

ACTUALIDAD SOCIOLABORAL

ENERO 2012

REPÚBLICA FEDERAL DE ALEMANIA

Vías de búsqueda de personal en las empresas alemanas



*Consejería de Trabajo e Inmigración
Lichtensteinallee 1 - 10787 Berlín*

VÍAS DE BÚSQUEDA DE PERSONAL EN LAS EMPRESAS ALEMANAS

La cifra de vacantes es un indicador importante situación en el mercado laboral, ya que refleja la necesidad de mano de obra en todos los sectores de la economía. Debido a que las empresas no dan de alta la totalidad de sus puestos vacantes en las agencias de empleo, el Instituto de investigación del mercado laboral y profesional (IAB) realiza encuestas regulares que reflejan además los procesos de contratación. En su informe 26/2011 de diciembre, el IAB analiza las modalidades que siguieron en 2010 las empresas en su búsqueda de personal y destaca las más efectivas.

La cifra vacantes se redujo considerablemente en 2009 durante el período de crisis económica para volver a subir en el primer trimestre de 2011 hasta superar la barrera de un millón. Aunque en el transcurso del año la cifra bajó ligeramente, en el tercer trimestre se mantuvo a un nivel de cerca de 920.000 vacantes. Las modalidades de búsqueda de trabajadores adecuados para los puestos ofertados pueden ser internas y externas. Las primeras se centran en candidatos que ya trabajan en la empresa y consisten en convocatorias internas o en contactar directamente con el practicante, aprendiz o trabajador temporal. En 2010 sólo un 13% de los procesos de búsqueda de personal se basaron en esta modalidad, lo que da cuenta de que predominan los procesos externos: si bien las empresas pueden optar por atender a las solicitudes enviadas por iniciativa propia o a anuncios publicados por los solicitantes, las empresas buscan también en la prensa, en Internet, a través de las agencias de empleo o de intermediadores privados.

Modalidades escogidas para la búsqueda de personal de 2006 a 2010 – 6 más significativas
 % en relación con las nuevas contrataciones (2010)

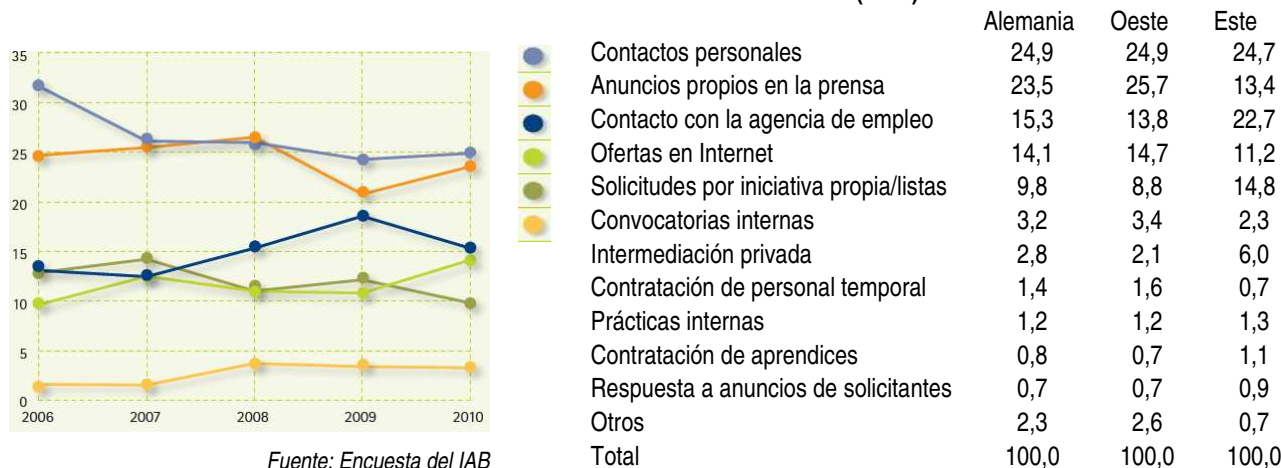


Fuente: Encuesta del IAB

En todo el territorio alemán las modalidades de búsqueda de personal más frecuentes son las agencias de empleo, las ofertas en Internet o en la prensa, así como los contactos personales. En

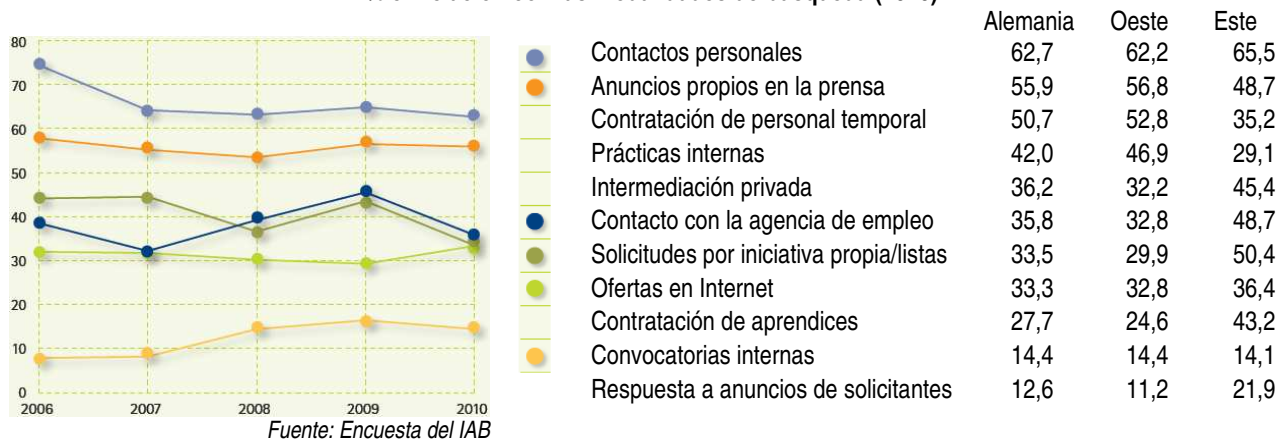
la valoración cuantitativa hay que tener en cuenta que no todas las empresas hacen uso de todas las modalidades. En el este de Alemania se hizo uso de 2,2 modalidades de búsqueda por cada nueva contratación (oeste: 2,5), destacando la agencia de empleo y la intermediación privada.

Modalidades que conducen a la ocupación de vacantes 2006 a 2010 – 6 más significativas.
% en relación con las nuevas contrataciones (2010)



Una cuarta parte de las nuevas contrataciones en 2010 se realizó a través de contactos personales y de anuncios en la prensa. Las cinco modalidades que tuvieron más éxito para llegar a la contratación son las mismas en el este y el oeste de Alemania, aunque en la parte oriental del país destacan el contacto con la agencia de empleo y las solicitudes por iniciativa propia.

Cuotas de éxito 2006 a 2010 – 6 más significativas.
% en relación con las modalidades de búsqueda (2010)



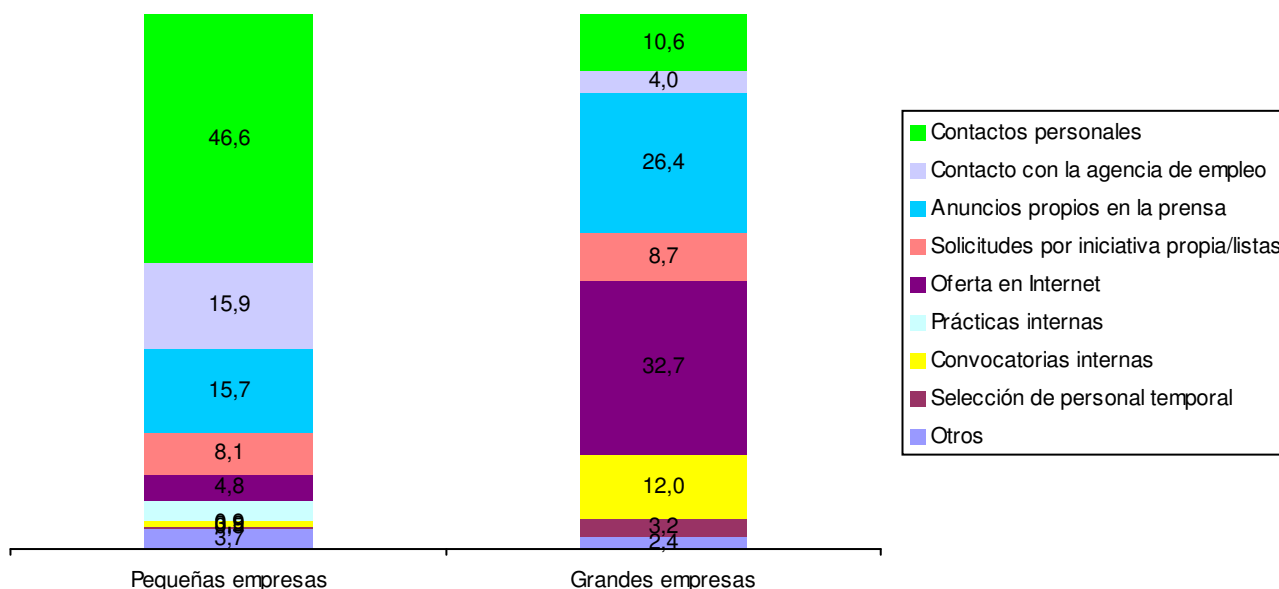
El hecho de que se escoja con más frecuencia una modalidad determinada para la búsqueda de personal no significa necesariamente que ésta sea más efectiva. La cuota de éxito define para cada modalidad de búsqueda el porcentaje de éxito en las contrataciones en relación con el número de procesos de búsqueda en los que se emplea cada una de las modalidades. Todo indica que la búsqueda a través de contactos personales es la más efectiva: en casi dos de cada tres casos se realizó la contratación. También la búsqueda a través de anuncios en la prensa tuvo éxito en más de la mitad de los casos. Algunas modalidades como la contratación de practicantes

o de personal temporal son también muy efectivas; si bien no son las más escogidas por las empresas, las oportunidades de éxito cuando se emplean suelen ser bastante elevadas. Las ofertas en Internet, las solicitudes por iniciativa propia y las agencias de empleo tienen éxito en uno de cada tres casos. En el este del país las empresas acuden más a las agencias de empleo, con un buen resultado en las contrataciones (aprox. 50%).

Contrataciones por tamaño de la empresa

Con 3,2 frente a 2,3, en 2010 las grandes empresas (10-500 trabajadores) hicieron uso de más modalidades de búsqueda de personal que las pequeñas (<10 trabajadores). Las cinco modalidades más importantes dieron lugar a más del 90% de todas las nuevas contrataciones. La mayor parte de las contrataciones en las pequeñas empresas se originan a través de las redes personales, debido a la poca relevancia del mercado interno de puestos de trabajo. Sólo un 11% de las grandes empresas llegan a una contratación por esta vía, ya que cuanto mayor es una organización, mayor es también su reparto de trabajo, más son las unidades que participan en la selección de los solicitantes y la estructuración de los procesos es más formal.

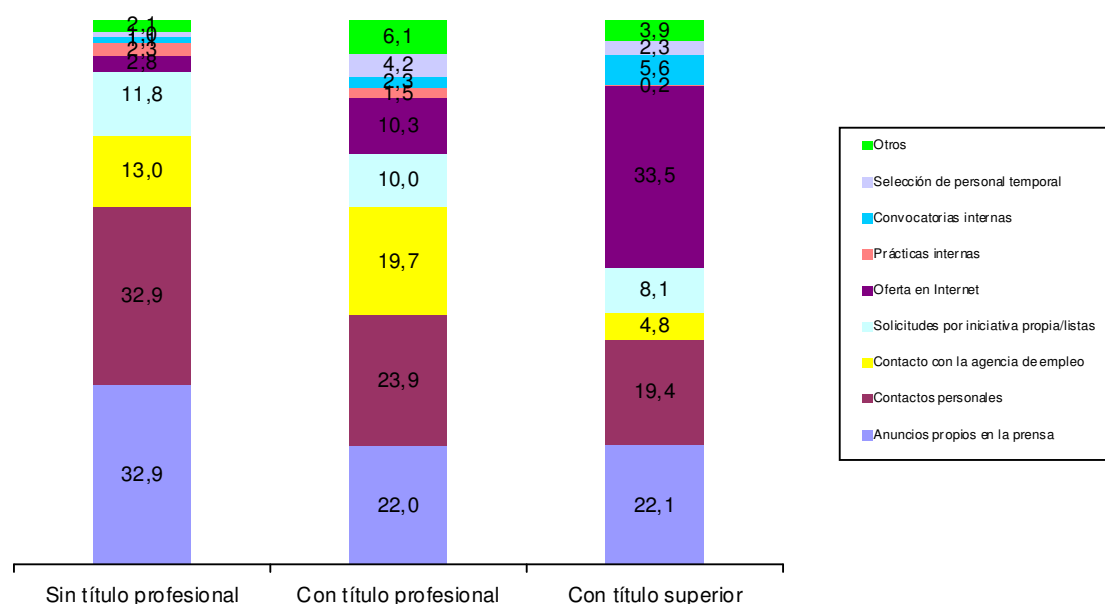
En las grandes empresas predominan las contrataciones a través de la oferta en Internet, mientras que en las pequeñas empresas el porcentaje es únicamente del 4,8%, debido sobre todo a que la búsqueda es principalmente local, además de que las pequeñas empresas suelen disponer de menos recursos para presentarse en la red. El hecho de que el contacto con las agencias de



empleo sea también más frecuente en las pequeñas empresas se debe a que éstas suelen carecer de departamentos de RR.HH.

Modalidades de búsqueda según la cualificación requerida

Los requisitos de cualificación determinan también las vías que utilizan las empresas para buscar personal. Las más empleadas son las solicitudes por iniciativa propia, los anuncios en la prensa y los contactos personales. La gran importancia de los contactos personales en la contratación de personal sin cualificación se debe a que para puestos sencillos no es tan importante la cualificación formal, mientras que cualidades como la motivación, la capacidad para trabajar en equipo y la confiabilidad se transmiten mejor a través de recomendaciones personales. En cambio, para contratar personal cualificado destaca el papel de Internet, entre otros factores porque la búsqueda de personal especializado se realiza con carácter interregional.



El contacto con las agencias de empleo destaca para puestos de personal con un título profesional (20%). Según la Agencia Federal de Empleo en 2009 el porcentaje de licenciados entre los desempleados fue únicamente del 5%.

Modalidades de contratación para desempleados

En 2010 cerca de un 39% de las contrataciones fueron de personas desempleadas. Más del 43% del total de nuevas contrataciones procedía de otra empresa, y cerca de un 10% de una formación profesional o continua. La mayor parte de las contrataciones de desempleados se realizó a través de las agencias de empleo (32%). De ellos, un 56% llevaba menos de un año en esa situación, una tercera parte eran desempleados de larga duración (más de un año). En estos últimos las contrataciones se realizan con más frecuencia a través de la agencia de empleo (42%, frente al 28% de los desempleados de corta duración), gracias a su papel integrador en el mercado laboral. Las empresas se muestran más reticentes a la contratación cuanto mayor es el período de desempleo. Por este motivo son también importantes los contactos personales, que originan casi

una cuarta parte de las contrataciones de desempleados de larga duración (corta duración: 18%). Para los desempleados de corta duración destacan las ofertas en Internet (8% frente a 5%), la intermediación privada (4% frente a 0,5%) y las solicitudes por iniciativa propia (11% frente a 4%).

Las bolsas de empleo virtuales son imprescindibles para buscar trabajo

La Confederación de empresas dedicadas a la informática, las telecomunicaciones y a los nuevos medios, BITKOM, publicó en noviembre los resultados de una encuesta realizada a 1.500 empresas de todos los sectores, la cual refleja que las bolsas de empleo online son el medio más importante que utilizan las empresas para buscar personal. En 2011 un 79% de las empresas publicaron sus vacantes en portales como stepstone, monster o jobscout24 (2010: 71%). Con un 30%, también ha aumentado la popularidad de las redes sociales como facebook, studiVZ y xing (2010: 29%, 2009: 12%). Dos tercios de las empresas reconocen que hacen uso de tres o más vías para buscar personal. Un 69% de las empresas publican sus ofertas de empleo en sus propias páginas web, un 28% utiliza bolsas de empleo sectoriales.

No obstante, también ha aumentado el uso de los medios impresos como la prensa (2011: 58%, 2010: 55%) y revistas especializadas (22%).