



## ¿cómo se busca y ofrece trabajo en internet?

FORO ECONÓMICO - LABORAL

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Primera **Investigación Académica** realizada en Chile con datos aportados por **trabajando.com** sobre cómo las personas y las empresas buscan y ofrecen trabajo en internet

## ¿CÓMO SE BUSCA Y OFRECE TRABAJO EN INTERNET?

**Benjamín Villena R.**

PhD en Economía / Profesor / Investigador  
Departamento de Ingeniería Industrial Universidad de Chile

---

### El Contexto

Desde hace una par de décadas, con el advenimiento y acelerado desarrollo de internet, de los medios digitales y de las redes sociales, todo o casi todo lo que hacen las personas y las organizaciones sociales, tiene una dimensión en el llamado “mundo digital”. Una realidad que ha impactado en los sistemas económicos, especialmente en los países y sociedades que han tenido un mayor y mejor acceso a estas tecnologías de información y comunicaciones.

### Sobre el Estudio

Y en este contexto el mundo del trabajo no es una excepción, también está presente en internet, con bastante consistencia desde hace más de una década es lo que ha motivado esta investigación.

Con este propósito, en 2013 se firmó un convenio de investigación con **trabajando.com**, portal especializado que aportó datos para la realización de investigación académica, para la cual se tomaron todos los resguardos de confidencialidad necesarios (usuarios innominados), para garantizar el buen uso y destino de la información.

Con estos datos se realizaron diversos estudios y análisis estadísticos que permiten entender y comprender con mayor profundidad la dinámica y características de funcionamiento del mercado laboral en internet.

### Algunos Antecedentes Previos

#### Búsqueda de empleo en internet en el mundo y sus tendencias:

- En EE.UU. en 2000, aproximadamente un 25% de los desempleados buscaban empleos en internet, con similar eficiencia a la de los métodos tradicionales de búsqueda de empleo.
- Para 2008-09 este porcentaje se acercaba al 75% y con mayor eficiencia.
- Estudios más recientes confirman que esta tendencia ha continuado, tanto en términos de cobertura como de efectividad. Los datos de portales y sitios web como **monster.com** y **careerbuilder.com** en EE.UU. han alcanzado una representatividad de vacantes del mercado laboral muy cercana a los datos que se obtienen a través de encuestas de vacantes laborales en establecimientos (JOLTS).

## En Chile:

- En general, existe poca evidencia arrojada por encuestas de empleo sobre el uso de internet en el mercado laboral.
- En la Encuesta de Empleo del INE (ENE), alrededor de 30-40% de los desempleados afirman buscar empleos a través de internet o en diarios entre 2013-17 (la pregunta no distingue entre ambos casos).
- Encuesta de **trabajando.com** con CCS y Tren Digital PUC indican que un 78.6% de los encuestados busca empleo a través de internet y un 47.2% utiliza plataformas como **trabajando.com** o similares.
- Respecto de la búsqueda de empleo entre personas que ya tienen empleo, no se tiene información de encuestas directas sobre los métodos de búsqueda que ellos utilizan.
- Entre 40% y 50% de los postulantes en **trabajando.com** tienen empleo.
- Actualmente desconocemos la cantidad de trabajadores empleados en Chile que buscan trabajo en un mes determinado.
- En EE.UU. en cambio, se sabe que el número de personas que transitan del desempleo al empleo es muy similar al número de personas que se cambian de empleo mensualmente, y que los métodos que quienes están empleados utilizan, son más efectivos que los utilizados por desempleados, para encontrar más y mejores ofertas laborales.
- Por consiguiente, no habiendo datos locales, el comportamiento observado de los trabajadores empleados que buscan oportunidades en internet en EE.UU., es la única medición referencial que se tiene para estudiar el mercado laboral chileno en internet.

## Hallazgos: **SOBRE LOS AVISOS QUE PUBLICAN LOS EMPLEADORES**

### 1. **Avisos con mayores salarios atraen más a los trabajadores:**

Si tuviéramos dos avisos exactamente iguales, salvo por su salario, aquél con salario mayor atraería más postulantes. Logramos hacer comparables los avisos de trabajo controlando muchos factores (mantenidos constantes a través de una técnica estadística) que pueden explicar las postulaciones como:

- ✓ Requerimientos de Educación
- ✓ Carrera
- ✓ Experiencia
- ✓ Dominio Computacional
- ✓ Segmento Económico
- ✓ Tamaño de la Empresa
- ✓ Palabras Claves en el Título del Aviso
- ✓ Otros factores similares.

### 2. **Este efecto se cumple tanto para avisos que consignan el salario (explícito) como para aquellos que lo omiten (oculto).**

Aproximadamente un 85% de los avisos no declaran un salario explícitamente. Esta es una cifra cercana a las entregadas por otros sitios web similares en el mundo, como **monster.com** o **careerbuilder.com**. Una oferta salarial mayor atrae a más postulantes aunque no sea visible.

¿Cómo sucede? los salarios ofrecidos son utilizados por los postulantes para filtrar los avisos como criterio de selección.

El texto del aviso, combinado con la información privada del postulante, puede llevarle a inferir el salario aproximado y a comportarse en la búsqueda, de acuerdo a esa creencia.

**3. Sensibilidad de los postulantes al salario es mayor, si el aviso es explícito.**

La sensibilidad de los postulantes al salario ofrecido es tres veces mayor si el salario es explícito.

Las personas pueden llegar a inferir los salarios que ofrecen los distintos avisos, pero existe un margen de incertidumbre mayor que en el caso de los avisos que muestran explícitamente el salario.

**4. Sensibilidad específica al título de los avisos.**

En el análisis se detectaron palabras que motivan o atraen, en tanto que otras desincentivan o alejan a los postulantes. Incluso influye la posición que esas palabras tengan dentro del título del aviso. Durante la presentación se darán ejemplos concretos.

**5. Sensibilidad al área ocupacional o sector productivo (industria).**

Un aviso que busca trabajadores con perfil profesional para áreas agropecuaria, arte o arquitectura, tendrá un mayor número de postulantes, sólo por apuntar a estas áreas ocupacionales.

En una situación opuesta, están los perfiles del área de la salud.

En términos de industria, la minería, la agricultura, y los servicios personales, atraen un número mayor de postulantes que otras industrias de la economía.

**6. La jornada (horas de trabajo) anunciada afecta al número de postulantes.**

El efecto de anunciar un trabajo a media jornada, o práctica, atrae algo más de postulaciones que los trabajos de jornada completa. En contraposición, los trabajos anunciados como reemplazos temporales, o trabajo por turnos, atraen menos postulantes que los avisos de jornada completa.

**7. Omitir (ocultar) el salario también puede atraer más postulantes, pero con expectativas de salario más alejadas de lo ofrecido por la empresa.**

Al omitir el salario -teóricamente- se cree que el empleador está “dando una señal” de que está dispuesto a negociar el salario, o al menos analizarlo respecto a las características de el(la) posible contratado(a), lo que explicaría que estos avisos sean un poco más atractivos, especialmente para ciertos niveles de competencia y en ciertas áreas.

Sin embargo, ocultar el salario en un aviso genera un aumento de la brecha entre salario ofrecido y expectativa de salario promedio de los postulantes de alrededor de 6%. En otras palabras, se atraen más personas, pero con expectativas de salario más alejadas del salario ofrecido.

**8. La decisión de mostrar salarios es menos común en empleos que buscan mayores requerimientos de educación o formación y que pagan mayores salarios.**

La teoría económica sugiere que actuando de esta forma, se da “una señal” de posible negociación o flexibilidad de acuerdo a las características del postulante.

**9. La decisión de publicar los salarios ofrecidos, es más común en ciertas industrias y ocupaciones.**

Es así en el sector transporte, la administración pública, en los servicios empresariales y en el rubro de las comunicaciones. Al otro lado del espectro, tenemos las industrias pesquera y minera, por ejemplo.

En términos de ocupaciones, los avisos que anuncian salarios explícitamente, son más frecuentes en las áreas de humanidades, arte, arquitectura, comercio y administración.

Hallazgos: **SOBRE LOS TRABAJADORES / POSTULANTES**

En general, la investigación sobre el comportamiento de las personas que postulan a avisos de trabajo en **trabajando.com** muestra que sus conductas se definen en función a la cercanía de intereses que tienen respecto de los requerimientos que considera el aviso.

Los postulantes parecen prestar atención a la información pública de los avisos y tomar decisiones de postulación en función de las coincidencias que ellos estiman tener respecto a los requisitos que el aviso define.

**1. Tienden a postular a avisos que solicitan un nivel educacional levemente superior al que ellos(as) tienen.**

Este comportamiento es más acentuado en postulantes que ya tienen un trabajo.

**2. Tienden a postular a avisos con un nivel de experiencia requerido menor al que ellos(as) tienen.**

En general, la mayor probabilidad de que un trabajador postule a un aviso determinado, se alcanza cuando este tiene una experiencia cinco años mayor a la requerida como mínimo, en el aviso.

**3. Tienden a postular a avisos relativamente alineados con sus propias expectativas de salario.**

Los postulantes desempleados tienen una mayor frecuencia de postulación a avisos que ofrecen salarios hasta 10 o 20% por debajo de sus expectativas.

En tanto que los postulantes que están empleados, tienen una mayor frecuencia de postulación a avisos que ofrecen entre 10 y 15% más que su expectativa de salario declarada.

**4. Tienden a postular menos a avisos geográficamente distantes.**

Si un aviso ofrece un empleo en una región colindante a la residencia declarada del postulante, la frecuencia de postulación decrece alrededor de 25% para un postulante desempleado y en 30%, para uno empleado.

**5. Tienden a postular menos a avisos en un área ocupacional diferente a la propia.**

Si un aviso ofrece un empleo en un área diferente a la del postulante, la probabilidad de postulación cae en un 8% para un postulante empleado y hasta en 12%, para uno desempleado.

**6. Tienen a postular menos a avisos con más días de antigüedad.**

Mientras mayor sea el tiempo que un aviso ha estado publicado, disminuye la posibilidad de que reciba postulantes. En la teoría, esto se conoce como “avisos fantasmas”, ya que los postulantes consideran que la posibilidad de que el puesto de trabajo se haya llenado es más alta, lo que desincentiva la postulación, la hace menos atractiva. El efecto es particularmente importante para trabajadores desempleados.

**7. Tienen a postular más hombres que mujeres.**

Las postulaciones de hombres -empleados y desempleados- son levemente mayores que las de las mujeres, especialmente si están desempleados. Y en el caso de hombres desempleados, que además están casados, el efecto es mayor. Un efecto que no se verifica de igual forma, para las mujeres.

**8. Tienen a postular más a avisos, si han mostrado una expectativa de salario explícitamente a los empleadores**

En [trabajando.com](http://trabajando.com), especialmente, si están desempleados.

**9. Tienen a postular menos, en la medida que aumentan de edad**

Siendo este declive mayor para postulantes que tienen empleo pasados los 35 años.

Este resultado está alineado con lo observado en encuestas de empleo en otros países del mundo, que muestran que la probabilidad de encontrar trabajo disminuye para personas de mayor edad, explicado también -en parte- por un menor esfuerzo para encontrar trabajo.

**10. Tienen a postular menos, cuando la tasa de desempleo de la economía, está en torno al 6.7 %.**

En la medida que la tasa de desempleo se aleja de este nivel, hacia arriba o hacia abajo, la cantidad de postulaciones que realizan en promedio las personas aumenta. La teoría es ambigua respecto a si las personas buscan con más o menos intensidad bajo malas condiciones del mercado laboral. Por un lado, podría haber más intensidad para compensar menores oportunidades atractivas; por el otro, podría haber menos si hay demasiada competencia de otros postulantes y el esfuerzo se prevé improductivo. El nivel de 6.7% llevaría a un mínimo de postulaciones considerando ambos motivos.

**11. Las personas de mayor edad parecen ser menos sensibles a los requerimientos de experiencia y educación.**

No parecen ser tan gravitantes o marcar fuertemente sus decisiones de postulación, en función de esos requerimientos formales.

### **Un horizonte... digital, por explorar**

Sin duda la internet y las transacciones sociales y económicas que permite, incentiva y facilita, tiene y seguirá teniendo una importancia creciente en el mercado laboral.

Este estudio es el primero de una serie de investigaciones, que esperamos desarrollar para entender y comprender la dinámica de comportamiento, desarrollo y proyección que tiene el mercado laboral en la era digital en que vivimos, como un aporte a la economía, al sector privado y especialmente al Estado para la generación de Políticas Públicas Sectoriales.

Equipo Investigador:

**Benjamín Villena R.**, Profesor, Departamento de Ingeniería Industrial, Centro de Economía Aplicada, Universidad de Chile

**Sekyu Choi, Profesor**, Departamento de Economía, University of Bristol, Reino Unido.

**Stefano Banfi L.**, Economista, Ministerio de Energía de Chile.

La información difundida se basa en los siguientes artículos académicos y de difusión:

Banfi, S. y B. Villena-Roldán, 2018. “**Do High-Wage Jobs Attract more Applicants? Directed Search Evidence from the Online Labor Market**”, Aceptado en *Journal of Labor Economics*.

Banfi, S., S. Choi y B. Villena-Roldán, 2018. “Sorting on-line and on-time”. Working paper CEA 336

Banfi, S., S. Choi y B. Villena-Roldán, 2018. “**Deconstructing Job Search Behavior**”. Trabajo presentado en 2018 Society for Economic Dynamics Meeting, Mexico DF.

Banfi, S. y B. Villena-Roldán, 2018. “**Job seekers react to market incentives: Implications for labour market policies.**” Artículo de difusión publicado en el portal voxeu.org (<https://voxeu.org/article/market-incentives-job-search-models>)

#### **AGRADECIMIENTOS A:**

Universidad de Chile; Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas

Departamento de Ingeniería Industrial U. de Chile

Proyecto Anillo SOC 1402 CONICYT

Department of Economics, University of Bristol, Reino Unido.

trabajando.com