El 85% de las empresas prefiere no publicar los salarios ofrecidos a sus trabajadores en Internet.

Además, de acuerdo a un estudio de la U. de Chile, los postulantes se sienten más atrajidos por aquellas ofertas donde el salario se entiende como una señal de negociación o flexibilización.

SANTIAGO: Una investigación académica realizada por la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas de la Universidad de Chile identificó cómo se comportan laschi y las empresas al momento de buscar y ofrecer empleos a través de Internet.

El estudio, que se realizó con datos del portal Trabando.com y en conjunto con académicos de la University of Bristol del Reino Unido, concluyó, entre otros resultados, que el 85% de las empresas prefiere no publicar los salarios ofrecidos a sus trabajadores en Internet. Además, los postulantes se sienten más atrajidos por aquellas ofertas donde el salario se entiende como una señal de negociación o flexibilización.

Según explicó el economista y docente a cargo de dirigir el equipo de estudio, Benjamín Villena, la investigación dio cuenta de que las empresas tienden a entrelazar el salario ofrecido con otros elementos, como la posibilidad de negociar o de cambiar la oferta de empleo.

Utilizando 14 millones de postulaciones de 1.2 millones de personas entre 2009 y 2010, la investigación demostró que el 85% de las empresas prefiere no publicar los salarios ofrecidos a sus trabajadores en Internet. Además, los postulantes se sienten más atrajidos por aquellas ofertas donde el salario se entiende como una señal de negociación o flexibilización.

14 millones de postulaciones de 1.2 millones de personas entre 2009 y 2010 se utilizaron para el estudio

Un resultado adicional

Si los aviso que publican un salario lo elevan, obtienen una respuesta de postulaciones más en línea: 40% de las postulaciones a las que se ha ofrecido un salario elevado. Sin embargo, los postulantes tienden a valorar más la posibilidad de negociar el salario, lo que muestra que la negociación es una parte importante del proceso de selección.

Además, la investigación observó que la decisión de publicar los salarios ofrecidos es más común en el sector transporte, administración y en el rubro de la comunicación, lo que se debe a que en estos sectores el salario es más negociable.

Respecto al comportamiento de las empresas que postulan a avisos, el estudio mostró que las empresas que ya tienen un empleo, tienden a postular a avisos que ofrecen un nivel educacional superior con la esperanza de que se noten y se puedan ofrecer mayores salarios.

Asimismo, quienes se encuentran cesantes, postulan a avisos que ofrecen salarios entre 20% menos de lo que se espera. Lo que demuestra la importancia que las empresas dan a la capacidad y experiencia en lugar de al nivel educacional.

La investigación también concluyó que, en la medida que la edad aumenta, la probabilidad de postular a un empleo disminuye, especialmente para personas con empleo después de los 50 años. Sin embargo, a mayor edad del postulante, éste tiene menos en los mismos márgenes de educación y experiencia para postular a los avisos.

Por último, evidenció que los hombres postulan a todo tipo de empleo con mayor probabilidad que las mujeres, especialmente si están desempleadas y además casadas. Este efecto no se verifica igual para las mujeres.