 usuarios a los 434.000. El volumen de negocio de esta Red en España ha crecido un 31% en el primer trimestre de 2010 respecto al mismo periodo del año anterior. El incremento de usuarios, según datos propios de la empresa, ha sido de un 23% durante los últimos doce meses.

El concepto de Red tal y como está articulado hoy en día, promete asimismo evolucionar. Un buen ejemplo de ese desarrollo es la española Job&Talent. Esta Red de cuño reciente pone en contacto a jóvenes profesionales licenciados con grandes compañías, en un formato híbrido que conserva la vocación de Red -y su carácter social- dando entrada a las empresas, hasta ahora presentes en los portales de empleo (León, 2010).

En cuanto a la tendencia, la opción generalizada que manejan los expertos consultados radica en que las redes profesionales terminarán por ser herramientas de carácter sectorial. Su contenido, ofertas y perfiles de usuarios se irán especializando por sectores hasta que estas herramientas reflejen a través de Internet la situación real de un sector determinado.

La inclusión de las grandes empresas en las redes profesionales está siendo más lenta de lo esperado. Hasta ahora parece que son las PYMES las empresas más interesadas en este tipo de herramientas que les permiten la coordinación e interacción con otras pequeñas empresas del mismo sector. Según las grandes empresas consultadas, es preciso determinar bien los términos de protección de datos. Además, crear un perfil profesional de cada uno de sus empleados sería un proceso más largo y complejo que crear un perfil profesional online para una PYME.

Se puede asumir que las redes se destapan en el mercado laboral como un fenómeno imparable. Debido a que los perfiles profesionales de los usuarios son ahora de nivel más moderado las redes profesionales han aumentado su variedad. Hay un mayor número de profesionales de tipologías muy diferentes presentes en las redes. Ahora no todos los participantes son directivos y usuarios de nivel profesional alto. El proceso de actualización de un perfil profesional online representa un coste casi inapreciable, una vez éste ha sido creado. Incluso se perciben ciertas variaciones en el modelo. Por ejemplo, una persona que cuenta con un contrato en vigor puede crear su propio perfil profesional y simplemente aplicar un mantenimiento periódico mientras que sigue siendo visible para los empleadores que puedan considerarse potencialmente interesados en él.

Las redes permiten a un único usuario asumir tanto el papel de candidato como el de empleador, ya que cuentan con la posibilidad de publicar ofertas de empleo a través del perfil del usuario. Por otra parte, es posible acceder a ofertas de empleo de otros usuarios mediante búsquedas a través de filtros. Muchos de los usuarios están registrados con el pseudónimo de su empresa. Resulta una herramienta muy importante para las empresas pequeñas y familiares, que consiguen una presencia en su sector profesional muy valiosa a través de una herramienta totalmente gratuita.

Otra ventaja de este tipo de herramientas es la posibilidad de pertenecer a grupos muy especializados de profesionales del mismo sector que el usuario, donde se debaten las últimas

novedades, se informa sobre las tendencias y se puede acceder a la información sobre vacantes del sector por medio de la interacción establecida entre miembros de un mismo grupo.

Por último, las redes profesionales son un elemento clave en la difusión de eventos especializados. Un evento puede ser difundido entre profesionales especializados ayudando a que éste cuente con un mayor nivel, tanto de ponentes como de asistentes. Además se puede gestionar incluso la gestión de los procesos de inscripción contactando con los organizadores a través de la herramienta.

6.3.4. Interacción entre redes sociales y profesionales

La relación entre las redes de carácter social y las de carácter profesional es un hecho cada vez más patente entre los usuarios de Internet. Según datos de la Red social Twitter, el ocho por ciento de sus usuarios se han registrado por motivos laborales. Twit JobSearch es el portal de empleo asociado a esta Red social que ofrece la posibilidad de que el usuario presente su candidatura a través de Skype.

Algunas compañías relacionadas con el mercado laboral cuentan con un perfil de usuario en las redes sociales a través del cual publican ofertas de empleo. De hecho, este es uno de los servicios ofrecidos a sus clientes. Algunos portales tienen su propio perfil en Facebook y las ofertas se van volcando en esta Red social a la vez que se publican en el portal de empleo. Con ello consiguen llegar a sus candidatos a través de otras herramientas como las redes sociales. Es una manera de aumentar la difusión de las ofertas publicadas a través de redes sociales y por lo tanto un servicio extra que se puede ofrecer a un cliente.

Existen otros servicios de visibilidad para los empleadores, como que sus ofertas de empleo sean las primeras que aparecen. Se resaltan mediante banners, texto en negrita en el canal corporativo en el perfil de la Red social. Se trata de llevar las ofertas donde se encuentran los candidatos.

El aspecto más contradictorio de todo este nuevo proceso reside en la protección de la información privada de un candidato. Únicamente los contactos que el candidato ha decidido aceptar tienen acceso a esta información (fotos, comentarios personales, gustos...). Para poder acceder a las ofertas publicadas en el perfil del empleador ambos deben aceptarse como contactos. Desde el perfil del empleador el personal de recursos humanos tiene acceso a información del candidato relacionada con sus características profesionales y personales.

En este sentido, surge un nuevo componente al que todo usuario de una Red social debe prestar atención. ¿Cómo gestionar la reputación profesional en las redes sociales? Es muy importante seleccionar los contactos que se aceptan en las redes ya que ese hecho aporta un nivel de acceso a información personal que es preciso medir, ya que puede existir información privada. Es necesario

que un usuario aprenda a controlar el tipo de conexiones y relaciones que va a afrontar mediante el uso de dichas redes. En cierta manera, el usuario se encuentra ante un escenario en el que las barreras entre la información profesional y personal que aporta a su perfil se vuelven algo difusas.

Si bien existen herramientas para establecer filtros y a qué contenidos acceden nuestros contactos, lo cierto es que la mayoría de los usuarios no utilizan la configuración de preferencias o diferentes niveles de privacidad o bien no sabe que existen. Sigue siendo una minoría la que se preocupa de establecer listas o niveles de privacidad.

En cuanto a la aceptación de los usuarios que desean establecer contacto, el dilema reside en aceptar todas las solicitudes de contacto o bien establecer una pequeña Red de contactos “de confianza” para el usuario. Si se trata de alcanzar el mayor número de contactos para aumentar la visibilidad del perfil profesional en la Red el criterio debería ser el de aceptar la interacción con todos los contactos, pero se tiene que prestar mucha más atención a los contenidos del perfil, que serán de dominio público para mayor cantidad de gente. Si por el contrario se decide reducir el uso del perfil a un ámbito más cercano a nosotros, se pueden publicar contenidos sin preocuparse por la privacidad, ya que todos los contactos son personas cercanas al usuario en la vida real, aunque el alcance del perfil profesional será menor.

Los criterios personales de aceptación de contactos pueden ser variados, pero la realidad es que como profesionales los usuarios deben tener un objetivo claro y en base a esto definir qué procedimiento es el mejor y qué va a aportar la herramienta utilizada a corto, medio y largo plazo. Por tanto, las decisiones adoptadas deben estar alineadas con los objetivos de uso establecidos, sean estos personales, profesionales o la combinación de ambos.

6.4. Herramientas complementarias y otras fuentes de información

Aunque las herramientas de acceso directo a ofertas de empleo son principalmente los portales de empleo y las redes sociales, especialmente las profesionales, existen una serie de herramientas que proporcionan información complementaria sobre el mercado laboral.

Por ello, suelen ser herramientas de consulta gestionadas por un experto en el sector para profesionales de todo tipo, ya que se encuentran completamente actualizadas y en ellas se accede a información muy interesante sobre las características del mercado laboral.

Las herramientas de información más importantes son los blogs, foros de empleo y publicaciones especializadas. Todos los usuarios de Internet con cuenta de correo tienen la posibilidad de crear su propio blog de manera totalmente gratuita, y publicar en él los contenidos que crea interesantes

para el resto de usuarios. De la misma manera, se han identificado una serie de publicaciones de carácter periódico asociadas al mercado laboral, que ofrecen contenidos muy actualizados proporcionando información interesante.

Los contenidos de este tipo de sitios Web giran en torno a aspectos como la preparación, el sueldo, los derechos laborales, las relaciones profesionales, el futuro profesional y el mercado laboral en general. Son medios enfocados al trabajo y para el desempleado **tratan de ofrecer soluciones innovadoras sobre cómo buscar empleo, cómo reciclarse profesionalmente, dónde buscar empleo, etc. Los contenidos son presentados en formato de artículo o en vídeo.** Últimamente la presentación en vídeo resulta la más extendida, ya que en éstos el experto puede presentarse con mayor versatilidad y aportar información de manera más precisa y cómoda.

Tabla 12: Caracterización de herramientas complementarias de información laboral

Herramienta	Características específicas	Dirección Web
Blogger Jobs.biz	Modelo anglosajón de blog con contenidos laborales, incluidas ofertas de empleo	www.bloggerjobs.biz
El blog de Enrique Dans	Investigación y opinión acerca de los Sistemas y Tecnologías de Información.	www.enriquedans.com
Empleo.astalaweb.com	Web dedicada a la recopilación de recursos relacionados con el empleo	www.empleo.astalaweb.com
Foro empleo	Herramienta informativa sobre foros de empleo a nivel nacional.	www.forodeempleo.com
Foro trabajo y empleo	Foro de trabajo Para particulares o empresas. dudas laboral, Ofertas de trabajo, oposiciones, noticias, test de empleo, formación	www.trabajosyempleo.com
Forotrabajo.es	Blog, listado de cursos y acceso a red de foros de empleo	www.forotrabajo.es
RRHH Digital	Periódico online de recursos humanos. Además permite el acceso a empleo	http://www.rrhhdigital.com
RRHH Press	Publicación de actualidad temática de recursos humanos. Opinión y búsqueda de empleo	http://www.rrhhpress.com
Yoriento.com	Blog sobre Orientación Profesional, Búsqueda de Empleo, Coaching, Psicología en la Empresa, Networking, y Análisis de Ofertas de Trabajo	www.yoriento.com

Fuente: Elaboración propia

Existen blogs y foros donde se recoge información de los usuarios que tienen o han tenido información de una empresa que pueden ser positivos o negativos, es decir, el usuario puede encontrar online la reputación de una determinada compañía. Se ha aumentado el nivel de transparencia gracias a la existencia de este tipo de herramientas. Por tanto, el papel de los propios empleadores es el de aportar información a los usuarios de la Red, ya que se va a poder acceder a información sobre el ofertante por la vía corporativa o mediante foros en los que participan usuarios

que han tenido o tienen actividades laborales relacionadas con el funcionamiento de un posible empleador.

6.5. Ferias de empleo virtual

En los procesos de búsqueda de empleo en la Red han surgido en los últimos años las llamadas ferias de empleo virtual. Se trata de herramientas de simulación muy potentes, que permiten al usuario interactuar de la misma manera que lo haría en una feria de empleo presencial. Los empleadores disponen de espacios distribuidos en stands dentro del recinto virtual.

Los stands cuentan con varias áreas que aportan al usuario información acerca de los empleadores. Estos apartados proporcionan contenidos diversos sobre la empresa o empleador en cuestión. En ellos se puede encontrar información corporativa como los departamentos con los que cuenta una empresa, los clientes, los segmentos de su actuación profesional, etc.

El usuario cuenta con la posibilidad de contactar a través del stand con un empleado del departamento de recursos humanos a tiempo real. Esta comunicación se realiza mediante un servicio de chat a tiempo real, que ofrece también la posibilidad de enviar el currículum directamente al personal de selección. Este sistema permite la interacción bidireccional inmediata entre la empresa y el candidato permitiendo resolver dudas o aclarar aspectos de su perfil profesional a tiempo real. Como novedad, el servicio ofrece la posibilidad de realizar un test de emparejamiento entre la empresa y el candidato, a través de una serie de preguntas que se responden online. Con ello se consigue mejorar la relación solicitante – ofertante previamente al envío de la candidatura desde la propia herramienta.

Según los datos de los entrevistados, una feria de empleo virtual a nivel local es visitada por alrededor de 10.000 personas, mientras que una feria de empleo de alcance nacional recibe unas 120.000 visitas. El periodo de duración de estos eventos es aproximadamente de dos semanas. Las ferias de empleo virtuales se realizan en función de un perfil profesional definido previamente, son completamente dirigidas a un tipo de usuario. En Europa ya han utilizado esta herramienta unas setecientas empresas, siendo la tipología más común la de una empresa de tamaño grande.

En este caso, al igual que en las redes sociales, el currículum se convierte en una parte de la candidatura, que no tiene porqué ser la más importante. Puede ser más eficiente una buena gestión de la presencia del candidato en la feria de empleo o una buena interacción con la empresa a la hora de conseguir éxito.

7. Pautas para la elección de las herramientas y los modelos de búsqueda de empleo

Como se ha hecho referencia en apartados anteriores, el gran inconveniente de la penetración tan brusca de Internet en los procesos de intermediación laboral es su saturación, característica negativa que ha sido mencionada tanto por los usuarios como los empleadores consultados. Una situación negativa muy común en la Red, familiar para el usuario medio y muy mencionado por los expertos (durante el proceso participativo), es la competición de una candidatura con las numerosas solicitudes que acceden a un mismo proceso de oferta empleo.

Esta situación puede desembocar en una pérdida de motivación en el candidato y es posible que aparezca cierto sentimiento de desilusión. La Red ha alcanzado ya valores muy importantes de presencia en hogares y puestos de trabajo y que, por lo tanto, prácticamente la totalidad de la población puede acceder a ofertas de empleo presentes en este medio. Un usuario debe imaginar que el acceso a estas ofertas de empleo sería como un proceso de selección presencial en el que la puerta está abierta para todo aquel que quiera apuntarse, incluso cuando su perfil profesional no coincide con las características requeridas en la oferta de empleo.

Por ello, es de **vital importancia que el candidato prepare muy bien cada solicitud de empleo, como un proceso independiente, dedicando el tiempo suficiente**, y sin caer en la falsa idea "cuanto menos tarde, más solicitudes podré enviar".

7.1. Pautas para aumentar la visibilidad de la candidatura en función de las preferencias de los empleadores

Es importante tener una idea previa de lo que un empleador busca cuando publica una determinada oferta de empleo. El usuario debe analizar bien los requerimientos, las condiciones y los términos en los que está redactada cada oferta para poder conseguir una correcta visibilidad de su solicitud. Sin este análisis previo el envío de candidaturas es menos efectivo. Existen gran cantidad de empleadores con diferentes tipologías a las que el usuario tendrá que adaptar el estilo, el fondo y la forma de sus solicitudes.

Saber cómo destacarse sobre los demás se está convirtiendo en un factor estratégico. Según uno de los expertos consultados: "Mantenerse activo en el mercado laboral es fundamental para cualquier

profesional en los tiempos que corren y ahora se pueden servir de todas las herramientas que nos ofrecen las nuevas tecnologías para conseguirlo.”

Los candidatos deben diversificar su búsqueda al máximo con el objetivo final de estar presente en diferentes tipos de herramientas y portales. Los seleccionadores buscan candidaturas claras, concisas y que resalten claramente las diferencias con el resto de solicitantes. Resulta fundamental darle visibilidad extra a la candidatura, ya que puede marcar la diferencia respecto a los demás. Cuando un usuario pretende aumentar sus expectativas profesionales es importante que se muestre lo mejor posible ante los que buscan un candidato.

Los resultados del proceso participativo, realizado sobre cerca de doscientos setenta empleadores de todas las tipologías, muestran que el aspecto más valorado es el ajuste del perfil profesional a la oferta de empleo. Es imprescindible mandar solicitudes únicamente a las ofertas de empleo que se ajusten perfectamente a nuestro perfil profesional. Incluso, según uno de los entrevistados, mandar el currículum a ofertas de empleo a través de una misma página Web corporativa que no esté emparejado con el perfil del usuario puede generar una mala reputación previa en el empleador y que esto perjudique al candidato a medio plazo.

En la actualidad, debido a la masificación de las ofertas de empleo, un candidato no puede encontrarse fuera del mercado ni permitirse el lujo de pasar desapercibido debido a la gran competencia y a la crisis económica. Estos factores dificultan la posibilidad de alcanzar un buen puesto de trabajo. Independientemente de la situación laboral del candidato, los empleadores aprecian la posibilidad de añadir a sus plantillas nuevas promesas y por ello hay que ser visible ante cualquier oportunidad que pueda aparecer.

7.2. Pautas para la elección de las herramientas online más interesantes en los procesos de búsqueda de empleo.

Un candidato debe saber diversificar sus búsquedas de empleo a través de las herramientas que encuentra a su disposición en la Red para buscar empleo. Con la introducción de las redes profesionales se ha producido un cambio en el escenario online del mercado laboral. Estar únicamente presente en portales de empleo se ha vuelto en algún caso insuficiente, siendo interesante para el usuario encontrar nuevas formas de presencia en la Red de cara a promocionar su perfil profesional mediante la diversificación de su presencia.

La Red es un proveedor de información laboral, y es importante saber dónde debe un usuario estar presente y qué información es necesario aportar. Es necesario una selección de las herramientas que se van a utilizar por parte de un candidato.

Para ello, el usuario en búsqueda de empleo debe autoanalizarse y decidir qué es lo que puede ofrecer y cómo es el trabajo que busca. Hay que tener muy claro qué se busca y qué se ofrece. Para ello hay que saber resumir los intereses. Es preciso analizar variables como disponibilidad para viajar y vivir en otra ciudad o país, condiciones que espera del trabajo, retribución. Igualmente un usuario debe tener muy claro antes de comenzar a buscar empleo de manera activa qué aportará al empleador, cuáles son sus principales competencias técnicas, personales y contextuales.

Para aumentar la visibilidad profesional de un candidato, éste debe ser muy específico en la búsqueda. Debe realizar búsquedas especializadas en herramientas de su sector profesional, apuntándose a portales de empleo, bolsas de trabajo, empresas de trabajo temporal y consultoras especializadas en las que su perfil específico tenga posibilidades. Hay que hacer uso de plataformas profesionales específicas que garanticen la visibilidad ante empresas que se encargan de reclutar profesionales de una determinada área.

Como se ha comentado en anteriores apartados, la evolución de las herramientas online del mercado laboral tiende a conseguir un flujo de comunicación bidireccional y horizontal. El formato de presentación de las competencias profesionales de un usuario ha pasado de ser un currículum a ser un conjunto de aportaciones en diferentes herramientas. La presencia del candidato en la Red estará marcada por su participación en foros, blogs y redes profesionales de su sector. Los empleadores podrán conocer más acerca de sus competencias personales mediante la búsqueda de sus aportaciones en Internet. Si el perfil del usuario se hace público modificando las configuraciones de seguridad de la herramienta puede ser indexado por Google. Esto permite que un usuario pueda ser encontrado a través de Google.

En redes sociales y profesionales, lo más válido para aumentar la visibilidad es estar recomendado por alguna persona influyente. Los contactos son un elemento imprescindible para aumentar la "visibilidad" en redes profesionales. Además, la participación en foros virtuales, discusiones o grupos permite el aumento de la interacción con más usuarios y un acceso a un mayor volumen de información especializada.

Existen otras herramientas muy válidas a la hora de aumentar la visibilidad de un candidato. Las ferias de empleo virtual permiten interacción con empleadores de diferentes tipos que cuentan con su stand corporativo al alcance de cualquier usuario. La creación de blogs resalta competencias

personales del creador como la creatividad y la constancia. La participación e incluso moderación de foros produce buena impresión en empleadores, que observan la capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, etc.

7.3. Técnicas para realizar una búsqueda activa de empleo eficiente a través de Internet

La búsqueda de empleo en Internet es un concepto muy amplio que incluye acceso a bolsas de empleo electrónicas, envío de candidaturas por e-mail y búsqueda en publicaciones especializadas con acceso ofertas de empleo. No obstante, en la mayoría de los casos el proceso de solicitud lleva implícito la presentación de un perfil profesional en formato currículum. La selección de candidatos se realiza mediante el análisis de estos documentos por parte del empleador. En un medio donde existe tanta competitividad como Internet, es muy importante definir una serie de puntos clave en la elaboración de las solicitudes de empleo y aplicarlos a la búsqueda activa para que las posibilidades de éxito aumenten.

El gran volumen de candidaturas recibidas hace que los empleadores destinen cada vez menor tiempo al análisis de las solicitudes, por lo que un currículum debe estar bien estructurado y ser claro y conciso, con el objetivo de superar estos primeros filtros del proceso. Según uno de los entrevistados: “Entre 200 candidaturas, no puedes hacer nada para que no se lean tu currículum en medio minuto, pero sí puedes hacer que en ese medio minuto tu currículum resalte”. Esto conlleva un tiempo de preparación por solicitud suficiente para garantizar la completa sinergia entre la solicitud y la oferta de empleo. Es importante preparar una solicitud individualizada para cada oferta de empleo publicada a la que se quiere acceder. En este sentido, se han recogido una serie de aspectos clave durante el proceso participativo relacionados con la presentación de solicitudes en la Red.

La **adaptabilidad** es una característica primordial en la presentación de solicitudes. Hay que adaptar el currículum al entorno al que se va a enfrentar, es lo más importante. Hay que tener claro si el currículum debe ser formal o informal (estilo), saber qué partes se deben destacar para presentar lo que los empleadores buscan y hacerlo vivo y dinámico. Debe ser adaptado a la oferta: formación, sectores trabajados, idiomas, etc. Es necesario ajustar a la oferta el perfil profesional que se envía, al empleador al que va dirigido y a las condiciones del mercado laboral en este sector y periodo concretos. Un buen ejercicio es comparar la oferta con la solicitud y valorar uno mismo el nivel de emparejamiento alcanzado. Después se debe modificar la candidatura hasta que resalte lo que el ofertante está buscando. Debe ser fácil de leer y lo más escueto posible, entendible por cualquier

persona, sin muchos términos técnicos. El continente también representa un importante papel, hay que saber qué subrayar, dónde poner espacios, índices, tabuladores, márgenes y otros factores de formato.

La **individualidad de cada proceso** es la mentalidad que un usuario debe siempre conservar en sus métodos de búsqueda. Cada proceso debe ser enfocado de manera individual. El currículum debe ser adaptado a esa candidatura y si existen "killer questions" deben ser contestadas de manera correcta, pausada y lógica. La elaboración de una carta de presentación o motivación es una ayuda únicamente si se enfoca exclusivamente según la oferta publicada y se aporta información laboral que sea coherente con la existente en el currículum. Es recomendable que la carta de presentación sea específica, aportando lo que no se ha explicado en el currículum. Hay que dar información que demuestre que el usuario conoce la empresa, y demostrar en la carta interés por la oferta. En muchas ocasiones existe la posibilidad de adjuntar una referencia de antiguos empleos que representa una ayuda extra.

La **especialización del perfil** profesional. Es indispensable caracterizarse y diferenciarse del resto de candidaturas. El currículum debe tener gancho y para ello es necesario saber destacar las competencias propias por encima de las de los competidores. Su objetivo final es conseguir una entrevista de trabajo. Para ello, es necesario tener claro en qué aspectos destaca el perfil profesional de un usuario, y resaltarlos tanto en el fondo como en la forma. Los aspectos más importantes deben estar claros, destacar entre los demás y encontrarse bien posicionados. Hay que aportar la información útil que el usuario cree que tiene y que el resto no tiene. Como en todo proceso de marketing (venta del propio perfil profesional) lo importante es diferenciarse ofreciendo un valor añadido como especialización en formación, manejo de idiomas o herramientas informáticas específicas, etc. El usuario no debe contar con un único perfil profesional rígido, sino que debe almacenar varios modelos abiertos y flexibles.

La **actualización del perfil** es otro punto fundamental. Para ello, lo importante es que un usuario seleccione con criterio los portales y herramientas en los que desea participar activamente. Es mejor ser miembro de pocos portales pero muy específicos y actualizando el perfil de usuario que perderse en una marea de ofertas de empleo de muchos portales diferentes en los que luego el perfil no es actualizado periódicamente. La recomendación de los especialistas consultados es actualizar el currículum y el perfil de usuario al menos una vez al mes.

La **veracidad del currículum debe ser contrastada** en el propio documento. Todas las experiencias profesionales deben estar acreditadas y acompañadas de referencias con las que el seleccionador

pueda contactar. El salario que desea el candidato debe justificarse aportando una nómina. Los conocimientos en estudios deben ser corroborados con la presentación de los títulos correspondientes (especialidad, idiomas, etc.).

La **rapidez de respuesta** a las ofertas publicadas que se adaptan al perfil profesional del usuario cobra importancia con la reducción de los periodos de preselección. Es importante comprobar mediante búsquedas cada pocos días la situación de las ofertas de empleo interesantes en cada uno de los portales y revisar las alertas recibidas en el correo electrónico. Algunos portales de empleo ofrecen la posibilidad de comprobar el estado de las solicitudes presentadas. Las empresas buscan candidatos de forma inmediata y en muchas ocasiones se rigen por sus propios periodos de actividad. Hay ofertas que son retiradas a los pocos días de su publicación por la saturación de candidaturas, por lo que debe prestarse especial atención a las novedades.

El **contacto directo con el empleador** es generalmente beneficioso como complemento a la presentación de la solicitud. Hay que tratar de “acercarse” a través de la Red lo más posible al empleador, incluso tratar de contactar sin la mediación de un portal de empleo. Muchas de las ofertas publicadas contienen la información de la empresa o empleador que las ha publicado. Si esto ocurre (se ha observado cierta tendencia a publicar las ofertas de manera anónima) el usuario cuenta con dos vías diferentes para llegar al empleador, ya que los empleadores suelen contar con un correo electrónico de contacto en sus sitios Web corporativos.

Es importante buscar el **valor añadido** resaltando las características del perfil diferenciadoras de los competidores y hace que nuestra solicitud sea la idónea para la vacante. Hoy en día los perfiles cada vez poseen características más similares y por tanto el candidato debe tener la habilidad de saber explotar esas características que le diferencian de su competidor, bien a través de su currículum o mediante sus aportaciones complementarias.

La **importancia del “networking”** resulta otro punto importante para aumentar la eficiencia de las solicitudes presentadas. En el nuevo escenario laboral que se abre ante el usuario en la Red, la interacción y el trabajo de contacto se posiciona como un elemento indispensable. Este factor ayuda a que el usuario permanezca continuamente en el mercado, esté o no en situación de desempleo. Los contactos a los que se accede a través de herramientas online pueden constituir una base de datos estable para el candidato a través de la cual mejorar las posibilidades de encontrar un empleo.

7.4. Pautas para la elaboración de un currículum por competencias profesionales

Después de todos los consejos de los expertos que han participado en el proceso participativo, se ha observado que en el mundo actual de los recursos humanos y debido a su creciente internacionalización se hace necesario un currículum que aporte, además de las competencias técnicas de cada candidato, información sobre sus competencias de comportamiento y contextuales, que son las que realmente pueden predecir el éxito del emparejamiento.

En los últimos años se han desarrollado distintos modelos de competencias. Se han aplicado tanto en el área de gestión de recursos humanos como en la certificación de proyectos por competencias. En consecuencia, en recursos humanos se utilizan cada vez más las entrevistas por competencias y los perfiles competenciales en los procesos de selección de personal.

“Las competencias son repertorios de comportamiento que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada” (Levy, 1996)

Según este autor estos comportamientos son observables en la realidad cotidiana del trabajo y en situaciones de test, y ponen en práctica de manera integrada aptitudes, rasgos de personalidad y conocimientos adquiridos. Por lo tanto, las considera como comportamientos que aúnan diferentes características personales y experiencias para un rendimiento eficaz.

“Las competencias son características subyacentes a la persona, que están casualmente relacionadas con una actuación exitosa en el puesto de trabajo” (Boyatzis, 1982)

Éstas se refieren a la capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada (según la O.I.T, éste es el concepto generalmente aceptado).

“Una competencia es un compendio de conocimiento, actitud personal, destrezas y experiencia relevante, necesario para tener éxito en una determinada función” (Martínez Almela, 2006)

Todas las definiciones ponen de manifiesto que los conocimientos y las habilidades por si solos no son premisas del éxito de una actuación. Ese algo más necesario para el éxito sería lo que se ha definido como competencias.

7.4.1. ¿Qué es un currículum por competencias?

El currículum tradicional que conocemos tiene como misión difundir la disponibilidad del usuario y su búsqueda de empleo. Su destino final es pasar una serie de filtros estándares que el reclutador utiliza para ajustar al candidato al perfil de la vacante. Después de hacer la selección, eliminará de ésta a un

95% de los candidatos, y se quedará para los últimos pasos del proceso de selección al 5%, pero este 5% no le dará al reclutador toda la fiabilidad posible y por tanto este tendrá un cierto nivel de incertidumbre a la hora de seleccionar al candidato.

El currículum por competencias es una herramienta de comunicación escrita utilizada para que genere confianza en el empleador. Esta herramienta pretende reducir la incertidumbre del empleador ofreciendo más información acerca del candidato. Generalmente, el empleador no tiene suficiente tiempo para leer toda la información de cada uno de los candidatos, ya que su tiempo es limitado.

El currículum por competencias pretende que el empleador pueda valorar, además de las competencias técnicas, las competencias de comportamiento y contextuales según el modelo IPMA – International Project Management Association basado en 46 variables de la competencia reconocido en 54 países del mundo.

Existen dos modelos principales de resumen de las competencias a evaluar por el seleccionador:

La primera es uno de los modelos más extendidos, el modelo de Hay McBer que incluye 20 competencias ordenados en 6 grupos. (Spencer *et al*, 1993):

Tabla 13: Resumen de las Competencias de Hay Mcber

CONGLOMERADO	COMPETENCIAS
I. Logro y Acción	1. Orientación al Logro 2. Preocupación por Orden, Calidad y Precisión 3. Iniciativa 4. Búsqueda de Información
II. Apoyo y Servicio Humano	5. Comprensión Interpersonal 6. Orientación al Servicio al Cliente
III. Impacto e Influencia	7. Impacto e Influencia 8. Conciencia Organizacional 9. Establecimiento de Relaciones
IV. Gerencia	10. Desarrollo de Otros 11. Asertividad y Uso del Poder Posicional 12. Trabajo en Equipo y Cooperación 13. Liderazgo de Equipo
V. Cognitivo	14. Pensamiento Analítico 15. Pensamiento Conceptual 16. Pericia (Expertice)
VI. Efectividad Personal	17. Autocontrol 18. Autoconfianza 19. Flexibilidad 20. Compromiso Organizacional

Fuente: Elaboración propia.

7.4.2. Objetivos del currículum por competencias

La creación de un currículum por competencias se realiza aplicando la metodología de las competencias descritas por IPMA – AEIPRO a las experiencias del candidato, desde su contenido técnico (son las que habitualmente aparecen en el currículum clásico: puesto y funciones o tareas) hasta las competencias personales (fundamentalmente las de comportamiento y las contextuales) que se han puesto en juego en cada experiencia o proyecto. La hipótesis de partida es que este tipo de currículum tendrá una doble utilidad:

- Por un lado, los departamentos de Recursos Humanos de las Empresas en las que se reciban tendrán información de las competencias de la persona que lo aporta, podrán analizar si estas competencias coinciden con las descritas en sus perfiles de puestos. Además este tipo de currículum **aportará una mayor credibilidad en lo expuesto**, ya que elimina la incertidumbre que siempre se genera a la hora de leer un currículum de alguien de quien se carece de referencias.
- Por otro lado, en la búsqueda de empleo por parte del candidato, la realización de este tipo de currículum **ayuda a que el candidato se conozca mejor**, conozca sus puntos fuertes, sus puntos débiles, las competencias que ha ido desarrollando y poniendo en juego a lo largo de su vida laboral, este conocimiento 'per se' es muy positivo pues el autoconocimiento es el primer paso para valorarse y poder ofrecer/vender una candidatura. Por otro lado, este análisis competencial, será de gran ayuda a la hora de realizar una entrevista ya que cada vez mas empresas utilizan la metodología de entrevistas por competencias, fruto de su sistema de gestión por competencias, ya que será capaz de transmitir mucho mejor sus competencias al ser consciente de las mismas.

7.4.3. Metodología de elaboración del currículum por competencias

A continuación se detallan los pasos para la elaboración del currículum por competencias:

- Conocer el modelo IPMA y las 46 variables de la competencia (www.ipma.com).
- El candidato debe elegir el proyecto de su vida (conocer el proyecto muy bien, y que este te haya aportado competencias, y tengas lecciones aprendidos) y darle forma en modelo currículum, exponiendo claramente las competencias adquiridas durante su desarrollo.
- Descarga la ficha de proyecto Nivel C – IPMA y rellenarla (<http://www.aeipro.com/index.php/repository/func-startdown/1137/>).

8. Conclusiones, discusión y recomendaciones

8.1. Conclusiones

La integración de la información recopilada durante el proceso participativo y de las fuentes de información analizadas ha dado pie a las siguientes conclusiones y puntos de discusión:

Conclusiones generales:

Internet es actualmente el canal de referencia para la búsqueda de empleo prácticamente para cualquier profesional. Los hábitos y procesos de búsqueda de empleo se centran cada vez más en las herramientas online, **tanto por parte de los empleadores como de los candidatos.** El índice de contrataciones online se ha situado en la actualidad torno al 90%, según datos del proceso participativo propio. Sólo algunas contrataciones excepcionales, normalmente asociadas a dificultades de acceso a la Red o a recomendaciones personales y perfiles de nivel alto se realizan mediante procesos laborales externos a Internet.

La Red **no constituye un factor influyente en otros aspectos como la duración de los periodos de desempleo o la variación de la tasa de paro.** La creación de empleo depende de otros indicadores, no relacionados directamente con la utilización de las herramientas online. Como conclusión del proceso participativo propio, **los expertos consultados no relacionan la introducción de Internet con la calidad de los contratados.**

El crecimiento de las herramientas online para la búsqueda de empleo está directamente relacionado con la penetración de la Red en la sociedad. Las regiones con índices de accesibilidad más elevados cuentan con un mayor número de usuarios de herramientas con base en la Red.

Se ha detectado una **falta de datos y estudios sobre la evolución del mercado laboral online.** Actualmente **no existe ningún informe anual o periódico que permita conocer la situación de los procesos de contratación llevados a cabo a través de Internet.** Únicamente algunos estudios realizados por las propias compañías ofrecen datos claros sobre el número de contrataciones realizadas a través de la Red. Existe una lacra de indicadores como la cantidad de oferta global en Internet, el número total de usuarios, procesos...

Internet se muestra como la herramienta clave para la interacción entre usuarios y empleadores. Más que una fuente de generación de empleo, **es un canal de interacción que ha mejorado los la**

interacción entre los agentes del mercado laboral. Actualmente es el canal más importante del mercado laboral por su accesibilidad, rapidez y versatilidad.

Aumento del nivel de emparejamiento entre solicitante y empleador. Actualmente existen herramientas que permiten una interacción fluida entre ofertante y demandante a tiempo real. Además muchos empleadores cuentan con direcciones de contacto de su personal de recursos humanos que gestionan bases de datos propias de potenciales futuros empleados. **Los candidatos pueden acceder a una mayor cantidad de información sobre el empleador.** Por su parte, los empleadores cuentan o contarán en un futuro con mayor cantidad de información sobre las competencias personales y contextuales ("softskills") de los candidatos a través del estudio de las aportaciones de éstos en la Red.

Mejora general de la difusión del contenido laboral tanto para candidatos como para empleadores. Los candidatos pueden difundir sus perfiles profesionales a través de un mayor número de bolsas de empleo. Cuando un empleador publica una oferta en la Red el alcance es incontrolado, puede llegar a una cantidad de candidatos muy elevada.

Aportaciones de las herramientas online

- Para **usuarios** en proceso de búsqueda de empleo:
 - **Facilita el acceso a una mayor cantidad de ofertas de empleo.** Internet ha motivado un gran aumento la oferta de empleo accesible por usuario en términos globales.
 - La **ausencia de limitaciones geográficas**, por lo que la localización tanto del candidato como del empleador no influyen en el proceso de preselección.
 - **La rapidez que aporta la Red a los procesos de envío de solicitudes** permite enviar más currículos. Lo que para el candidato es una ventaja, en términos globales puede también presentar desventajas, como la saturación de las ofertas publicadas.
 - **Ha permitido que los costes asociados a la búsqueda activa de empleo se hayan reducido**, actualmente un candidato puede acceder a servicios de intermediación laboral de manera gratuita.

- Para **empleadores**:
 - **Incremento en la rapidez de los procesos de contratación.** Una vez que una oferta de empleo es publicada en Internet, la respuesta por parte de los usuarios es

prácticamente inmediata. Según los expertos, la respuesta es siempre mayor que mediante métodos tradicionales.

- **Aumento de la difusión de las ofertas de empleo.** Los datos de uso de Internet entre los principales empleadores confirman el éxito de la difusión de las ofertas de empleo a través de este canal.
- **Variación en los costes asociados a la búsqueda de candidatos.** La función de costes de un proceso de contratación ha variado respecto a los métodos tradicionales. Los factores de coste de tipo ambiental sí que han disminuido claramente con el trasvase de los procesos a la Red.
- **El proceso de preselección se alarga.** En algunos casos, los empleadores se pueden encontrar saturados de candidaturas al publicar una oferta de empleo.
- En el modelo de uso de los portales de empleo por parte de los empleadores se observa un cambio a la hora de publicar en las empresas, ya que **cada vez son más las que publican sus ofertas en ciego (sin logotipo y descripción de empresa) preservando su identidad frente a competidores.**

Dificultades

Pese a que la impresión generalizada es que la Red cuenta con pocos o ningún inconveniente, **existen una serie de dificultades asociadas a su uso que no deben ser infravaloradas** (Ver Gráfico 5). Durante el proceso participativo se ha constatado que prácticamente la mitad de los usuarios encuestados se han encontrado con dificultades en algunos aspectos y un porcentaje algo mayor de empleadores también han encontrado puntos en contra.

- Por parte de los usuarios, las dificultades se centran en la **correcta presentación de sus cualidades y aspectos profesionales** favorables. Algunos usuarios tienen problemas para plasmar en las herramientas online el nivel real de sus cualidades profesionales. Las dificultades para obtener respuestas por parte del empleador y el posicionamiento en la Red de su perfil profesional son los otros puntos a tener en cuenta.
- En cuanto a los empleadores, **la saturación de las ofertas de empleo** ha sido la dificultad más repetida (por cerca del sesenta por ciento de los encuestados). Además se han enumerado en un porcentaje mucho menor dificultades relacionadas con el contacto con los candidatos y con la facilidad de uso de las herramientas online.

Estado actual de las herramientas online

La Red absorbe gran cantidad de información laboral. A través de Internet se puede acceder a una gran cantidad de bolsas de empleo. Muchos municipios cuentan con bolsas de empleo online, las empresas cuentan con sus propios canales de empleo y la información laboral se ha publica cada vez más en Internet.

Los portales de empleo son las herramientas más utilizadas en los procesos laborales en Internet. Los resultados avalan el uso de este tipo de herramientas por la mayoría de los usuarios debido a su eficiencia, a su rapidez y a su facilidad de uso (Ver Tabla 2).

Aunque actualmente el modelo vertical de los portales de empleo es el que más usuarios genera, existen algunos cambios que pueden resultar diferenciadores:

- Por una parte, **se observa una cierta especialización de los portales.** Los nuevos portales de empleo tienden a ser cada vez más específicos, normalmente por sectores o por el nivel profesional de usuarios a los que va dirigido. La tendencia en este sentido gira en torno a la **creación de portales de empleo por gremios o profesiones** en los cuales todo el contenido, tanto profesional como formativo sigue una misma línea temática.
- El objetivo es **alcanzar la mayor segregación de manera que resulten herramientas cada día más específicas y los perfiles profesionales seleccionados se ajusten a la oferta lo más estrechamente posible.** Las variables de esta futura diferenciación vendrán definidas por el tipo de empleo ofertado y los modelos de publicación de oferta. A través de portales de empleo segmentados, el acceso a contenidos específicos resultará más sencillo para el usuario.
- Por otra parte, **surgen nuevas herramientas de carácter horizontal que integran diferentes elementos de interacción y comunicación bidireccional (redes, blogs, foros, etc.).** Las candidaturas cambian de forma, en una red profesional se pueden valorar otros factores como contactos, recomendaciones, creatividad, etc. Este tipo de herramientas integradas fomentan patrones de uso donde los procesos de intercambio de información e interacción con otros usuarios adquieren mayor importancia.

El incremento del uso de las redes conlleva un aumento en los niveles de emparejamiento entre usuarios y empleadores. El último paso hacia la inclusión total de este tipo de herramientas en los procesos de intermediación laboral es la participación de todos los grandes empleadores y la

generación de oferta desde la propia red. **Las redes profesionales surgen como una alternativa al modelo vertical a través de la asociación de sus usuarios.**

Situación actual del mercado laboral online

La competitividad en el mercado laboral se ha trasladado a la Red, lo que demanda una diferenciación por parte de los candidatos. Los grandes niveles de accesibilidad y la comodidad de uso hacen que algunas de las ofertas publicadas se vean saturadas por el número de usuarios que envían su solicitud. Esto provoca una necesidad de **diferenciación mucho mayor, mediante mejores soportes y mediante la diversificación de las búsquedas.**

La información laboral ya no se puede encontrar en unos pocos sitios de referencia. El abanico de bolsas de empleo donde un usuario puede encontrar información laboral relevante es enorme. Las búsquedas de empleo, por tanto, deben ser meticulosas y de una duración suficiente para clasificar, verificar y catalogar la información laboral interesante. **El usuario debe aprender a seguir la pista de los empleadores** que le resulten más interesantes, contactar con ellos y estar pendiente de nuevas vacantes.

Una de las conclusiones más importante es que **algunos procesos asociados a la intermediación laboral se han acortado con la introducción de los modelos online de contratación.** Por ello, **la candidatura de un usuario debe encontrarse totalmente actualizada.** Esto permite un descenso del tiempo de reacción que un candidato necesita para enviar su solicitud.

Existen diferencias de uso de la Red según el tipo de empleador. Las grandes empresas se decantan por la publicación de ofertas en portales de empleo generalistas de gestión privada. **Un empleador que genera gran cantidad de oferta de empleo y de manera muy continuada prefiere comprar paquetes de servicios de intermediación laboral en un portal generalista que le asegure grandes audiencias.** El personal de selección de pequeñas y medianas empresas busca la diversificación y la difusión de su vacante a través de una serie de herramientas que pueden incluso asegurarle la gratuidad del proceso. En este sentido, **los Servicios de Empleo Público y las redes profesionales serían las herramientas más favorables para PYMES.**

8.2. Discusión

Los resultados obtenidos en el informe generan una serie de puntos de discusión:

Las herramientas online diseñadas para influir en los procesos de contratación se han convertido en la referencia para el reclutamiento. Los métodos para encontrar empleo online son cada vez más

eficientes y dinámicos. En 1998, el quince por ciento de las personas que buscaban empleo lo hacían a través de la Red (Kuhn & Skuterud, 2000). Actualmente, como se ha visto reflejado durante el proceso participativo, **los índices de búsqueda de empleo online alcanzan porcentajes elevados y en crecimiento, aunque dependen de factores externos, como accesibilidad o capacidad de manejo de Internet.** Se ha convertido en el canal imprescindible para la búsqueda de empleo a cualquier nivel profesional. Existen sitios web de empleo adaptados a todos los perfiles posibles, e incluso **está comenzando a producirse un proceso de diferenciación** asociado al nivel profesional de los usuarios.

El nivel de emparejamiento en los procesos de contratación online es, al menos, igual al alcanzado por los métodos tradicionales (según algunos expertos incluso superior). Las respuestas obtenidas en el proceso participativo muestran que Internet facilita el proceso de emparejamiento entre oferta y demanda, aporta rapidez a algunos procesos y acorta los periodos de selección. **La efectividad de un canal de reclutamiento viene medida por la cantidad de oferta a la que un candidato puede acceder**, por el número de candidatos a los que una oferta de empleo puede llegar y por el tiempo que se necesita para encontrar un nuevo empleado o empleo (Lindeboom, 1994). Por tanto, **la Red se puede considerar como un canal de reclutamiento de mayor eficacia que los tradicionales.**

La diversificación de las herramientas online donde se encuentra la oferta de empleo comienza a ser un hecho contrastado. Pese a que los niveles de uso tanto de redes como de foros de empleo no llegan a los de portales de empleo, sí se comienza a observar una tendencia a utilizar redes donde un candidato puede mostrar mejor sus cualidades. **Los empleadores usan de manera más frecuente este tipo de herramientas, y las consideran generalmente beneficiosas.** El uso de las redes profesionales por parte de pequeños y grandes empleadores suele contar con importantes diferencias (Teulings & Gautier, 2004). La impresión generada después de las entrevistas con expertos es que **las pequeñas y medianas empresas utilizan más este tipo de herramientas, y encuentran en ellas mayores ventajas que las grandes compañías.**

Mientras el mercado laboral se traslada a estas nuevas herramientas los modelos de comportamiento del usuario en búsqueda de empleo sufren nuevas variaciones. La comunicación pasa a ser bidireccional, y un empleador puede buscar candidatos sin que éstos se hayan inscrito expresamente en una oferta de empleo. En el marco de este nuevo modelo, las recomendaciones y referencias entre usuarios crecen en importancia. Los contactos informales son ampliamente utilizados por empleadores en proceso de búsqueda de candidatos y viceversa. La importancia del contacto informal entre diferentes agentes del mercado laboral es un factor relevante en los procesos de reclutamiento (Pellizari, 2004). **La importancia del "networking" en las redes**

profesionales llega a niveles más elevados que en los portales de empleo. Los empleadores buscan directamente candidatos referenciados para cubrir sus vacantes a través de las redes profesionales.

Los nuevos modelos de contratación online suponen un ahorro en costes. Según el 53% de los empleadores encuestados el uso de la Red conlleva una disminución de los costes asociados al proceso de selección. Uno de los claros efectos del uso de la Red en los procesos de reclutamiento es la reducción de los costes por candidatura (Hadass, 2003). Aunque **algunos de los expertos entrevistados sugieren que los costes simplemente han cambiado de manos**, se ha identificado una disminución general de los costes ambientales y asociados al periodo de selección. Los costes en personal no se han reducido. “Los portales de empleo han permitido a los departamentos de recursos humanos reducir costes en un 85%” (López, 2010). Esta afirmación no resulta tan rotunda en los resultados derivados del proceso participativo, en el que los responsables de departamentos de selección de grandes empresas tienen la impresión de que los costes se han reducido muy poco, o que “no se han reducido, simplemente han cambiado de manos”. Sin embargo, no se puede obviar el hecho de que **los costes ambientales sí han sufrido una clara reducción**, ya que actualmente no es necesario imprimir la gran cantidad de currícula que manejan los departamentos de selección de los empleadores.

La reducción de los costes tiene efectos contradictorios en los procesos de búsqueda de empleo. El usuario de Internet ha visto como los costes asociados al envío de solicitudes de empleo se han reducido drásticamente, hasta el punto de resultar prácticamente un servicio gratuito. Esto implica que el conjunto de solicitantes para una determinada oferta haya aumentado de manera brusca. **Cuando los costes por solicitud son relativamente bajos, los usuarios con menores probabilidades de ser contratados mantendrán los envíos de sus candidaturas** (Hadass, 2003). Este hecho se ha corroborado durante el proceso participativo, apareciendo como el mayor problema (con un 60% de respuestas) al que deben enfrentarse los departamentos de selección de los empleadores.

La situación actual del mercado laboral en España se refleja de manera directa en las búsquedas de empleo online. Las respuestas de los usuarios encuestados giran en algunos casos en torno al aumento de la competitividad entre candidatos. Los empleadores aportan como principal problema a la hora de realizar procesos de selección la saturación de las ofertas publicadas. Generalmente la efectividad de un canal de reclutamiento depende del número de potenciales candidatos y del número de ofertas disponibles. Resulta obvio afirmar que **si el número de trabajadores que buscan empleo a través de un determinado canal de reclutamiento supera con creces el número de vacantes publicadas, se pueden esperar periodos de búsqueda activa de empleo largos y periodos de selección muy cortos** (Lindeboom, 1994). El panorama actual del mercado laboral online

responde claramente a este modelo. De los 433 usuarios encuestados que se encontraban en situación de desempleo, 385 (el 88,9%) afirmaron llevar más de seis meses en periodo de búsqueda activa de empleo.

8.3. Recomendaciones

El enfoque general de las recomendaciones está orientado a la necesidad de estar presente en la Red, el canal más importante de empleo. En este sentido, se han generado una serie de recomendaciones específicas:

Usuarios

Los usuarios en búsqueda de empleo deben asumir una mentalidad diferenciadora. Muchas veces la herramienta online aporta al usuario una impresión de seguridad y suficiencia que no se corresponde con la tremenda competitividad del mercado laboral actual. **El acceso a un gran número de ofertas de empleo no significa un aumento en la probabilidad de éxito.** El candidato debe estar preparado para competir a través de la Red, lo que supone unos periodos de dedicación elevados, el establecimiento de una estrategia previa y una selección muy concreta de los flujos de información interesantes.

Es necesario extraer toda la información posible de las ofertas de empleo publicadas. Cada solicitud que realiza un candidato debe ser totalmente personalizada y contar con todos los elementos necesarios para responder a los requerimientos de la oferta. Más de la mitad de los encuestados no utiliza carta de presentación ni de recomendación. Además, el ochenta por ciento afirma no haber diversificado la búsqueda de empleo a través de redes profesionales. **Es muy importante dedicar el tiempo necesario a leer y extraer las claves de cada oferta de empleo, para después amoldar la información enviada en la solicitud a las condiciones previas de la oferta.** Las solicitudes presentadas deben ajustarse totalmente a los requisitos de la oferta publicada.

Los usuarios deben estar familiarizados con la gestión de un volumen de información muy elevado. La Red ofrece grandes cantidades de información que un candidato debe ser capaz de almacenar, clasificar y valorar adecuadamente, para poder seleccionar a través de su propia experiencia los sitios y modelos más eficientes.

Un usuario en proceso de búsqueda de empleo debe tener claras dos cuestiones fundamentales: ¿Qué ofrezco? y ¿Qué quiero? Contestar a estas dos cuestiones antes de comenzar a buscar empleo

a través de la Red es muy importante para gestionar la información laboral a la que va a acceder el candidato.

Ante la saturación de las ofertas publicadas en portales de empleo, **la búsqueda de nuevos canales de información y comunicación se hace cada vez más necesaria. Herramientas como las bolsas de empleo sectoriales, las ferias virtuales o las redes sociales y profesionales ofrecen alternativas muy interesantes a la búsqueda directa de oferta de empleo.** Ninguna herramienta online puede asegurar al cien por cien a sus usuarios el hecho de encontrar un nuevo empleo de forma rápida. El éxito de la búsqueda de empleo online para el candidato reside en la correcta combinación de modelos, procesos y herramientas.

Las redes sociales y profesionales constituyen una potente herramienta de comunicación entre los agentes del mercado laboral. **El modelo de uso de las redes no consiste únicamente en leer la información que aparece, sino más bien en realizar aportaciones propias.** Las redes profesionales fomentan el “networking” entre sus usuarios y son muy eficientes para crear nuevos contactos interesantes a nivel profesional.

Entre estos nuevos canales de búsqueda de información laboral, **las redes profesionales surgen como la herramienta con mayores posibilidades de interacción.** Por ello, para muchos usuarios la presencia en redes profesionales podría suponer un factor positivo durante sus procesos de búsqueda de empleo. **La manera de gestionar el perfil de usuario en las redes es la decisión más importante** que debe asumir un nuevo participante. Se debe plantear previamente una reflexión acerca de la información que se publica, el nivel de privacidad que se quiere mantener y el objetivo de la presencia del usuario.

Las referencias y cartas de presentación deben ser utilizadas más frecuentemente por los usuarios de portales de empleo. El 51% de los encuestados afirma no usar nunca cartas de presentación en sus solicitudes. Los expertos consultados consideran este tipo de documentos un importante valor añadido para cualquier solicitud de empleo, siempre que dicha carta se redacte de manera personalizada y coherente con las expectativas del empleador.

Empleadores

Los empleadores y/o intermediarios deben generar sistemas de respuesta para los candidatos inscritos en una oferta de empleo. En las encuestas realizadas se ha identificado una sensación generalizada de malestar entre los usuarios debido a la escasa respuesta que genera el envío de sus candidaturas. **La estimación de las contestaciones recibidas por los solicitantes encuestados oscila**

entre el cero y el quince por ciento. Esto produce una reducción drástica de la transparencia del proceso, generando sensación de desconfianza, tanto por parte de los empleadores como por parte de los intermediarios.

Los empleadores deben identificar las posibilidades disponibles antes de escoger la herramienta a utilizar. Es necesario que los empleadores realicen una identificación y caracterización de las herramientas online previa a la publicación de su oferta de empleo. Esto se hace aún más importante cuando se buscan perfiles profesionales muy específicos. Con ello serán capaces de escoger la mejor vía para encontrar los candidatos que más se ajusten a sus necesidades.

Las búsquedas de candidatos no siempre tienen que suponer un desembolso para el empleador. Actualmente, la flexibilidad del mercado laboral online permite proporcionar tanto herramientas de pago como herramientas totalmente gratuitas para cubrir las ofertas de empleo, fundamentalmente a través de los Servicios Públicos de Empleo y la participación en herramientas de carácter horizontal. **Las pequeñas y medianas empresas pueden encontrar en la Red herramientas que les permiten llegar a un gran número de candidatos sin coste económico.**

La gestión del proceso de preselección debe ser valorada en términos de inversión de tiempo y recursos. Debido al cambio de modelo un empleador se puede encontrar con cantidades elevadas de candidaturas recibidas, por lo que el proceso de preselección cobra una mayor relevancia. Es importante conocer bien los requisitos del puesto de trabajo ofertado, delimitar las competencias necesarias y buscarlas con calma entre todas las solicitudes recibidas.

Intermediarios: Portales de empleo de gestión privada

La especialización de los portales de gestión privada podría suponer una mejor general de los procesos de intermediación laboral. A pesar de poder encontrar oferta de empleo por sectores mediante filtros de búsqueda, la especialización de un portal de empleo generalista aporta otros valores añadidos como los contenidos ofrecidos, el conocimiento de los empleadores más importantes de un sector, de la terminología propia del sector, etc. Se facilitaría la interacción entre los usuarios y se aumentaría la especificidad de las ofertas publicadas.

La introducción de elementos de interacción entre los propios usuarios podría aumentar los niveles de emparejamiento alcanzados. **El modelo vertical de los portales de empleo podría ser complementado mediante aportaciones destinadas a mejorar la comunicación entre usuarios y empleadores o incluso entre los propios usuarios.** Servicios como el chat a tiempo real, debates y

foros comunes donde los usuarios puedan expresarse agilizan algunos procesos y permiten a los empleadores conocer más sobre los candidatos y viceversa.

Intermediarios: Servicios Públicos de Empleo

Actualmente, la mayor cantidad de oferta de empleo se puede encontrar en los portales de empleo de gestión privada. **Los servicios públicos de empleo deben trabajar para integrar la mayor cantidad posible de oferta en sus portales de empleo.** Para ello es fundamental que el valor añadido con el que cuente un gran empleador para introducir su oferta en servicios públicos de empleo aumente. Pese a que la publicación de ofertas de empleo es gratuita en estos servicios, **existen una serie de factores que impiden que la mayor cantidad de oferta se publique en los servicios públicos de empleo.** Esto produce un incremento en los periodos de contratación, considerado negativo por parte del empleador. **Es necesario trabajar bajo el enfoque de la supresión de estas limitaciones** para atraer la oferta, ya que una vez la oferta se concentre en los portales públicos de empleo los candidatos comenzarían a utilizar mayoritariamente estos servicios. **Los Servicios Públicos de Empleo deben mostrarse proactivos en lugar de pasivos en la búsqueda de nuevas ofertas de empleo para publicar en sus bolsas de empleo.**

Los Servicios Públicos de Empleo cuentan con un valor añadido que debería ser aprovechado, no conllevan costes económicos para los empleadores. Los empleadores pueden generar difusión para sus ofertas sin costes económicos a través de los servicios públicos de empleo. **Esto resulta especialmente interesante para tipologías como la de las PYMES o empleadores sin grandes presupuestos para los procesos de selección.** La gestión que ofrecen estos servicios es, en términos de rapidez y eficacia, muy similar a la ofrecida por portales de gestión privada.

Los Servicios Públicos de Empleo garantizan la igualdad de oportunidades para todos los colectivos, con lo que los colectivos específicos con índices más bajos de empleabilidad tienen mayores oportunidades en los mismos, que las que puedan tener en aquellos intermediarios que tienden a seleccionar en función de parámetros como la capacidad, la formación, la experiencia, etc..

Los servicios públicos de empleo deben aumentar la interacción con sus usuarios mediante el intercambio de información. Debe elaborar indicadores, realizar informes periódicos sobre el mercado laboral online y conocer, sobre la sólida base de estudios participativos, las tendencias de los procesos de contratación online. Estos procesos se encuentran en un estado continuo de cambio que produce una necesidad de información muy actualizada ya que el desarrollo de nuevas herramientas online para la búsqueda de empleo se produce muy rápidamente.

Para el cumplimiento del objetivo anterior, **es importante que se introduzcan herramientas de comunicación 2.0 entre los portales de empleo públicos**. La interacción entre empleadores y candidatos puede provocar un aumento de la eficiencia de las herramientas disponibles. La creación de una red social de tipo público para habitantes de la Comunidad de Madrid generaría sinergias entre sus usuarios, pudiendo suponer una herramienta muy potente para la creación de empleo, el intercambio de nuevas ideas de emprendimiento, asociacionismo, etc.

Una de las debilidades de los servicios públicos de empleo es la necesidad de gestionar la privacidad de los datos de sus usuarios. **Se debe trabajar en la adaptabilidad de los servicios ofrecidos a la Ley Orgánica de Protección de Datos con el objetivo final de eliminar rozamientos y aumento de los periodos de algunos procesos**. Es el marco en el que se debe manejar la información relativa a los usuarios del servicio, y en algunas ocasiones repercute en la agilidad de los procesos. Por ello, se deben elaborar nuevos modelos, certificados o procesos que permitan asemejarse en uso a los portales de gestión privada, que cuentan con procesos más simples y rápidos, aunque en algunos casos no se ajustan completamente a dicha ley.

Es importante desburocratizar al máximo posible los servicios públicos de empleo con el objetivo de poder competir en igualdad de condiciones con los servicios privados. Las gestiones a realizar por los usuarios deben ser cien por cien online y tratar de evitar al máximo esperas, cumplimentación de estancias o documentos oficiales, etc.

Además, **los servicios de empleo dependientes de las Comunidades Autónomas deberían aumentar su interconexión, ser complementarios entre ellos y con el Servicio Público de Empleo Estatal** con el objetivo de alcanzar niveles de versatilidad y acceso a igual o incluso superior volumen de oferta que los portales de gestión privada.

Intermediarios: Redes sociales y profesionales

Las redes sociales y profesionales **cuentan con un gran potencial para desarrollarse como herramientas online de comunicación entre los principales agentes del mercado laboral**. Aunque actualmente no alcancen el nivel necesario de penetración como para ser consideradas herramientas de referencia, cuentan con un acceso a gran cantidad de información laboral muy actualizada. Sus usuarios siguen en aumento y **las redes actúan como almacén de gran cantidad de información laboral de miles de usuarios**.

Uno de sus enfoques fundamentales es el de fomentar las relaciones entre sus usuarios, para lo cual cuentan con un sistema fácil de contacto. **Los propios gestores deben facilitar la creación de grupos**

de usuario, especialmente de carácter profesional, que actúen como plataformas de intercambio de información.

Debido a su novedad, el modelo de uso **debe ser regulado correctamente, extremando la transparencia de los procesos y la información al usuario sobre su privacidad y el almacenamiento seguro de sus datos personales.** Esto ayudará a generar un clima de confianza entre los profesionales que tengan algún tipo de dudas sobre su participación debido a la utilización de su información personal.

Por último, **las redes profesionales deben conseguir trasladar volumen de oferta de empleo a sus sistemas.** Aunque este proceso esté ya en marcha mediante la aparición de bolsas de empleo dentro de las propias redes, no se ha conseguido competir en volumen de oferta con los principales portales de empleo.

9. Bibliografía

- Alandete, D. (2 de junio de 2010). A la Red Social de Yahoo!, salvo petición en contra. *El País*, pág. 52.
- Autor, D. H. (2001). Wiring the Labor Market. *Journal of Economic Perspectives*, 15 (1), 25 - 40.
- Bretz, R. B. (1994). Job search behavior of employed managers. *Personnel Psychology*, 275 - 301.
- Cober, R. B. (2004). Recruitment on the Net: How do Organizational Web Site characteristics influence applicant attraction? *Journal of Management*, 30, 623 - 646.
- Efe, A. (11 de junio de 2010). Los españoles dedican un 20% de su tiempo en Internet a las redes sociales. *European Pressphoto Agency*.
- European Interactive Advertising Association. (2010). *Media Consumption Study*.
- Geoffrey, K. K. (2010). Latent constructs determining internet job search behaviors: Motivation, opportunity and job change intention. *Computers in Human Behavior*, 26, 122 - 131.
- Gordon, J. (2002). Battles of the Boards. *Forbes*, 170, 50.
- Gutmatcher, G. (2000). Secrets of online recruiters exposed! *Workforce*, 44 - 50.
- Hadass. (2003). The Effect of Internet Recruiting on the Matching of Workers and Employers. *Harvard University*, 1 - 15.
- Hadass, Y. (2003). The Effect of Internet Recruiting on the Matching of Workers and Employers. *Harvard University*, 1 - 15.
- I.N.E. (2 de octubre de 2009). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. *Notas de prensa - INE*, págs. 1 - 9.
- Información, O. d. (2007). *Informe técnico "Las TIC en los hogares españoles"*. Madrid: Red.es.
- Krueger, A. B. (2000). The internet is lowering the cost of advertiding and searching for jobs. *New York Times*, C2.
- Kuhn. (2004). Internet Job Search and Unemployment Duration. *Monthly Economic Review*, 218 - 226.
- Kuhn, P., & Skuterud, M. (2000). Job Search Methods: Internet VS. Traditional. *Monthly Labor Review*, 3, 3 - 11.
- León, M. P. (11 de junio de 2010). Las redes sociales ganan adeptos en la búsqueda de empleo. *Cinco Días*.
- Lievens, F. &. (2003). Research on Internet recruiting and testing: Current status and future direction. *International review of industrial and organizational psychology*, 132 -165.
- Lindeboom, M. (1994). Matching employers and workers: An empirical analysis on the efectiveness of search. *Oxford economic papers*, 45 - 67.

- Lippman, S. A. (2000). The Economics of Job Search: A Survey. *Economic Inquiry* , 155 - 182.
- López, E. (14 de abril de 2010). El trabajo no es para el mejor, es para el que paga. *El País* , págs. 28 - 29.
- Nakamura, A. (2000). Internet Recruiting: a Background Report. *Faculty of Business, University of Alberta* , 1 - 18.
- OJD-Nielsen. (2010). Denmark.
- O'Reilly, T. (2005). Web 2.0: compact definition. *Ariadne* , 52 - 68.
- Paik, M. (2009). Internet Job Search and Match Quality of Young Workers. *Northwestern University School of Law* , 1 - 15.
- Pellizari, M. (2004). Do Friends and Relatives Really Help in Getting a Goog Job. *Centre for Economic Performance* , 1 - 56.
- Rojo, M. (2 de Junio de 2010). Modernizar los servicios públicos. *El País* , pág. 24.
- Shimmer, R. (1999). "Dynamics in a Model of On-the-Job Search. *Mimeo, University of Chicago* , 21 - 35.
- Stevenson, B. (2003). The Internet, Job Search, and Worker Mobility. *Manuscript, Stanford* , 1 - 12.
- Teulings, C. N., & Gautier, P. A. (2004). The Right Man for the Job. *The Review of Economic Studies* , 553-580.