

<http://uocpapers.uoc.edu>

article

Dossier «TIC i treball: cap a nous sistemes organitzatius, noves estructures ocupacionals i salarials, i nous mecanismes d'intermediació»

Qui busca feina a internet?

Elena González-Rodrigo

Jorge Sainz-González

Data de presentació: gener de 2008

Data d'acceptació: febrer de 2008

Data de publicació: abril de 2008

Resum

Internet ha comportat un canvi important en la manera de buscar feina. Tanmateix, el canvi no ha afectat tota la població de la mateixa manera. La nostra anàlisi demostra que la població més jove i amb més estudis ha tret més profit de la xarxa. A més, com a instrument, la seva utilització es vincula més a la cerca de feina de persones ja ocupades. Un dels resultats més interessants indica que, proporcionalment, les dones utilitzen més la xarxa per a buscar feina, una dada que és coherent amb els resultats que assenyalen que les estructures tradicionals de contractació les discriminen negativament. Tot i que internet és un instrument en l'evolució del mercat de treball, sens dubte no és la solució als seus problemes ni representa un canvi radical.

Paraules clau

internet, mercat de treball, cerca de feina, discriminació laboral, xarxes

Abstract

Internet has led to an important change in the way we look for work. However, this change has not affected everyone equally. Our analysis shows that the youngest and most educated have made the most of the net. Likewise, it is a tool used more frequently for job searches by those already in employment. One of the most interesting results shows that women, proportionally, use the net more to look for work, a finding that is consistent with the results that show that traditional contracting structures discriminate negatively. Despite the fact that the internet is a factor in the evolution of the employment market, it is obviously not the solution to its problems nor does it represent a radical change.

Keywords

internet, employment market, job search, labour discrimination, networks

1. Introducció

La irrupció de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en tots els àmbits de l'empresa ha afectat també la manera com s'estableixen les relacions laborals entre empreses i treballadors. Internet, en especial, ha transformat la manera de dur a terme la cerca de treballadors per part de les empreses; ha automatitzat part del procés i n'ha facilitat la gestió. De la mateixa manera, els treballadors accedeixen de manera més fàcil a la demanda de les empreses.

En aquest treball es vol donar una visió de l'evolució que experimenta el mercat de treball com a conseqüència de les noves formes d'incorporació laboral en les empreses. Tradicionalment, les necessitats de feina es cobrien mitjançant mètodes més o menys eficients, com la tramesa del currículum a les adreces de recursos humans, o per mitjà del correu o de persones conegudes,

ja integrades en l'empresa. Una altra manera era la publicació d'anuncis als diaris i, fins i tot, que la persona que buscava feina anés a la mateixa empresa a lliurar directament la seva sol·licitud per a un lloc ofert o per a una futura vacant.

L'ús de xarxes d'ocupació a internet per a la cerca del treballador adequat per al lloc que s'ofereix facilita una primera selecció, gairebé automàtica, del treballador més qualificat per al lloc. D'aquesta manera, s'estalvien costos i es disminueix i s'agilita la feina de reclutament. Però aquest canvi no ha estat homogeni. Ha depès de sectors, de perfils empresarials, de l'especialització dels treballadors, de la seva edat, etc. Precisament, aquest últim aspecte és el que més ens interessa en aquest treball, ja que ens indicarà quin és el perfil de la població que es beneficia de les potencialitats de l'economia i de la societat del coneixement en la seva cerca de feina. La nostra hipòtesi de partida és que el canvi ha afectat de manera desigual la societat, i ha incidit en

major grau en les persones més properes a les tecnologies de la informació i la comunicació per edat i per formació.

Per a verificar aquesta tesi, en la primera part del treball es descriuran els diferents processos de selecció que utilitza l'empresa per a trobar el personal adequat que necessita. Posteriorment, es farà un estudi detallat sobre com actua la persona que busca feina en línia i com es comporta en relació amb el treballador que busca feina mitjançant els mecanismes tradicionals. Per a analitzar el primer fet utilitzarem les dades de Nielsen, una consultora especialitzada en el subministrament d'informació sobre internet, dades que ens proporcionen els perfils dels internautes que busquen feina en línia, i compararem aquest perfil amb el total de persones que busquen a la xarxa i amb el conjunt de la població, per a veure la diferència entre uns i altres. A partir d'aquest contrast establirem les conclusions.

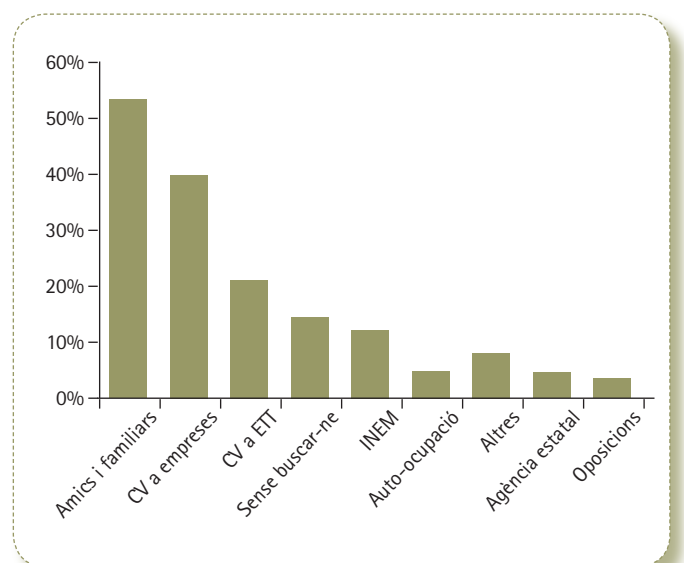
2. La cerca de feina en el mercat de treball d'Espanya

El mercat laboral a Espanya ha estat tradicionalment molt intervingut, tendència heretada de l'economia social plantejada durant la dictadura franquista, i, tot i que s'han produït successives liberalitzacions, el procés continua en marxa i s'hauria de mantenir en les pròximes dècades.¹ Un dels factors de l'obertura del mercat va ser, sens dubte, el final del monopoli de l'INEM, que va implicar la possibilitat de dur a terme una intermediació i també la introducció de noves figures, com les empreses de treball temporal (ETT). Tot i que la seva funció específica no és la de servir de mecanisme per a facilitar el contacte entre oferta i demanda, la seva evolució des de la posada en funcionament al començament dels anys noranta, i la posterior regulació el 1994, acosta força la seva tasca a la feina d'una agència de contractació.² Aquestes agències d'intermediació laboral, molt típiques en mercats anglosaxons, s'han desenvolupat poc en el mercat espanyol, en part per l'oposició dels sindicats als mitjancers privats. Aquest fet fa que el mercat de la intermediació laboral a Espanya sigui relativament obsolet i perjudiqui tant empresaris com treballadors.

En altres paraules, si exclouem el canvi protagonitzat per les empreses privades d'intermediació laboral, el mercat s'ha man-

tingut relativament estable. Una anàlisi dels mètodes de cerca de feina en el mercat de treball a Espanya³ ens revela que, malgrat canvis més o menys importants, com la tramesa de currículums a les ETT, que ha augmentat considerablement des de la seva introducció, el mètode més freqüentment utilitzat pels espanyols continua sent el recurs dels familiars i amics que faciliten el contacte amb les empreses. Per la seva part, sembla que les agències estatals han perdut eficiència en la cerca de feina de qualitat.⁴ El gràfic 1 recull els mètodes més freqüentment utilitzats en el mercat de treball espanyol en la cerca de feina.

Gràfic 1. Mètodes utilitzats en la cerca de feina a Espanya.



Font: García-Montalvo et al. (2006).

Aquesta mena d'estratègies fa que el mercat se segmenti entre els qui tenen una xarxa de contactes rellevant, que els permet obtenir feina més ràpidament, i els qui no en tenen,⁵ cosa que els aboca a la utilització d'altres mètodes i a un període de desocupació més llarg, independentment del seu nivell de capacitació o de la possibilitat de trobar feina.⁶ Cal destacar, tanmateix, que molts treballadors complementen la cerca per mitjà de xarxes amb altres mètodes.⁷ En aquest context, la probabilitat d'obtenir una oferta de treball, i el seu nivell salarial, estarà directament relacionada amb la qualitat dels contactes, tot i que un resul-

1. Costas i Bel (1997).

2. Com assenyala Calle et al. (2007), aquest desenvolupament fa que les ETT gestionin una mitjana d'entorn dels 100.000 contractes laborals al mes a tot Espanya, cosa que representa prop del 14% del total de contractes fets en el mateix període, segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística.

3. García-Montalvo et al. (2006).

4. Addison i Portugal (2002).

5. Montgomery (1991); Granovetter (1995).

6. Osberg (1993).

7. Calvo-Armengol i Jackson (2004).

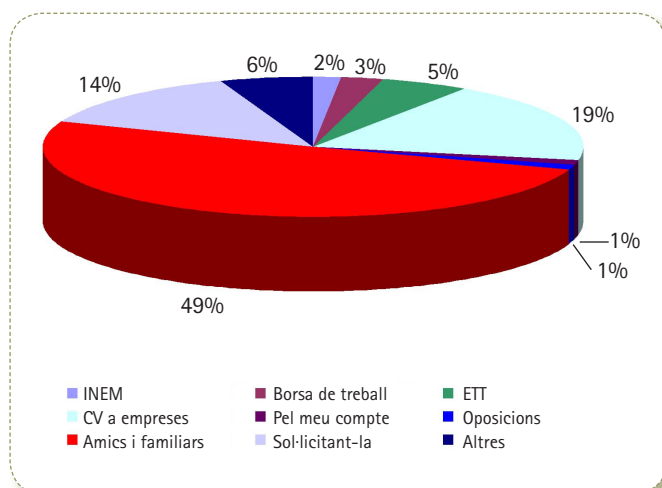
<http://uocpapers.uoc.edu>

Qui busca feina a internet?

tat general és que el salari és menor,⁸ especialment en el cas de les dones, les quals, independentment de la seva capacitat per a establir una xarxa de contactes, tenen accés a menys ofertes i pitjors salaris.⁹

Un altre resultat generalitzat és la utilització, relativament petita, de les agències d'ocupació, que poden ser un mètode molt eficient per a trobar feina després de llargs períodes de desocupació, ja que altres mètodes s'han revelat ineficaços.¹⁰ Aquesta conseqüència és coherent amb els resultats que ens ofereixen les investigacions sobre com troben els treballadors la seva primera feina.¹¹ En aquestes investigacions es mostra com la família continua sent un dels principals factors a l'hora de trobar feina, especialment la primera (gràfic 2). Les dones són les que més utilitzen mètodes de contacte directe, la qual cosa és esbiaixada pel nivell d'estudis i l'edat de les sol·licitants.

Gràfic 2. Com va trobar la seva primera feina.



Font: García-Montalvo et al. (2006).

Aquesta desigualtat entre homes i dones en el moment de buscar i obtenir una feina va fer que les successives reformes laborals de 2001 i 2007 busquessin la promoció de l'ocupació femenina, l'estímul de les empreses per a fer contractes a temps parcial i el foment a l'ús dels grups amb majors dificultats en la inserció laboral, incentivant l'ocupació estable i els contractes permanents.¹²

Tanmateix, aquestes reformes no incloïen en la seva anàlisi un dels principals factors que s'han d'analitzar per a garantir l'eficiència en la cerca d'ocupació: els incentius en la cerca de feina. *A priori*, és evident que la cerca de feina respon a una necessitat bàsica de l'individu: el seu propi manteniment o el de les persones que estan al seu càrrec. Tanmateix, hi ha altres motivacions, entre les quals podem assenyalar l'acabament d'estudis acadèmics o professionals, l'aspiració a trobar un lloc que s'ajusti més i millor a les circumstàncies personals (pel que fa a temps, lloc de residència, transport...), l'incentiu d'aconseguir una vacant que sigui afí a la qualificació del treballador o la incorporació en un moment determinat al conjunt de la població activa.¹³

Tanmateix, un factor curiós és que, fins ara, en revisar la manera com es troba feina a Espanya, hem parlat de mitjans tradicionals i d'«altres mitjans»; o quan ens referim a la tramesa de currículums a les empreses no hem plantejat el mètode pel qual es fan arribar. Tanmateix, el portal líder de l'ocupació a Espanya, Infojobs.net, indicava al seu web el 29 de febrer de 2008 que tenia «87.549 llocs de treball en 33.518 ofertes i amb 2.031.933 candidats», és a dir, tenia un nombre de cercadors de feina similar al nombre declarat d'aturats el febrer (2.315.331 persones segons les dades de l'INEM per al període) i un nombre d'ofertes que és similar a l'increment de l'afiliació el mateix mes (91.327 nous afiliats a la Seguretat Social). Parlem, sens dubte, d'una part important del mercat de treball, però quines són les seves característiques? Qui l'utilitza? Quins són els seus beneficis? En la resta de l'article tractarem de donar respostes a aquestes preguntes.

3. La cerca de feina en línia

La cerca de feina en línia té avantatges tant per a la persona que busca feina com per a la que n'ofereix respecte a altres mètodes més tradicionals.¹⁴ En síntesi, el procés consisteix en la utilització de xarxes que posen en contacte les empreses que busquen potencials treballadors amb aquests, sia directament o amb mitjancers.¹⁵ A vegades, aquests mitjancers són empreses especialitzades en la selecció de personal, que actuen de mitjanceres entre l'empresa objectiu i la persona interessada.

És obvi que gairebé totes les empreses, a partir d'una certa mida, utilitzen el seu web per a dur a terme el procés de selec-

8. Lorry (2006).

9. Ioannides i Lorry (2004).

10. Thomas (1997).

11. García-Montalvo et al. (2006).

12. Gorelli (2007).

13. Osorno (2003).

14. Williams et al. (1993).

15. Vilaseca et al. (2001).

ció, i inclouen una secció on detallen els perfils que necessiten en cada moment. Tanmateix, com més complexa és l'empresa i més important és el capital humà en funció de la facturació total, les empreses tendeixen a gastar més diners en la selecció de personal, i busquen el concurs d'empreses especialitzades. L'efecte esperat és que aquest tipus de serveis aconseguixi, per mitjà de costos més baixos i d'una major difusió de la informació, una millor cobertura de les places buscades i una reducció del diferencial salarial.¹⁶

A Espanya, aquest tipus de serveis l'ofereixen empreses com Infojobs.net o Laboris.net, o companyies com Adecco, empreses de treball temporal que tenen oficines i un portal d'internet on apareixen penjades les mateixes ofertes de feina. L'usuari que es posa en contacte amb aquestes entitats mediadores i s'hi registra té accés a les ofertes d'acord amb l'àrea en la qual s'hagi identificat. Mentrestant, els mitjancers poden segmentar els currículums dels seus usuaris registrats i posar-los a disposició dels seus clients, de manera que s'estalvien el cost de la cerca. Com més segmentada sigui la cerca i més especialitzat sigui el perfil, més estarà disposada a pagar l'empresa que busca treballadors per l'extracció.¹⁷

Amb aquest procediment s'aconsegueix fer una primera selecció automatitzada dels candidats, que tenen accés als requisits mínims necessaris del lloc vacant. Els avantatges principals de l'ús d'aquesta via són clars. D'una banda, comporta un estalvi en el temps de selecció, ja que l'anunci que l'empresa facilita al mitjancer sol ser bastant explícit amb els seus requisits, raó per la qual es fa una primera garbellada de manera immediata. D'altra banda, comporta una disminució de costos, pel fet que es necessita menys personal en l'àrea de recursos humans.

Tanmateix, i contràriament a les hipòtesis assenyalades, l'efecte sobre els mercats de treball no sembla gaire rellevant.¹⁸ La major part de les empreses que fan la cerca en línia són empreses que no necessiten internet per aconseguir assalariats, de la mateixa manera que els que utilitzen aquests sistemes són els treballadors que tenen més «ocupabilitat».¹⁹

També hi ha altres inconvenients. El fet que no sempre aparegui identificat el nom de l'empresa oferent pot comprometre un perfil de treballadors que per diferents motius busquin una altra feina. Això ha fet que, a vegades, la mateixa àrea de recursos humans identifiqui aquell treballador que no està a gust en l'empresa. Un altre problema és la falta d'accés de treballadors potencials a aquestes xarxes, la qual cosa fa que moltes entrevistes no es duguin a terme i que no

Taula 1. Avantatges i desavantatges més importants de la cerca de feina per internet.

Avantatges	Desavantatges
Estalvi en el temps de selecció: tant el treballador potencial com l'empresa se centren en el que tots dos agents busquen, i eliminen la informació no desitjada i equívoca.	Aptitud: amb els processos de selecció mitjançant empreses intermediàries, com que es restringeix molt el perfil buscat, queden fora persones que tenen un gran talent que no es reflecteix en el currículum.
Anonimat: per a l'entitat emissora representa un avantatge respecte a les seves empreses rivals, ja que impedeix a les seves competidores veure l'àrea o el sector que està en expansió en aquell moment. També facilita informació d'aquell treballador no fidelitzat.	Qualificació: la utilització d'aquesta via per a trobar feina requereix uns coneixements mínims de l'ús d'internet. Per aquest motiu, feines en les quals no es requereix un alt nivell de qualificació no apareixen en aquests mitjans.
Disminució dels costos: mitjançant l'aprofitament de la capacitat de gestió de dades de les empreses especialitzades o dels recursos propis si estan correctament gestionats.	Accés: potencials treballadors queden fora del procés de selecció pel fet de no haver accedit a la informació de la vacant oferta.
Asimetria en la informació: en cas que la selecció es faci mitjançant els currículums rebuts al mateix web de l'empresa.	Excés d'ofertes: pot generar massa informació, la qual cosa provoca un desconeixement de la persona que busca feina sobre a quines entitats envia el seu currículum.

Font: elaboració pròpia.

es contracti la persona que més s'ajusta al perfil requerit.²⁰ La taula 1 resumeix els avantatges i els desavantatges més importants que la bibliografia descriu sobre la cerca de feina per internet.

Per tot el que hem analitzat, és convenient que l'empresa tingui definits clarament els seus objectius a l'hora de reclutar

16. Mortensen (2000); Kuhn (2000).

17. Freeman (2002).

18. Kuhn i Skuterud (2000).

19. Kuhn i Skuterud (2004).

20. Hays (1999).

<http://uocpapers.uoc.edu>

Qui busca feina a internet?

els seus treballadors per internet. Posar un anunci de feina en línia és alguna cosa més que redactar el text, elegir la categoria adequada i prémer el botó. L'àmplia difusió de l'anunci –per exemple, el trànsit mensual d'Infojobs.net està per sobre dels dos milions d'usuaris– té dos vessants. En primer lloc, i a causa dels baixos costos d'entrada, cal destacar-se entre la multitud, i, en segon lloc, cal anar amb compte amb la imatge que es difon de l'empresa que busca treballadors, ja que l'efectivitat de la cerca es podria reduir dràsticament, la qual cosa podria generar una clara pèrdua d'avantatge competitiu.²¹

Si les empreses fan el plantejament correcte, el canvi es pot plantejar des de tres vessants principals.²² El primer és com es facilita la manera d'establir la relació entre empresari i treballador. El segon és el canvi en la manera de proveir serveis, que passa a ser virtual. Finalment, l'oferta de treball deixa de ser local, i s'amplien les possibilitats del mercat. L'anàlisi de les dades

que farem a continuació mostrarà com el plantejament anterior és cert, però no generalitzat, ja que pocs segments del mercat es beneficien del canvi introduït per l'ús d'internet com a mecanisme de reclutament laboral.²³

4. Qui utilitza aquests serveis?

A Espanya, internet continua sent un joc d'uns quants. Com es pot observar a la taula 2, només el 27,8% dels internautes fan cerca de feina en línia. La principal empresa estatal, i la que gestiona més sol·licituds de feina, és Infojobs.net, amb una mica més de dos milions d'usuaris i un *reach* del 13,5%. Altres conegudes intermediàries, com Trabajar.com o Infoempleo.com, no arriben entre totes a la seva penetració de mercat.

Taula 2. Els 50 principals portals de cerca de feina a Espanya. Desembre 2007.

Classificació	Portal	Usuaris (en milers)	Reach (%)
-	Total Internet	14.906	100,0
-	Cerca de feina en línia	4.151	27,8
1	INFOJOBS.NET	2.019	13,5
2	TRABAJAR.COM	808	5,4
3	INFOEMPLEO.COM	620	4,2
4	DEUSTOFORMACION.COM	495	3,3
5	LABORIS.NET	398	2,7
6	TRABAJOS.COM	240	1,6
7	BUSCAOPOSICIONES.COM	228	1,5
8	INEM.ES	223	1,5
9	TROVIT SPAIN JOBS	184	1,2
10	EXPANSIONYEMPLEO.COM	154	1,0
11	COMPUTRABAJO SITES	108	0,7
12	CURRENTES.COM	104	0,7
13	RANDSTAD GROUP	97	0,7
14	EDPFORMACION.COM	95	0,6
15	AZAFATASYPROMOTORAS.COM	92	0,6
22	UGT.ES	75	0,5
23	MONSTER	74	0,5
26	CANALOPOSICIONES.COM	65	0,4
27	CAREERBUILDER LLC	64	0,4

21. Capelli (2000); Jansen *et al.* (2005).

22. Autor (2001).

23. Cañibano i Sainz (2008).

Classificació	Portal	Usuaris (en milers)	Reach (%)
36	ADECCO	43	0,3
44	MICHAEL PAGE INTERNATIONAL	32	0,2
48	TRABAJASTUR.COM	25	0,2
49	INDITEXJOBS.COM	24	0,2
50	VENDEDORES.COM	23	0,2

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Nielsen-Net Ratings. S'entén per reach el percentatge d'usuaris d'internet del total de l'univers que utilitzen un servei determinat.

Taula 3. El perfil de la població i els usuaris d'internet a Espanya. 2006.

		Total població	Internautes
Sexe	Homes	52,8%	49,9%
	Dones	47,2%	50,1%
Edat	16-24	14,0%	23,8%
	25-34	22,4%	31,1%
	35-44	21,1%	24,0%
	45-54	17,1%	14,4%
	55+	25,3%	5,5%
Situació laboral	Treballant	58,3%	71,8%
	Aturat	6,5%	6,3%
	Estudiant	7,0%	12,9%
	Mestresses de casa	12,3%	4,4%
	Pensionista	13,5%	2,4%
Estudis	Altres	2,3%	2,2%
	Analfabets	2,1%	0,0%
	Primària	26,0%	7,1%
	Secundària obligatòria	25,1%	20,5%
	Batxillerat	19,8%	27,8%
FP Grau superior	9,1%	13,5%	
Universitària	17,9%	31,0%	

Font: elaboració pròpia a partir del perfil sociodemogràfic dels internautes, Red.es (2007).

Un altre tret que s'ha de destacar és la importància de portals referents a oposicions, que tenen una incidència superior a pàgines com les de l'INEM, que, malgrat la seva modernització com a servei públic en xarxa, rep menys visites. Tampoc tenen més èxit les empreses de treball temporal. La primera que apareix és Berstelmann, seguida molt de lluny pel portal d'Adecco. Sí que té més acceptació, en termes relatius, Michael Page, empresa d'ocupació dirigida a persones i companyies que requerei-

xen llocs de qualificació elevada, la qual cosa es relaciona amb les dades de les taules 4 i 5, que mostren els usuaris d'aquests portals més especialitzats.

Finalment, és interessant destacar el lloc relativament elevat del web d'ocupació del grup Inditex en aquest rànquing. Reflexiona l'intent de l'empresa de centralitzar la seva contractació mitjançant internet millorant la gestió dels recursos humans en un sector que, tradicionalment, ha estat poc sofisticat en aquesta àrea. Aquest tipus de comportament és típic d'empreses innovadores que maximitzen els avantatges de les TIC.²⁴

Des de la perspectiva comparativa, les dades mostren com el perfil de l'usuari d'internet que acudeix més a aquestes vies de cerca de feina és el de la dona d'edat compresa entre els 25 i els 34 anys, que ja treballa i que té estudis universitaris. Com més elevat és el nivell d'estudis i de renda de la persona que busca feina, més fa servir la xarxa.

Taula 4. La cerca de feina en línia a Espanya per trams d'edat. Desembre 2007.

Cerca de feina			
Grup d'edat	Homes	Dones	Total
15-24	7,7%	9,9%	17,6%
25-34	13,0%	15,9%	28,9%
35-44	10,8%	10,3%	21,1%
45-54	8,4%	10,0%	18,4%
55+	8,1%	5,9%	14,0%
Total	48,0%	52,0%	100,0%

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Nielsen-Net Ratings.

Davant les dades exposades anteriorment, l'anàlisi de les dades de Nielsen per a usuaris que utilitzen els llocs web d'ocupació mostra que el percentatge de dones que busquen feina per internet és superior al dels homes en gairebé tots els rangs d'edat,

24. Capelli (2001).

<http://uocpapers.uoc.edu>

Qui busca feina a internet?

excepte quan s'assoleixen els 55 anys. Aquest resultat és interessant i mostra, en el mercat de treball espanyol, una evolució contrària als resultats dels estudis per als Estats Units²⁵ o per a Àustria.²⁶ A causa del seu interès, més endavant analitzarem amb detall aquest resultat.

Les dades sobre educació i situació laboral de la taula 5 ens mostren que la utilització d'internet en la cerca de feina és major com més elevat sigui el nivell de formació, i per sobre de la segmentació ja existent entre els internautes i la població, amb un resultat similar al d'altres anàlisis internacionals. D'aquesta manera, les persones que més acudeixen a aquest procés són les que tenen un nivell de formació superior al nivell obligatori (batxillerat i formació professional de grau superior) i, sobretot, aquelles persones amb estudis universitaris, que són les que utilitzen majoritàriament aquesta via de cerca de feina.

Taula 5. El nivell educatiu en la cerca de feina en línia a Espanya. Desembre 2007.

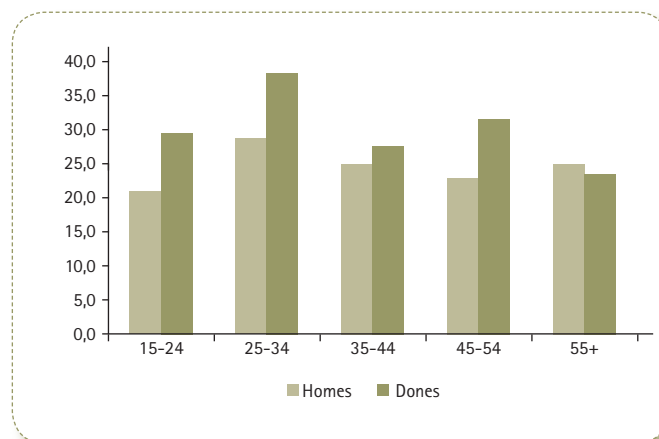
Nivell educatiu		Percentatge
No universitària	Analfabets	-
	Primària	1,4%
	Secundària obligatòria	13,5%
	Batxillerat i FP G. Sup.	23,1%
Universitària	Parcial	20,4%
	Diplomats	8,9%
	Llicenciats	22,4%
	Postgrau	10,3%

Font: elaboració pròpia a partir de dades de Nielsen-Net Ratings.

Desgraciadament, les dades de Nielsen no desglossen la situació laboral de les persones que busquen feina. Tanmateix, una investigació²⁷ elaborada utilitzant dades de Red.es i de l'enquesta de població activa (EPA) demostra que, en el cas espanyol, les persones que busquen feina a la xarxa no coincideixen amb el perfil de persones aturades, llevat que busquin la seva primera feina. És a dir, que la major part de les persones que busquen feina a la xarxa són persones que acaben d'arribar al mercat laboral i que estan en situació de transició en el seu lloc actual. La tendència indica que, a mesura que la utilització d'aquest tipus de portals de cerca en línia de feina s'ampliï, la segmentació anirà desapareixent i això en permetrà l'ús generalitzat. Un altre resultat és la major utilització d'internet per a la cerca

de feina en persones de sectors d'activitat amb major intensitat en l'ús de les TIC, com, per exemple, l'enginyeria o les finances, cosa que també és coherent amb investigacions dutes a terme a escala internacional.²⁸

Gràfic 3. Reach de la cerca de feina en línia a Espanya per sexe i edat. Desembre 2007.



Font: elaboració pròpia a partir de dades de Nielsen-Net Ratings.

Ja hem assenyalat que l'anàlisi de la cerca de feina per mitjà d'internet a Espanya presenta una important singularitat: un major ús per part de les dones treballadores. Com podem observar al gràfic 3, la participació de les dones en aquest tipus de serveis és major que la dels homes en tots els trams d'edat, a excepció del superior (més de 55 anys). Aquest resultat, molt sorprenent si tenim en compte els resultats de la investigació internacional, que ens condueix en un sentit contrari,²⁹ també es tradueix en una major utilització d'aquests serveis.

Com es pot observar al gràfic 5, la mitjana de visites fetes per les dones el mes de desembre de 2007 és bastant superior a la de les fetes pels homes en el mateix període. Aquesta diferència s'accentua en el tram d'edat comprès entre els 25 i els 34 anys, i a partir dels 55. Creiem que aquest fet és conseqüència dels trets característics i distintius en l'entrada en el mercat laboral per part de tots dos sexes. L'ús de la xarxa porta un component neutre incorporat. La importància de la primera impressió i el sentir-se acceptat són elements més rellevants en el caràcter femení.³⁰

Una altra raó deriva de la discriminació que s'experimenta en relació amb el mercat de treball. El pes de responsabilitats familiars, pel que fa a l'atenció de la llar i els seus membres, tradicionalment ha recaigut en la dona. Amb la seva incorporació

25. Kuhn i Skuterud (2000); Freeman (2002); Fountain (2005).

26. Weber i Mahringer (2008).

27. Cañibano i Sainz (2008).

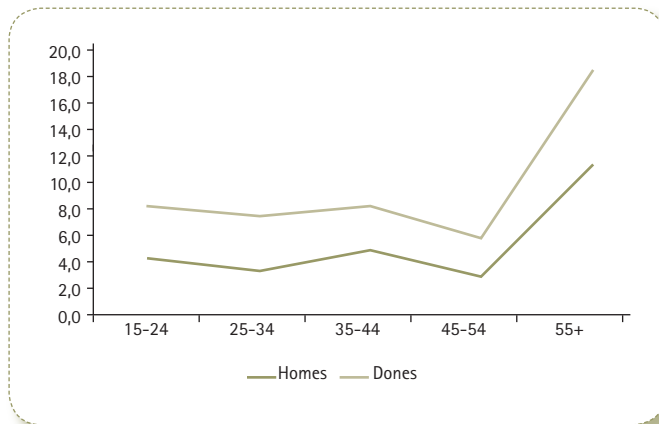
28. Kuhn i Skuterud (2000); Weber i Mahringer (2008).

29. Fountain (2005).

30. Williams *et al.* (1993).

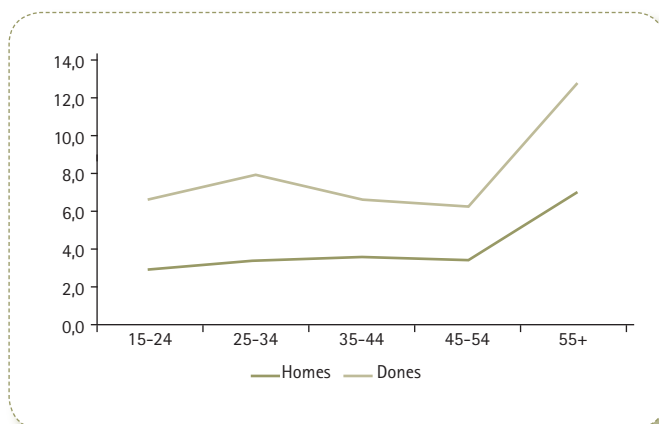
cada vegada major en el mercat laboral, la cerca d'una feina que sigui pròxima al context que l'envolta i que s'ajusti a aquesta major implicació en la cura de la família, fa que la cerca sigui més exigent i que s'hi dediqui més temps.

Gràfic 4. Minuts per visita en portals de cerca de feina en línia a Espanya per sexe i edat. Desembre 2007.



Font: elaboració pròpia a partir de dades de Nielsen-Net Ratings.

Gràfic 5. Visites per mes en portals de cerca de feina en línia a Espanya per sexe i edat. Desembre 2007.



Font: elaboració pròpia a partir de dades de Nielsen-Net Ratings.

En síntesi, la major utilització dels serveis d'ocupació en línia per part de les dones a Espanya podria ser el reflex de les dificultats que tenen per a trobar la seva primera feina, i també d'una utilització menor respecte als homes dels instruments de col·locació, a excepció de la relació directa amb l'empresa.³¹ Aquest comportament podria ser conseqüència de la manera d'establir interaccions, menys vinculades al que és laboral i més al que és afectiu en el cas de les dones que en el dels homes.³²

31. García-Montalvo *et al.* (2006).

32. Ioannides i Loury (2004); Loury (2006); Cañibano i Sainz (2008).

5. Conclusions

Els avantatges d'internet com a mètode eficaç per a trobar feina són evidents. D'una banda, elimina barreres físiques i afavoreix l'expansió global dels mercats. D'altra banda, també elimina jerarquies i dota els individus de major capacitat d'accés a la informació i de mecanismes per a fer arribar informació a altres agents sense necessitat de la participació de mitjancers institucionals. D'aquesta manera, es democratitza el procés de trobar feina; és més independent de les xarxes de contactes personals a les quals es tingui accés, i augmenta la capacitat del treballador com a referència en la feina.

Les maneres de contactar són diverses, s'utilitzin o no intermediaris. En qualsevol cas, es produeix una segmentació del mercat de treball, on els treballadors més ben formats i més joves utilitzen més internet, proporcionalment, per a trobar feina que el treballador típic. S'espera que aquest resultat es vagi equilibrant a mesura que s'ampliïn els usos de la xarxa, encara que tot sembla indicar que hi haurà un biaix important cap a aquests perfils i cap als treballadors dels sectors més propers als usos de les TIC. L'ús de portals, com Infojobs.net, que actuen com a mitjancers entre l'empresa i el treballador, facilita la cerca de feina i redueix el temps destinat a això; a més, fa baixar els costos d'oportunitat.

Finalment, la nostra anàlisi indica que les dones utilitzen més la xarxa per a trobar la feina esperada. Això, que sembla ser molt particular del mercat de treball a Espanya, posa en relleu les dificultats que les dones espanyoles tenen per a la seva inclusió en el mercat de treball per mitjà dels mecanismes tradicionals. En qualsevol cas, sembla difícil que, per si sola, internet pugui resoldre tots els problemes friccionals del mercat de treball espanyol, encara que, sens dubte, és de clara ajuda en alguns segments de la població, com les dones i els joves.

Bibliografia

- ADDISON, J. T.; PORTUGAL, P. (2002). «Job search methods and outcomes». *Oxford Economic Papers*. Vol. 54, núm. 3, pàg. 505-533.
- AUTOR, D. (2001). «Wiring the labor market». *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 15, núm. 1, pàg. 25-40.
- CAPELLI, P. (2001). «Making the most of online recruiting». *Harvard Business Review*. Núm. 79, pàg. 139-146.
- CALLE, M.; ORTIZ DE URBINA, M.; ROMERO, M. (2007). «La intermediación de las empresas de trabajo temporal en el mercado laboral español». A: Juan Carlos AYALA (coord.). *Conocimien-*

- to, innovación y emprendedores: camino al futuro. Logroño: Servicio de publicaciones de la Universidad de La Rioja.
- CALVO-ARMENGOL, A.; JACKSON, M. (2004). «The effects of social networks on employment and inequality». *American Economic Review*. Vol. 94, núm. 3, pàg. 426-454.
- CAÑIBANO, C.; SAINZ, J. (2008). «Nueva economía y mercado de trabajo: perspectivas de aplicación de las nuevas tecnologías a la búsqueda de empleo». A: FUNDACIÓN SEPI (ed.). *Mercado de trabajo y nuevas tecnologías*. Madrid: Mundi Prensa.
- COSTAS, A.; BEL, G. (1997). «Los beneficios de la liberalización: lecciones para España». A: A. COSTAS, G. BEL (ed.). *Los beneficios de la liberalización de los mercados de productos*. Barcelona: La Caixa.
- FOUNTAIN, C. (2005). «Finding a job in the Internet Age». *Social Forces*. Vol. 83, núm. 3, pàg. 1235-1262.
- FREEMAN, R. (2002). «The labour market in the new information economy». *Oxford Review of Economic Policy*. Vol. 18, núm. 3, pàg. 288-304.
- GARCÍA-MONTALVO, J.; PEIRO, J. M.; SOROS, A. (2006). *La inserció laboral dels joves en l'Espanya urbana*. València: Institut Valencià d'Investigacions Econòmiques (IVIE).
- GORELLI, J. (2007) «Spain's 2006 labour reform». *International Labour Review*. Vol. 146, núm. 1-2, pàg. 115-119.
- GRANOVETTER, M. S. (1995). *Getting a job: a study of contacts and careers*. Chicago: University of Chicago Press.
- HAYS, S. (1999). «Hiring on the Web». *Workforce*. Vol. 78, pàg. 76-84.
- IOANNIDES, Y. M.; LOURY, L. D. (2004). «Job information networks, neighbourhoods effects and inequality». *Journal of Economic Literature*. Vol. 42, núm. 4, pàg. 1056-1093.
- JANSEN, B. J.; JANSEN, K. J.; SPINK, A. (2005). «Using the Web to look for work: implications for on-line job seeking and recruiting». *Internet Research*. Vol. 15, núm. 1, pàg. 49-66.
- KUHN, P. (2000, octubre). «Policies for an Internet labour market». *Policy Options*. Pàg. 42-47.
- KUHN, P.; SKUTERUD, M. (2000, octubre). «Job search methods: Internet versus traditional». *Monthly Labor Review*. Pàg. 3-11.
- KUHN, P.; SKUTERUD, M. (2004). «Internet job search and unemployment durations». *American Economic Review*. Vol. 94, núm. 1, pàg. 218-232.
- LEONARD, B. (2000). «Online and overwhelmed». *HR Magazine*. Vol. 45, núm. 8, pàg. 36-42.
- LOURY, L. D. (2006). «Some contacts are more equal than others: informal networks, job tenure, and wages». *Journal of Labor Economics*. Vol. 24, núm. 2, pàg. 299-318.
- MONTGOMERY, J. D. (1991). «Social networks and labor-market outcomes: toward an economic analysis». *American Economic Review*. Vol. 81, núm. 5, pàg. 1408-1418.
- MORTENSEN, D. T. (2000). «Equilibrium unemployment with wage posting: Burdett-Mortensen meets Pissarides». A: Henning BUNZEL et al. (ed.). *Panel data and structural labor market models*. Amsterdam: Elsevier.
- OSBERG, L. (1993). «Fishing in different pools: job-search strategies and job-finding success in Canada in the early 1980s». *Journal of Labor Economics*. Vol. 11, núm. 2, pàg. 348-386.
- OSORNO, M. del P. (2003). «La búsqueda de empleo de los ocupados: intensidad y motivos». *Estudios de Economía Aplicada*. Vol. 21, núm. 1, pàg. 149-172.
- THOMAS, J. (1997). «Public employment agencies and unemployment spells: reconciling the experimental and nonexperimental evidence». *Industrial and Labor Relations Review*. Vol. 50, núm. 4, pàg. 667-683.
- VILASECA, J. et al. (2001). *Mercado de trabajo y economía del conocimiento*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya (UOC).
- WEBER, A.; MAHRINGER, H. (2008). «Choice and success of job search methods». *Empirical Economics* (en premsa).
- WILLIAMS, C. R. et al. (1993). «Recruitment sources and post hire outcomes for job applicants and new hires». *Journal of Applied Psychology*. Vol. 78, pàg. 163-72.

Citació recomanada:

GONZÁLEZ-RODRIGO, E.; SAINZ-GONZÁLEZ, J. (2008). «Qui busca feina a internet?». A «TIC i treball: cap a nous sistemes organitzatius, noves estructures ocupacionals i salarials, i nous mecanismes d'intermediació». *UOC Papers* [dossier en línia]. Núm. 6. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa].

<http://www.uoc.edu/uocpapers/6/dt/cat/gonzalez_sainz.pdf>

ISSN 1885-1541



Aquesta obra està subjecta a la llicència Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 2.5 de Creative Commons. Podeu copiar-la, distribuir-la i comunicar-la públicament sempre que n'especifiqueu l'autor i la revista que la publica (*UOC Papers*); no en feu un ús comercial; i no en feu obra derivada. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/es/deed.ca>

**Elena González-Rodrigo**

Departament d'Economia Aplicada I
de la Universitat Rey Juan Carlos
elena.gonzalez@urjc.es

Llicenciada en Economia per la Universitat Rey Juan Carlos. És màster oficial en Anàlisi econòmica internacional. En l'actualitat és doctoranda del Departament d'Economia Aplicada I de la Universitat Rey Juan Carlos i fa la tesi sobre el comportament dels usuaris en la utilització de les diferents branques de les tecnologies de la informació i la comunicació. Ha participat en diferents projectes de recerca relacionats amb el comportament i la incidència dels individus en els diferents àmbits del panorama laboral nacional, i també en el procediment i desenvolupament de les TIC.

**Jorge Sainz-González**

Departament d'Economia Aplicada I
de la Universitat Rey Juan Carlos
jorge.sainz@urjc.es

Professor titular d'Economia Aplicada a la Universitat Rey Juan Carlos. És doctor en Economia per aquesta universitat i màster en Gestió empresarial per la Universitat de Rochester als Estats Units i llicenciat en Economia i Dret. Ha publicat una vintena d'articles en revistes nacionals i internacionals sobre els efectes de la innovació tecnològica en l'empresa, especialment financera. Ha estat professor visitant a la Universitat de Reading, a Anglaterra, i la Universitat Loyola, als Estats Units. Professionalment ha ocupat diferents càrrecs en empreses financeres i tecnològiques, com Intermoney o Yahoo! Espanya, on va ser director de l'àrea de Comerç Electrònic.