

# Webs de empleo: uno de cada dos trabajos que ofertan no se ajustan al perfil del usuario

REGISTRADOS 200 CURRÍCULOS EN CUATRO DE LOS PORTALES DE EMPLEO MÁS IMPORTANTES DE ESPAÑA: INFOJOBS, INFOEMPLEO, MONSTER Y TRABAJAR.COM

- Los caminos que conducen al empleo en un país en el que el 19% de su población activa está en paro se cotizan al alza. A la lectura de los anuncios de los diarios, la visita a la oficina del INEM o el envío de currículos se han sumado los portales web de empleo, utilizados el año pasado por casi seis millones de usuarios. Las ventajas parecen evidentes: es más económico, más rápido y con mayor oferta que la de los sistemas tradicionales. Pero ¿son realmente prácticos estos portales? Para comprobarlo, EROSKI CONSUMER dio de alta durante 6 meses (de julio a diciembre de 2009) 50 currículos con sus correspondientes cuentas de correo electrónico en cuatro de las principales web de sector: Infojobs (que superó en marzo de 2009 los 3,2 millones de visitas), Infoempleo.com, con 1,5 millones de visitas; Trabajar.com, con 1,1 millones de internautas, y Monster, un portal de empleo de referencia internacional.

Estas webs no pueden garantizar el éxito en la búsqueda de trabajo, porque su labor se limita a la intermediación y a la información. Pero sí está entre sus cometidos remitir ofertas de empleo que se adecuen al perfil y a las demandas del usuario. Y en esta labor, el servicio prestado dista de ser el óptimo. Menos de la mitad de las ofertas recibidas, excluidas las que se repetían, se ajustaban a las características de los candidatos seleccionados (un 41% frente a un 59% de propuestas que no respondían a los intereses o a la formación del usuario). Monster fue el único portal de empleo en el que no se recibió ninguna, ya que es el propio candidato quien debe realizar la búsqueda de ofertas que, eso sí, se envían al correo electrónico oportuno.







Por portales de empleo, en Trabajar.com se halló el mayor porcentaje de ofertas vinculadas al perfil del candidato (un 45%), aunque la diferencia no es muy significativa si se compara con las proporciones registradas en Infojobs e Infoempleo (en ambos casos, un 40%). Como aspecto negativo, Trabajar.com sobresale, y con diferencia, como el web en el que el número de ofertas repetidas fue muy superior a los anuncios nuevos. La proporción es muy esclarecedora: cuatro de cada cinco ofertas recibidas eran repetidas.

#### DE UNIVERSITARIOS A PERSONAS SIN ESTUDIOS

Los 50 currículos diseñados por EROSKI CONSUMER pertenecían a personas ficticias con un perfil diferente: 24 eran universitarias, 10 te-

nían una formación profesional, 10 la educación obligatoria y sólo 6 no tenía estudios. La mitad de los currículos correspondían a mujeres y la otra mitad a hombres. En cuanto a la edad, 24 de los perfiles era menor de 30 años, otros 20 tenían entre 31 y 45 años y los 6 restantes eran mayores de 46 años. Sólo 10 de los perfiles seleccionados carecía de experiencia laboral y la mitad de los que sí la tenían estaban en el paro.

El estudio se dividió en dos partes. Por un lado, se contabilizaron las ofertas de empleo recibidas durante una semana cada mes (escogidas por orden correlativo) y se analizó si se ajustaban a las características de cada perfil (sin tener en cuenta las repetidas). Asimismo, durante las semanas escogidas en octubre y noviembre se trató de inscribir a cada candidato en dos ofertas de empleo. Por otro lado, se analizó la información, usabilidad, diseño, atención al cliente y contenidos disponibles en cada uno de los portales.

#### POCAS VISITAS DE LAS EMPRESAS A LOS CURRÍCULOS DE LOS ASPIRANTES

Los portales de empleo permiten que la persona elija ofertas utilizando filtros muy útiles, como la provincia, el sector de actividad, la titulación exigida o el sueldo estimado. El mismo patrón sirve para las empresas, que pueden iniciar una búsqueda sin lanzar públicamente una oferta, esco-

giendo las características de su trabajador ideal. Uno de los componentes fundamentales de estos sitios web de búsqueda de empleo es la posibilidad de "subir" el currículum vitae, actualizarlo permanentemente y ponerlo a disposición de las empresas que ofrecen empleo, que pueden consultarlo *motu proprio* y que recibirán una copia si el candidato se apunta a una de sus ofertas.

Durante los seis meses que ha durado la prueba práctica realizada por los técnicos de EROSKI CONSUMER sólo se contabilizaron 49 visitas de empresas a los currículos insertados en los cuatro portales de empleo seleccionados (en concreto, 25 en Infojobs y uno menos en Monster). Ninguna empresa se interesó por los perfiles de los candidatos incluidos en Infoempleo, mientras que en Trabajar.com no se pudo conocer el número de visitas registradas (se intentó, en vano, buscar un teléfono de ayuda o mandar un email para conocer esta opción).

#### LAS EMPRESAS DESCARTAN MÁS DE LA MITAD DE LOS CURRÍCULOS REGISTRADOS EN OFERTAS

Además de incluir los currículum vitae de cada uno de los 50 candidatos en las cuatro páginas de búsqueda de empleo seleccionadas, los técnicos de la revista realizaron un centenar de registros a las ofertas de empleo que más se ajustaban a las características de los usuarios (en concreto, dos registros por perfil). Sin embargo, sólo se pudieron completar 83. Más de la mitad de los currículos enviados a ofertas de empleo que se podían ajustar a sus características fueron descartados por las propias empresas antes de iniciar el proceso de selección (así sucedió en 45 de los 83 registros realizados). De los que pasaron

## La información sobre los empleos ofertados fue escasa



## De los 83 currículos inscritos en ofertas de las cuatro webs de empleo, tan sólo uno quedó finalista

### Los sitios web analizados

Se han analizado exhaustivamente los cuatro portales en función de 36 parámetros, que incluyen los datos de contacto de la empresa y su identificación fiscal (si son fáciles de encontrar y están bien visibles), la atención al cliente, su navegabilidad y usabilidad, el currículum vitae (crear o subirlo, el formato, la página personal, etc.), la ayuda para buscar empleo (alertas, seguimiento, información sobre el puesto, etc.), los contenidos y servicios que ofrece cada uno de ellos (formación, noticias y reportajes, consejos, orientación y consulta a

expertos), los foros, blogs y redes sociales, y el buscador de ofertas de empleo.



**monster** Buena usabilidad y mejor atención al cliente. Con diferencia, es el servicio más cómodo para completar el perfil del candidato. Es la que mejor y más clara atención al cliente

ofrece. Cuenta con un sistema muy sencillo para encontrar todos los datos de la empresa, así como un formulario para realizar consultas y reclamaciones y un teléfono gratuito de atención al cliente. Sin embargo, no todas sus valoraciones son positivas. La información sobre las empresas contratantes es mejorable. El proceso de solicitud de trabajo es poco claro y tras completar el pertinente currículum, en ocasiones la operación debe repetirse en la web de la empresa que oferta dicho empleo.



**InfoJobs.** El más regular. Esta página, heredera de la publicación Segunda Mano, destaca por su regularidad en todos los campos analizados. Si bien en ninguno o casi ninguno dispone del mejor servicio, su nivel medio es satisfactorio. Sobresale el buen resultado en el servicio de alertas, con

información detallada tanto de las empresas como de los requisitos previos que se demandan para poder entrar a formar parte del proceso de selección. Sus puntos débiles: la publicidad e información adicional (su página principal está sobrecargada de información y publicidad).



**infoempleo.com** Buena información adicional y vocación social. Esta página web de ofertas de trabajo pierde muchos puntos porque un paso tan importante como el de rellenar el perfil y correspondiente currículum vitae del candidato resulta muy deficiente: la fotografía no se encuadra bien, se hacen demasiadas preguntas innecesarias y apartados como el de idiomas no aparecen correctamente rellenos por mucho que el usuario se empeñe en conseguirlo. En cuanto a los elementos positivos, dispone de una valiosa

y trabajada información adicional (consejos útiles para encontrar un puesto de trabajo, conservarlo y mejorar el nivel profesional, entre otros). Destaca la amplia red social de blogs con la que cuenta: se crean desde la página personal de cada candidato de forma gratuita y con amplias posibilidades de diseño. Cada semana se coloca en portada uno de los mejores. También incluye ofertas de trabajo fuera de España.



**trabajar.com** Muy poca atención al usuario. La página peor valorada por ser poco más que una base de datos sobre ofertas de trabajo con un sistema de alertas de correo electrónico por palabras clave que ni siquiera se fija en la residencia del candidato. Suspende en casi todos los campos y sólo innova en que algunas de sus ofertas las envía a través de su cuenta Twitter.



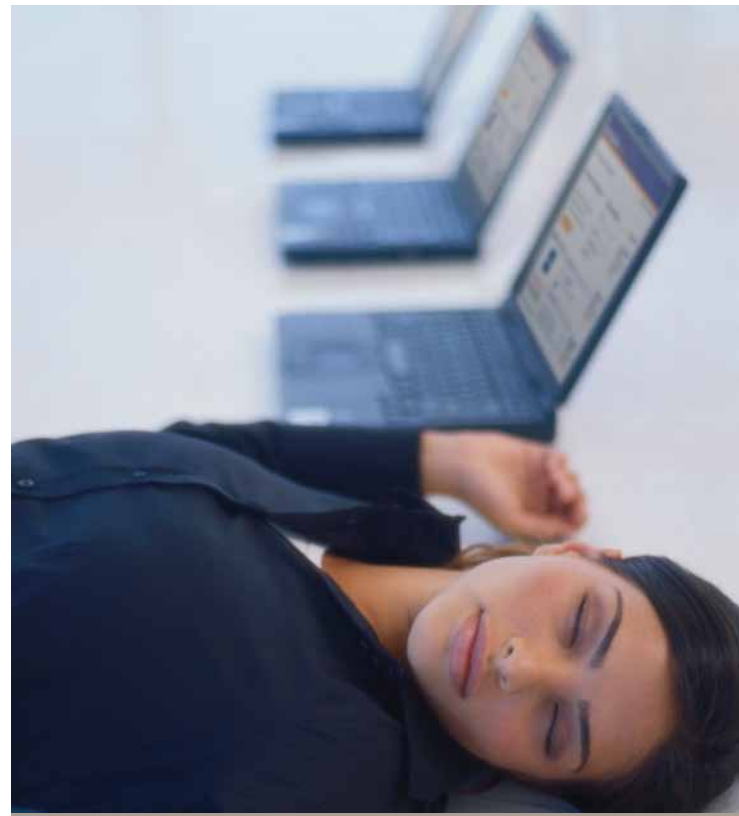
esa primera criba, 26 aparecen como recibidos por la empresa, 11 continúan en proceso de selección (la última actualización se hizo los días 13 y 14 de enero) y sólo uno de los candidatos recibió una llamada como finalista para hacer una entrevista personal. Esta oferta se recibió a través del portal Infojobs para un aspirante cuyo perfil era un joven de 40 años licenciado en Medicina y con algo menos de 10 años de experiencia.

#### POCA INFORMACIÓN SOBRE LOS PUESTOS OFERTADOS

Antes de inscribirse en una oferta para poder optar a un trabajo, los candidatos comprueban la información que aparece sobre ese puesto laboral así como los requisitos previos que demandan las empresas para poder tener en cuenta a ese aspirante para el proceso de selección. En 59 de las 83 se exigía como condición que el aspirante acreditara una experiencia en puestos similares al ofertado.

Conocer el tipo de contrato del trabajo que se ofrece, así como su retribución económica mensual o anual es una buena pista para que el candidato se decante por una u otra oferta. Infoempleo es la página que menos información desplegaba sobre las características y tipo de trabajo que se ofrecía. En 12 ocasiones no se especificaba nada al respecto, pero sí lo hacía en otras siete ofertas de carácter temporal pero con opción a contar con un contrato indefinido en un futuro.

Una mayor reserva en la publicación de información se puso de manifiesto en relación al salario que percibirá el futuro trabajador, ya que en 45 ocasiones no se concretaba nada acerca del sueldo (especialmente en las ofertas registradas en Infojobs). De las que sí ofrecían datos económicos, en la mayoría (21 de ellas) el sueldo era inferior a 18.000 euros anuales. Algo más de dinero,



## El trabajo está en la Red

El Ministerio de Trabajo e Inmigración puso en marcha a finales del pasado año la web de referencia para personas y empresas usuarias de los Servicios Públicos de Empleo, [www.redtrabaja.es](http://www.redtrabaja.es), que sustituye al antiguo portal electrónico del INEM. De una forma similar a otros portales de empleo, [www.redtrabaja.es](http://www.redtrabaja.es) permite a quienes buscan trabajo acceder a ofertas de empleo, a cursos de formación para desempleados o trabajadores en activo, a los trámites de prestaciones o a formularios para redactar currículos. Facilita a las empresas el anuncio de puestos de trabajo y acceder a los datos de los demandantes de empleo. Contiene más de un centenar de videos y aplicaciones multimedia para formar e informar sobre temas estratégicos relacionados con la búsqueda de empleo.

**En seis meses sólo 49 empresas visitaron alguno de los 200 currículos inscritos en los cuatro portales web analizados**

entre 18.000 y 24.000 euros al año, se anunciaba en otras 13 ofertas de trabajo y en apenas cuatro de ellas el salario superaba los 24.000 euros al año. La mejor oferta económica la recibió un médico, el único finalista en un portal de empleo, al que prometían entre 60.000 euros y 68.000 euros anuales si finalmente conseguía el trabajo.

#### A MAYOR FORMACIÓN, MENOR NÚMERO DE OFERTAS

En la prueba se constató que cuanto mayor es la formación recogida en el currículo del usuario, menor es el número de ofertas que recibe. Y eso que han sido hasta ahora las personas con mayor cualificación los principales clientes de estos portales (en 2008 las estadísticas dibujaban un perfil de usuario de entre 25 años y 34, con estudios universitarios y con ingresos altos que deseaba cambiar de trabajo y mejorar su carrera profesional). La extensión del uso de Internet y la crisis han diluido esta descripción.

En la investigación de EROSKI CONSUMER, las personas con graduado escolar y sin formación fueron los que más ofertas recibieron (sumaron 23,8 ofertas por persona y día, un 69% más que los perfiles con formación profesional y un 44% más que los universitarios). Aunque fueron los perfiles con formación profesional los que tuvieron más ofertas nuevas ajustadas a su perfil (un 45%), los graduados escolares o sin formación no se quedaron atrás (casi un 42%), mientras que los universitarios no pasaron de un 38%. De hecho, fue una persona sin formación la que recibió un mayor número de ofertas nuevas ajustadas a sus características (un 83% respecto del total de ofertas, excluyendo las ofertas repetidas).

Además de ser el grupo que recibe menos ofertas ajustadas a su perfil (un 38%), el de los universitarios es el sector en el que éstas se repiten más

día a día, nada menos que un 67%. A diferencia del resto de grupos, en los que esta proporción no llega a la mitad.

#### MÁS OFERTAS PARA LOS MÁS MAYORES

Crece el número de jóvenes de entre 18 y 24 años que utilizan Internet para buscar trabajo. Sin embargo, no son quienes más ofertas reciben, más bien al contrario. Durante el análisis, fueron los mayores de 46 años los que más ofertas recibieron, 26,4 por persona y día (un 82% más que los perfiles con una edad entre 31 y 45 años y un 35% más que los menores de 30 años). Aunque sólo se ajustaron en dos de cada cinco ocasiones (una proporción similar a la del grupo de los menores de 30 años y mayores de 46 años).

#### EL NÚMERO DE OFERTAS PARA HOMBRES Y PARA MUJERES, SIMILAR

También las estadísticas indican que crece la proporción de mujeres que utilizan intensamente Internet para buscar empleo. Según el análisis realizado por EROSKI CONSUMER, las 25 mujeres del estudio recibieron más ofertas que los hombres, aunque la diferencia fue mínima: 19 ofertas por persona y día frente a 17,6. Sin embargo, ni siquiera dos de cada tres ofertas nuevas se ajustaba al perfil establecido. De nuevo, la mayor parte de las ofertas (un 56%) se repetían un día tras otro.

## Dar de alta el currículo cuesta entre 10 y 20 minutos

La búsqueda de empleo debe ser un proceso activo que requiere esfuerzo, y en Internet la situación no difiere. Aunque las fórmulas tradicionales (enviar el currículo y la carta de presentación, y contestar a los anuncios de periódicos o publicaciones especializadas) llevan más tiempo, en Internet el proceso también demanda dedicación. Los

técnicos de la revista, usuarios con un nivel medio de manejo de Internet, tardaron aproximadamente entre diez y veinte minutos en dar de alta cada currículo, tiempo que variaba en función de la formación y experiencia laboral de cada perfil. En todo caso, un plazo de tiempo muy alejado de los tres minutos señalados por Infojobs.

