



LA BÚSQUEDA DE EMPLEO A TRAVÉS DE INTERNET. IMPORTANCIA, GRADO E INTENSIDAD DE UTILIZACIÓN EN LOS DEMANDANTES

Alumno: JOSÉ MARTÍNEZ RODRÍGUEZ

Tutora: MARÍA ISABEL BEAS COLLADO

Grado en Relaciones Laborales y Recursos
Humanos

Trabajo de Final de Grado (RL0947)

Curso académico 2013/2014

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1 Justificación	4
1.2 Internet	4
1.3 Guías y publicaciones sobre la búsqueda de empleo	6
2. OBJETIVO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	7
3. METODOLOGÍA	8
3.1 Diseño de la investigación	8
3.2 Variables	8
3.3 Muestra	9
3.4 Instrumento	10
3.5 Trabajo de campo	11
4. RESULTADOS	12
- Análisis de las tablas de resultados descriptivos y correlaciones de cada variable	12
5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN	29
7. BIBLIOGRAFÍA	32
8. ANEXOS	34
- Instrumento	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis descriptivo	12
Tabla 2. Nacionalidad	13
Tabla 3. Sexo	13
Tabla 4. Nivel de estudios	14
Tabla 5. Estado civil	15
Tabla 6. Sector laboral de procedencia	15
Tabla 7. Dónde se conecta principalmente	16
Tabla 8. Se conecta principalmente para	16
Tabla 9. Con qué frecuencia accede a Internet	17
Tabla 10. Cuánto tiempo dura la conexión	18
Tabla 11. Le ha sido útil Internet para encontrar un trabajo	18
Tabla 12. Resumen del procesamiento de los casos	19
Tabla 13. Estadísticos de fiabilidad	19
Tabla 14. Estadísticos de resumen de los elementos	19
Tabla 15. Estadísticos total-elemento	20
Tabla 16. Estadísticos de la escala	20
Tabla 17. NOVA	21
Tabla 18. Comunalidades	21
Tabla 19. Varianza total explicada	22
Tabla 20. Matriz de componentes	23
Tabla 21. Estadísticos descriptivos. Total de ítems de la Escala Autoeficacia para la Búsqueda de Empleo por Internet	24
Tabla 22. Correlaciones entre los ítems de la Escala Autoeficacia para la Búsqueda de Empleo por Internet	25
Tabla 23. Correlaciones entre todas las variables tenidas en cuenta en el estudio	26

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

La justificación del presente estudio viene dada por la necesidad de conocer los hábitos de búsqueda en Internet de los demandantes de empleo con el fin de detectar posibles carencias y ayudarles en la medida de lo posible.

Conocer los hábitos de los demandantes de empleo, la utilidad que perciben y la importancia que le dan a Internet en general, son aspectos a tener en cuenta a la hora de tomar las medidas encaminadas a corregir determinadas actitudes y orientar a los demandantes, proporcionándoles las herramientas necesarias para que desarrollen una búsqueda de empleo más eficaz.

La información obtenida en este trabajo puede ser de utilidad para que los servicios públicos de empleo proporcionen una mejor atención a los demandantes de empleo a través de las oportunas acciones de formación y orientación.

1.2 Internet

La búsqueda de empleo a través de Internet es actualmente, y cada vez más, gracias al enorme desarrollo de las nuevas tecnologías, una opción de búsqueda totalmente imprescindible para cualquier demandante de empleo que quiera desarrollar una búsqueda lo más eficaz posible.

Cuando hablamos de nuevas tecnologías, nuevas comunicaciones, estamos hablando de Informática y estamos haciendo referencia continuamente a Internet. Internet hoy día está siendo utilizado en la mayoría de aspectos de nuestra vida. Nos comunicamos a través de Internet, buscamos información de todo tipo, noticias, nos entretenemos con la infinidad de posibilidades que nos ofrece, complementa nuestras aficiones, compramos, vendemos, curioseamos, jugamos, nos relacionamos, buscamos pareja, hacemos nuevos amigos, nos comunicamos con los que ya tenemos o con familiares lejanos, estudiamos, trabajamos... en fin, el abanico de posibilidades es prácticamente infinito, entonces ¿por qué no lo íbamos a utilizar como herramienta para buscar trabajo?. La respuesta es clara: es una estupenda y utilísima herramienta de búsqueda de empleo.

Gracias a los servicios que ofrecen los proveedores y profesionales de Internet se facilita la mediación entre empresas y candidatos abriendo un sinfín de posibilidades como publicar ofertas, enviar CV, inscribirse en portales de empleo, en bolsas de trabajo, en redes sociales profesionales, participar en foros, buscar en directorios de empresas, consultar información a través de las páginas web de las grandes empresas, etc.

Mención especial debe hacerse a los **Portales de empleo y las Bolsas de Trabajo** ¹

El número de empresas que recurre a portales de empleo en Internet para cubrir puestos de trabajo ha aumentado de forma espectacular gracias a que se trata de un medio rápido, de fácil difusión de anuncios y que proporciona un filtrado rápido y eficaz de candidatos. El futuro de la búsqueda de empleo pasa, sin duda, por la red Internet.

Otra característica es que el funcionamiento de estos portales es muy sencillo ya que únicamente hay que darse de alta, rellenar la ficha/curriculum y buscar las ofertas adecuadas. Por otra parte muchos de estos portales ofrecen otros servicios como noticias relacionadas con el empleo, ayuda para confeccionar el curriculum, consejos útiles sobre herramientas y búsqueda, etc.

Ventajas de la búsqueda de empleo por Internet ²

La búsqueda de empleo por Internet tiene muchas ventajas frente a la búsqueda tradicional, gracias a su facilidad de acceso y a que es relativamente fácil de utilizar. Las más importantes:

- Alcance geográfico. Local, a nivel regional, nacional e internacional.
- Rapidez. Nada más encontrar una oferta de empleo podemos enviar nuestro curriculum y demás documentación de forma inmediata, así como contactar con la empresa o intermediario que publica la oferta.
- Reducción de costes respecto a la búsqueda convencional (menor gasto en papel, correspondencia, desplazamientos en coche, etc).

1 Adaptado de la Guía Práctica Búsqueda de Empleo Junta de Andalucía
<http://www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdeempleo/web/websae/export/sites/sae/es/empleo/buscarTrabajo/guiaEmpleo/galeriaPDFs/GuiaPracticaBusquedaEmpleo.pdf>

2 Adaptado de Taller de iniciación en la búsqueda de empleo por Internet ECYL
(http://www.foes.es/esp/.../Guia_Busqueda_Empleo_Internet/file_12320.htm)

- Fácil acceso a ofertas por diversos canales. Con Internet se multiplican las vías de acceso a ofertas de trabajo (portales de empleo, bolsas de trabajo, redes sociales profesionales, webs de multinacionales, etc.)
- Búsqueda personalizada. La búsqueda se adecua entre el perfil profesional del candidato y el perfil que demanda la empresa ajustándose a los requisitos de la oferta.

1.3 Guías y publicaciones sobre la búsqueda de empleo

Las guías y publicaciones sobre la búsqueda de empleo en general (obviamente, las más actualizadas), hablan sobre la importancia de la búsqueda por Internet. Por ejemplo, la *"II Guía Universitaria de Orientación para el empleo ¿Qué debes saber para mejorar tu empleabilidad?"* (J.M. Gómez, D. Galiana y D. León) editada por Universidad Miguel Hernández de Elche, publicada en febrero de 2000, ya muestra en su bibliografía una relación de webs de interés -posiblemente hoy obsoleta- con más de 20 direcciones web relacionadas con el empleo.

Otras guías tratan exclusivamente sobre la búsqueda de empleo por Internet como por ejemplo *"Cómo encontrar trabajo en Internet"*. Enrique Brito Álvaro. Editorial Anaya 2010.

También las guías de los servicios públicos de empleo dan importancia a Internet a la hora de buscar trabajo. Por ejemplo aquí en la Comunitat Valenciana el SERVEF en su página web ofrece información y oferta cursos gratuitos sobre la utilización de Internet (<http://www.ocupacio.gva.es:7017/portal/web/servef/buscar-trabajo-en-internet>).

La guía *PREOCUPA'T, guía de orientación para universitarios de la UJI*, en el apartado *preocupa't*, subapartado *"Dónde buscar: recursos para el empleo"* ofrece un directorio de recursos de información en el que destacan los recursos documentales (prensa general y especializada, guías, directorios) y por otro lado los recursos en Internet con un amplio listado de webs relacionadas con el empleo (<http://ujiapps.uji.es/societat/laboral/preocupat/>)

2. OBJETIVO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo general del presente trabajo de investigación es explorar la actitud ante una de las herramientas de búsqueda de empleo, en este caso la búsqueda por Internet, de los demandantes de empleo que realizan una búsqueda activa de empleo (incluidos además en un Itinerario Personalizado de Inserción, I.P.I.) en su mayoría beneficiarios del Programa de Recualificación Profesional, PREPARA, casi todos ellos desempleados de larga duración.

El objetivo general se puede desglosar en los siguientes objetivos específicos:

- Se intenta averiguar la utilidad que perciben los usuarios del uso de Internet como herramienta de búsqueda de empleo.
- El resultado obtenido mediante la utilización de dicha herramienta.
- El uso que hacen de la red en cuanto a los hábitos de conexión: frecuencia, duración, en qué lugar utilizan Internet, con qué fin se conectan, qué páginas relacionadas con el empleo suelen utilizar, etc.
- También se le da mucha importancia a la percepción que los usuarios tienen del manejo de Internet como herramienta en general.
- También se estudiará la relación entre todas las variables con el fin de construir una escala de actitudes hacia la búsqueda de empleo por Internet.

3. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la investigación

Se trataría de recopilar información sobre los hábitos de búsqueda de los demandantes de empleo que utilizan Internet como herramienta.

La primera pregunta que nos hemos de plantear sería qué es lo que queremos saber, qué información necesitamos para llevar a cabo el trabajo. Una vez resuelta la cuestión necesitamos saber de qué forma vamos a conseguir esa información.

La investigación se llevará a cabo mediante encuesta a través de un cuestionario al efecto.

En primer lugar se ha determinado a qué colectivo o grupo de población se debería destinar el cuestionario. Puesto que el objetivo del trabajo de investigación trata sobre la actitud ante Internet de los demandantes de empleo que vienen realizando una búsqueda activa de empleo, se considera oportuno dirigir el cuestionario al colectivo de beneficiarios del Plan de Recualificación Profesional, PREPARA, de manera preferente, así como a otros colectivos que también están incluidos en un Itinerario Personalizado de Inserción, como pueden ser los beneficiarios de la Renta Activa de Inserción, parados de larga duración o jóvenes desempleados.

Una vez delimitado el colectivo o grupo de población, se deben determinar los grupos de variables que posteriormente se analizarán y confeccionar el instrumento que se facilitará a los encuestados.

Posteriormente se determinará el tamaño de la muestra teniendo en cuenta las limitaciones que puedan existir ya que el estudio se lleva a cabo por un solo investigador en un único centro SERVEF de Empleo de la localidad de Castellón.

Ya por último, en cuanto al trabajo de campo, se determinará la duración del periodo de entrega y recopilación de encuestas para posteriormente proceder al vaciado de los datos de los cuestionarios.

3.2 Variables

En el estudio se tienen en cuenta los siguientes grupos de variables:

- Variables sociodemográficas. Evaluadas mediante ítems referentes a edad, sexo, estado civil, nacionalidad, nivel de estudios y sector laboral de procedencia.

- Acceso a Internet. Evaluada a través de la 1ª pregunta del cuestionario (¿dispone de acceso a Internet?)
- Formación recibida. Evaluada mediante las preguntas 2 y 3, por ejemplo, ¿cómo aprendió a utilizar Internet?
- Hábito. Evaluada mediante las preguntas 4 y 6, por ejemplo, ¿dónde se conecta principalmente a Internet?
- Intensidad del uso de Internet. Evaluada mediante las preguntas 5 y 7, por ejemplo ¿con qué frecuencia accede a Internet?
- Conocimiento de páginas web de empleo. Evaluada mediante la pregunta 8, directamente el encuestado debía señalar los portales de empleo que conoce.
- Intensidad de uso de webs de empleo. Evaluada mediante las preguntas 9 y 10, como p. ej. ¿cuáles utiliza con regularidad?
- Autoeficacia percibida en la búsqueda de empleo. Evaluada mediante la pregunta 11, preguntando directamente si han obtenido o no un trabajo gracias a Internet.
- Actitud positiva frente a Internet. Evaluada mediante la parte del cuestionario que incluye las afirmaciones sobre la utilización de Internet mediante escala Likert. Ítems 1, 2, 5, 6, 7, 9 y 10, por ejemplo “siempre he tenido buenas experiencias con Internet.
- Autoeficacia en el manejo de Internet. También evaluada mediante la parte del cuestionario que incluye las afirmaciones sobre la utilización de Internet mediante escala Likert. Ítems 3, 4 y 8, por ejemplo “me considero un usuario avanzado de Internet”.

3.3 Muestra

El estudio se ha realizado sobre una muestra de 160 personas, extraída de los demandantes de empleo inscritos en el Centro Servef – Historiador Viciara de Castellón, en su gran mayoría pertenecientes al Plan de Recualificación Profesional PREPARA, incluidos en un Itinerario Personalizado de Inserción y que venían efectuando una búsqueda activa de empleo en el momento de la encuesta y con el I.P.I. aún en vigor (señalar que el I.P.I. tiene una duración de 6 meses).

Teniendo en cuenta los criterios aplicados, es decir, que nos centramos únicamente en demandantes que estén incluidos en un I.P.I., la población total de la que se obtiene la muestra estaría alrededor de 500 demandantes que cumplan dichos requisitos.

3.4 Instrumento

El instrumento utilizado es un cuestionario dividido en 4 partes, elaborado por el investigador basándose en su propia intuición y entregándolo en modo “borrador” a voluntarios que han accedido a colaborar en dichas pruebas, con el fin de mejorarlo, pulir defectos y corregir los errores que pudiera tener, todo ello para evitar que una vez se facilite el cuestionario a los encuestados, éste no adolezca de posibles defectos, como, por ejemplo, preguntas contradictorias o reiterativas en exceso o de poco valor estadístico, etc.

- La primera parte recoge los datos personales, es decir, variables sociodemográficas (Edad, sexo, estado civil, nacionalidad, nivel de estudios y sector laboral de procedencia)

- La segunda parte se ocupa de los datos referentes al uso de Internet (intensidad, frecuencia, etc.) e incluye preguntas relacionadas con el aprendizaje y formación sobre la utilización de Internet. Se compone de las 7 primeras preguntas.

- La tercera parte entra de lleno en los portales de empleo más conocidos y la utilización que se hace de ellos así como el resultado a efectos de encontrar un trabajo que han obtenido los demandantes. Preguntas de la 8 a la 11.

- La cuarta parte consta de 10 afirmaciones relacionadas con la utilización en general de la red Internet. Nótese que no se pide que el usuario opine sobre la búsqueda de empleo (salvo en el último ítem) sino que debe opinar sobre el uso genérico de Internet. Para dar respuesta a esta última parte del cuestionario se ha utilizado una escala tipo Likert con alternativas de respuesta del 1 al 7 indicando el grado de acuerdo o desacuerdo de la afirmación correspondiente. Esta parte ha sido adaptada del cuestionario *Aceptación de la tecnología, subescalas “autoeficacia con las tecnologías asistidas por ordenador” y “actitud positiva hacia las IT”* (Beas, M.I.; Llorens, S. Y Salanova, M. 2000)

3.5 Trabajo de campo

Es el momento de la investigación que se dedica a aplicar el instrumento de obtención de datos (cuestionario) a la muestra seleccionada para obtener la información y registrarla posteriormente.

Los cuestionarios se entregaron a los demandantes entre el 19 de febrero y el 3 de abril de 2014, esto es, durante unos 45 días de los que habría que excluir los días inhábiles, con lo cual tenemos 28 días de trabajo efectivo, en los cuales los demandantes han tenido oportunidad de contestar el cuestionario, lo que arroja una media de casi 6 cuestionarios completados cada día.

El cuestionario lo rellenaron, en la mayoría de los casos, presencialmente en las oficinas del Centro Servef Historiador Viciara de Castellón, el día que les correspondía presentarse a alguna de las acciones incluidas en su Itinerario Personalizado de Inserción, lo que ha facilitado el trabajo del investigador ya que se han podido aclarar dudas a los encuestados, facilitando la correcta cumplimentación del cuestionario y evitando que se dejaran apartados o cuestiones sin contestar.

En la medida de lo posible se ha intentado que los demandantes se hallaran en el tramo final del IPI, con el fin de que tuvieran más tiempo de desarrollar y poner en práctica la búsqueda de empleo con una perspectiva temporal mayor. De todos modos, cabe recordar, que en su mayoría se trata de parados de larga duración (más de 1 año) con lo cual queda garantizado un periodo de búsqueda activa de empleo, lo suficientemente largo como para no desvirtuar el objetivo principal del estudio.

Una vez finalizado el periodo establecido para la recopilación de datos, se procedió al vaciado de los mismos para su posterior análisis.

4. RESULTADOS

Los resultados del análisis se muestran en las diferentes tablas de Estadísticos descriptivos, análisis de fiabilidad, frecuencias y correlaciones.

ANÁLISIS DE LAS TABLAS DE RESULTADOS DESCRIPTIVOS Y CORRELACIONES DE CADA VARIABLE

Tabla 1. Análisis descriptivo

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad	160	18	60	36,02	8,051
Nivel de estudios	160	1	6	3,09	1,557
Acceso a Internet	160	0	1	,85	,358
Número de horas de formación	160	0	200	14,55	35,052
Con qué frecuencia accede a Internet	145	1	3	2,48	,708
Cuánto tiempo dura la conexión	145	1	3	1,91	,600
Conocimiento de webs sobre el empleo	144	1	11	4,05	2,153
Intensidad uso webs	134	1	8	2,07	1,358
Autoeficacia con Internet	145	2,67	7,00	4,8184	,95660
Actitud positiva hacia Internet	145	2,43	6,71	5,0640	,85432

En esta primera tabla podemos ver un resumen de las variables más importantes del estudio donde se reflejan los rangos, la media y la desviación típica. Como podemos comprobar la edad media de los encuestados es de 36,02 años, con una edad mínima de 18 y una máxima de 60 años, con una desviación típica de 8,051.

Conocimiento de webs sobre el empleo. Se han agrupado en una variable las webs de empleo más conocidas con el fin de recoger el número de páginas que los usuarios conocen. En la tabla 1, se puede comprobar cómo prácticamente todos ellos (144) conocen un mínimo de 1 y un máximo de 11 webs relacionadas con el empleo, con una media de 4,05 páginas conocidas, De estos 144 usuarios, el 93,5% utilizan regularmente webs de empleo, con una media, eso sí, menor, de 2,07 páginas web (intensidad uso webs).

Datos sociodemográficos

Tabla 2. Nacionalidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Español	105	65,6	65,6	65,6
Extranjero	55	34,4	34,4	100,0
Total	160	100,0	100,0	

En cuanto a la nacionalidad tenemos un 65,6% de españoles y un 34,4% de extranjeros como se aprecia en esta tabla.

Tabla 3. Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Hombre	85	53,1	53,1	53,1
Mujer	75	46,9	46,9	100,0
Total	160	100,0	100,0	

El 53,1% de los encuestados son hombres frente al 46,9 de mujeres. Se aprecia una ligera diferencia aunque no parece demasiado significativa.

Tabla 4. Nivel de estudios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos ESO sin terminar	22	13,8	13,8	13,8
ESO	49	30,6	30,6	44,4
Bachillerato	34	21,3	21,3	65,6
FP1 o equivalente	20	12,5	12,5	78,1
FP2 o equivalente	17	10,6	10,6	88,8
Estudios universitarios	18	11,3	11,3	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Sobre el nivel de estudios de los encuestados cabe destacar que el mayor porcentaje (51,9%) tiene estudios de ESO o Bachillerato y un 23,1% estudió Formación Profesional de primer o segundo grado o estudios equivalentes. El porcentaje de encuestados sin estudios es del 13,8. Por último, mencionar que sólo el 11,3% está en posesión de estudios universitarios. Este último dato es bastante significativo y, aunque no es objeto de este estudio, se deduce fácilmente que en la población con titulación universitaria existe un menor desempleo ya que el porcentaje de titulados universitarios de entre 25 y 65 años en España está alrededor del 30% y en la muestra que nos ocupa es del 11,3% como se ha señalado.

Tabla 5. Estado civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Soltero	82	51,3	51,3	51,3
	Casado	60	37,5	37,5	88,8
	Divorciado-Separado	18	11,3	11,3	100,0
	Total	160	100,0	100,0	

Se muestran los datos sobre el estado civil, donde se aprecia un predominio de encuestados solteros (más de la mitad).

Tabla 6. Sector laboral de procedencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Construcción	39	24,4	24,4	24,4
	Industria	32	20,0	20,0	44,4
	Servicios	89	55,6	55,6	100,0
	Total	160	100,0	100,0	

En cuanto al sector laboral de procedencia predomina, como era de esperar, el sector Servicios con un 55,6% frente al 24,4% en Construcción y el 20% en Industria. No se contabiliza ninguno del sector de la Agricultura ya que, al parecer, los demandantes que han trabajado en el sector agrícola no se consideran pertenecientes a éste, posiblemente debido al carácter estacional de dicho sector.

Hábitos de conexión

Tabla 7. Dónde se conecta principalmente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Nunca se conecta a Internet	15	9,4	9,4	9,4
Casa	114	71,3	71,3	80,6
Casa de familiares, amigos...	16	10,0	10,0	90,6
Lugar público	15	9,4	9,4	100,0
Total	160	100,0	100,0	

Tabla 8. Se conecta principalmente para

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Buscar trabajo	38	23,8	26,2	26,2
Buscar trabajo y entretenimiento	71	44,4	49,0	75,2
Buscar trabajo, entretenimiento y otros	15	9,4	10,3	85,5
Buscar trabajo y otros	18	11,3	12,4	97,9
Entretenimiento y otros	3	1,9	2,1	100,0
Total	145	90,6	100,0	
Perdidos (Nunca se conecta)	15	9,4		
Total	160	100,0		

Las tablas 7 y 8 nos proporcionan los datos referentes a los hábitos de conexión de los encuestados donde se ve claramente que la mayoría de conexiones se efectúan en el hogar. También se muestra claramente que utilizan Internet principalmente para buscar empleo (97,9%), aunque combinan la búsqueda de trabajo con el entretenimiento y otras actividades propias de Internet.

De los 160 encuestados 145 utilizan Internet regularmente, con lo que tenemos un 90,6% de usuarios que utiliza Internet frente a un 9,4% que no se conecta nunca (tabla 7). Aclarar que aquellos que respondieron que no se conectan nunca, quedan fuera del estudio de las demás variables.

Tabla 9. Con qué frecuencia accede a Internet

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Una vez por semana o menos	18	11,3	12,4	12,4
	Varios días por semana	40	25,0	27,6	40,0
	Todos los días	87	54,4	60,0	100,0
	Total	145	90,6	100,0	
Perdidos	(Nunca se conecta)	15	9,4		
Total		160	100,0		

Por otro lado, en cuanto a la frecuencia de acceso a Internet y la duración de la conexión vemos que un 60% se conecta todos los días, un 27,6% varios días por semana y sólo el 12,4% accede una vez a la semana o menos.

Tabla 10. Cuánto tiempo dura la conexión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 hora o menos	33	20,6	22,8	22,8
	Entre 1 y 3 horas	92	57,5	63,4	86,2
	Más de 3 horas	20	12,5	13,8	100,0
	Total	145	90,6	100,0	
Perdidos	(Nunca se conecta)	15	9,4		
Total		160	100,0		

La duración de la conexión es otro dato importante. El 63,4% utiliza Internet entre 1 y 3 horas por cada conexión. Más de 3 horas sólo lo hace el 13,8% y menos de 1 hora el 22,8%.

Autoeficacia percibida en la búsqueda de empleo

Tabla 11. Le ha sido útil Internet para encontrar un trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No me ha sido útil	111	69,4	76,6	76,6
	Sí me ha sido útil	34	21,3	23,4	100,0
	Total	145	90,6	100,0	
Perdidos	Nunca se conecta	15	9,4		
Total		160	100,0		

Autoeficacia percibida en la búsqueda de empleo. El 23,4% ha encontrado un trabajo gracias a Internet de forma directa o indirecta.

Análisis de fiabilidad de la escala de actitudes hacia la búsqueda de empleo

Escala: autoeficacia y actitud positiva con Internet

Tabla 12. Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	145	90,6
	Excluidos ^a	15	9,4
	Total	160	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 13. Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,791	,792	10

Tabla 14. Estadísticos de resumen de los elementos

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo/mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de los elementos	4,990	3,793	6,117	2,324	1,613	,425	10

Tabla 15. Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Siempre he tenido buenas experiencias con Internet	45,53	51,667	,473	,280	,771
Es interesante aprender su manejo	43,79	53,322	,418	,188	,778
Me considero un usuario avanzado	45,31	52,132	,408	,449	,779
Siento que tengo control cuando utilizo Internet	44,98	52,451	,426	,477	,777
Creo que Internet es seguro	46,11	52,793	,409	,232	,779
Internet es valioso y necesario	44,32	48,804	,607	,499	,754
Miro el lado positivo de Internet	44,52	49,473	,626	,500	,753
Veo este cambio tecnológico como un reto	44,97	53,256	,325	,221	,790
Considero bien empleado el gasto en Internet	44,97	51,436	,446	,287	,774
Considero Internet una herramienta útil para buscar empleo	44,63	50,775	,495	,277	,768

Tabla 16. Estadísticos de la escala

Media	Varianza	Desviación típica	N de elementos
49,90	62,268	7,891	10

Tabla 17. NOVA

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-personas	896,665	144	6,227		
Intra-personas					
Inter-elementos	555,148	9	61,683	47,301	,000
Residual	1690,052	1296	1,304		
Total	2245,200	1305	1,720		
Total	3141,865	1449	2,168		

Media global = 4,99

Análisis Factorial

Tabla 18. Comunalidades

	Inicial	Extracción
Siempre he tenido buenas experiencias con Internet	1,000	,447
Es interesante aprender su manejo	1,000	,293
Me considero un usuario avanzado	1,000	,697
Siento que tengo control cuando utilizo Internet	1,000	,751
Creo que Internet es seguro	1,000	,296
Internet es valioso y necesario	1,000	,637
Miro el lado positivo de Internet	1,000	,616
Veo este cambio tecnológico como un reto	1,000	,484
Considero bien empleado el gasto en Internet	1,000	,385
Considero Internet una herramienta útil para buscar empleo	1,000	,418

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 19. Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la vari- anza	% acumulado	Total	% de la vari- anza	% acumulado
1	3,552	35,518	35,518	3,552	35,518	35,518
2	1,472	14,720	50,238	1,472	14,720	50,238
3	,924	9,242	59,480			
4	,816	8,158	67,638			
5	,751	7,506	75,144			
6	,637	6,366	81,510			
7	,611	6,113	87,623			
8	,585	5,852	93,475			
9	,360	3,596	97,070			
10	,293	2,930	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Tabla 20. Matriz de componentes^a

	Componente	
	1	2
Siempre he tenido buenas experiencias con Internet	,604	,286
Es interesante aprender su manejo	,539	,048
Me considero un usuario avanzado	,526	,648
Siento que tengo control cuando utilizo Internet	,542	,676
Creo que Internet es seguro	,541	-,062
Internet es valioso y necesario	,740	-,299
Miro el lado positivo de Internet	,755	-,213
Veo este cambio tecnológico como un reto	,453	-,528
Considero bien empleado el gasto en Internet	,569	-,247
Considero Internet una herramienta útil para buscar empleo	,621	-,178

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 2 componentes extraídos

Tabla 21. Estadísticos descriptivos. Total de ítems de la Escala Autoeficacia para la Búsqueda de Empleo por Internet

	Media	Desviación típica	N
Siempre he tenido buenas experiencias con Internet	4,37	1,307	145
Es interesante aprender su manejo	6,12	1,222	145
Me considero un usuario avanzado	4,59	1,392	145
Siento que tengo control cuando utilizo Internet	4,92	1,313	145
Creo que Internet es seguro	3,79	1,306	145
Internet es valioso y necesario	5,58	1,368	145
Miro el lado positivo de Internet	5,38	1,270	145
Veo este cambio tecnológico como un reto	4,94	1,454	145
Considero bien empleado el gasto en Internet	4,94	1,391	145
Considero Internet una herramienta útil para buscar empleo	5,27	1,366	145

Estos ítems se descomponen en dos variables:

- Autoeficacia con Internet que engloba los elementos 3, 4 y 8 y nos ofrecen unos resultados de 4,82 en una escala de 1 a 7 con una desviación típica muy baja.
- Actitud positiva hacia Internet. Engloba los elementos 1, 2, 5, 6, 7, 9 y 10. Arroja un 5,06 de media con la escala mencionada y una desviación típica aún menor que en la variable anterior.

Los 10 ítems correspondientes a estas dos variables se desglosan y explican principalmente en las tablas 14, 15 y 16 donde se muestran las medias, rangos, desviación típica y varianza de cada elemento.

Tabla 22. Correlaciones entre los ítems de la escala autoeficacia para la búsqueda de empleo por Internet

Correlaciones

		Siempre he tenido buenas experiencias con Internet	Es interesante aprender su manejo	Me considero un usuario avanzado	Siento que tengo control cuando utilizo Internet	Creo que Internet es seguro	Internet es valioso y necesario	Miro el lado positivo de Internet	Veo este cambio tecnológico como un reto	Considero bien empleado el gasto en Internet	Considero Internet una herramienta útil para buscar empleo
Siempre he tenido buenas experiencias con Internet	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	1 .001 145	.268** .001 145	.328** .000 145	.381** .000 145	.318** .000 145	.314** .000 145	.391** .000 145	.107 .199 145	.204* .014 145	.247** .003 145
Es interesante aprender su manejo	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.268** .001 145	1 .001 145	.232** .005 145	.265** .001 145	.194* .020 145	.346** .000 145	.293** .000 145	.211* .011 145	.209* .012 145	.243** .003 145
Me considero un usuario avanzado	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.328** .000 145	.232** .005 145	1 .000 145	.629** .000 145	.152 .068 145	.209* .012 145	.225** .006 145	.015 .859 145	.249** .003 145	.197* .018 145
Siento que tengo control cuando utilizo Internet	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.381** .000 145	.265** .001 145	.629** .000 145	1 .000 145	.197* .017 145	.195* .019 145	.272** .001 145	.027 .751 145	.085 .310 145	.263** .001 145
Creo que Internet es seguro	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.318** .000 145	.194* .020 145	.152 .068 145	.197* .017 145	1 .000 145	.359** .000 145	.324** .000 145	.114 .173 145	.341** .000 145	.226** .006 145
Internet es valioso y necesario	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.314** .000 145	.346** .000 145	.209* .012 145	.195* .019 145	.359** .000 145	1 .000 145	.648** .000 145	.374** .000 145	.348** .000 145	.396** .000 145
Miro el lado positivo de Internet	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.391** .000 145	.293** .000 145	.225** .006 145	.272** .001 145	.324** .000 145	.648** .000 145	1 .000 145	.344** .000 145	.356** .000 145	.409** .000 145
Veo este cambio tecnológico como un reto	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.107 .199 145	.211* .011 145	.015 .859 145	.027 .751 145	.114 .173 145	.374** .000 145	.344** .000 145	1 .000 145	.273** .001 145	.323** .000 145
Considero bien empleado el gasto en Internet	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.204* .014 145	.209* .012 145	.249** .003 145	.085 .310 145	.341** .000 145	.348** .000 145	.356** .000 145	.273** .001 145	1 .000 145	.331** .000 145
Considero Internet una herramienta útil para buscar empleo	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	.247** .003 145	.243** .003 145	.197* .018 145	.263** .001 145	.226** .006 145	.396** .000 145	.409** .000 145	.323** .000 145	.331** .000 145	1 145

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Tabla 23. Correlaciones entre todas las variables tenidas en cuenta en el estudio

Correlaciones

		Edad	Sexo	Nivel de estudios	Acceso a Internet	Número de horas de formación	Con qué frecuencia accede a Internet	Cuánto tiempo dura la conexión	Totalpagweb	Intensidadusowebs	Le ha sido útil Internet para encontrar un trabajo	AutoeficiaciaconInternet	ActitudpositivahacialInternet
Edad	Correlación de Pearson	1	-,130	-,073	-,184*	,060	-,195*	-,112	-,018	,119	-,115	-,026	,062
	Sig. (bilateral)		,101	,356	,020	,448	,019	,179	,834	,170	,167	,754	,458
	N	160	160	160	160	160	145	145	144	134	145	145	145
Sexo	Correlación de Pearson	-,130	1	,234**	,009	,118	,062	-,019	,043	,035	-,038	,037	,155
	Sig. (bilateral)	,101		,003	,912	,137	,459	,822	,608	,690	,646	,662	,062
	N	160	160	160	160	160	145	145	144	134	145	145	145
Nivel de estudios	Correlación de Pearson	-,073	,234**	1	,149	,241**	,207*	,065	,218**	,084	,273**	,205*	,261**
	Sig. (bilateral)	,356	,003		,059	,002	,013	,439	,009	,337	,001	,014	,002
	N	160	160	160	160	160	145	145	144	134	145	145	145
Acceso a Internet	Correlación de Pearson	-,184*	,009	,149	1	,131	,376**	,096	,121	,107	,086	,119	,066
	Sig. (bilateral)	,020	,912	,059		,098	,000	,252	,149	,218	,302	,152	,429
	N	160	160	160	160	160	145	145	144	134	145	145	145
Número de horas de formación	Correlación de Pearson	,060	,118	,241**	,131	1	,042	,203*	,263**	,163	-,007	,216**	,122
	Sig. (bilateral)	,448	,137	,002	,098		,618	,015	,001	,059	,937	,009	,143
	N	160	160	160	160	160	145	145	144	134	145	145	145
Con qué frecuencia accede a Internet	Correlación de Pearson	-,195*	,062	,207*	,376**	,042	1	,346**	,227**	,134	,273**	,419**	,226**
	Sig. (bilateral)	,019	,459	,013	,000	,618		,000	,006	,124	,001	,000	,006
	N	145	145	145	145	145	145	145	144	134	145	145	145
Cuánto tiempo dura la conexión	Correlación de Pearson	-,112	-,019	,065	,096	,203*	,346**	1	,235**	,098	,110	,338**	,238**
	Sig. (bilateral)	,179	,822	,439	,252	,015	,000		,005	,259	,187	,000	,004
	N	145	145	145	145	145	145	145	144	134	145	145	145
Totalpagweb	Correlación de Pearson	-,018	,043	,218**	,121	,263**	,227**	,235**	1	,488**	,186*	,298**	,089
	Sig. (bilateral)	,834	,608	,009	,149	,001	,006	,005		,000	,026	,000	,291
	N	144	144	144	144	144	144	144	144	134	144	144	144
Intensidadusowebs	Correlación de Pearson	,119	,035	,084	,107	,163	,134	,098	,488**	1	,084	-,057	-,054
	Sig. (bilateral)	,170	,690	,337	,218	,059	,124	,259	,000		,336	,511	,536
	N	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134	134
Le ha sido útil Internet para encontrar un trabajo	Correlación de Pearson	-,115	-,038	,273**	,086	-,007	,273**	,110	,186*	,084	1	,310**	,229**
	Sig. (bilateral)	,167	,646	,001	,302	,937	,001	,187	,026	,336		,000	,006
	N	145	145	145	145	145	145	145	144	134	145	145	145
AutoeficiaciaconInternet	Correlación de Pearson	-,026	,037	,205*	,119	,216**	,419**	,338**	,298**	-,057	,310**	1	,532**
	Sig. (bilateral)	,754	,662	,014	,152	,009	,000	,000	,000	,511	,000		,000
	N	145	145	145	145	145	145	145	144	134	145	145	145
ActitudpositivahacialInternet	Correlación de Pearson	,062	,155	,261**	,066	,122	,226**	,238**	,089	-,054	,229**	,532**	1
	Sig. (bilateral)	,458	,062	,002	,429	,143	,006	,004	,291	,536	,006	,000	
	N	145	145	145	145	145	145	145	144	134	145	145	145

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

**.. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Por último se muestran correlaciones Pearson bivariadas de todas las variables tenidas en cuenta en este estudio que pasamos a analizar.

Edad. Existe correlación negativa entre la edad de los encuestados y el acceso y la frecuencia con la que acceden a Internet. A mayor edad los sujetos disponen en menor medida de acceso a Internet y por lo tanto se conectan con menor frecuencia.

Sexo. En cuanto al sexo hay correlación positiva moderada en relación al nivel de estudios. Las personas del sexo femenino suelen tener mayor nivel de estudios que las de sexo masculino. Esta correlación es significativa al nivel 0,003 (bastante fuerte).

Nivel de estudios. Además de la correlación en cuanto al sexo de los encuestados, nos encontramos con que el nivel de estudios influye en el número de horas de formación recibidas, la frecuencia de acceso a Internet, el total de webs de empleo conocidas, la autoeficacia percibida con la búsqueda de empleo, la autoeficacia con Internet y la actitud positiva hacia Internet. Todas estas correlaciones son positivas de forma moderada, entendiéndose pues, que a mayor nivel de estudios hay una mayor y mejor utilización de Internet así como una mayor satisfacción.

Acceso a Internet. Hay correlación positiva con la frecuencia de acceso, lo cual es totalmente lógico.

Número de horas de formación. Además de la mencionada relación con el nivel de estudios, existe correlación también moderada con la duración de cada conexión, el grado de conocimiento de webs de empleo y la autoeficacia con Internet. Por tanto, cuanto más formación mayor utilización de Internet.

Frecuencia de acceso a Internet. Aparte de las mencionadas, tenemos correlación positiva en cuanto a la duración, conocimiento de webs, autoeficacia percibida con la búsqueda de empleo, la autoeficacia con Internet y la actitud positiva hacia Internet. Resulta interesante la relación con la utilidad práctica (autoeficacia percibida) a la hora de encontrar un trabajo gracias a Internet.

Cuánto tiempo dura la conexión. Además de las ya comentadas, aquí se ve una correlación positiva con el total de webs conocidas, autoeficacia con Internet y actitud positiva hacia Internet.

Total de páginas web relacionadas con el empleo que conoce el encuestado. Aquí sí se aprecia una relación más fuerte con la intensidad de uso de webs (.488) y no tanto con la autoeficacia percibida en la búsqueda de empleo y la autoeficacia con Internet.

Intensidad de uso de webs. Solamente tiene correlación con la anteriormente mencionada, eso sí, es la más fuerte ($,488$).

Autoeficacia percibida con la búsqueda de empleo. Además de la relación positiva con el nivel de estudios, la frecuencia de acceso a Internet y el grado de conocimiento de webs, también hay correlación positiva con la autoeficacia con Internet y la actitud positiva hacia Internet.

Autoeficacia con Internet y actitud positiva hacia Internet. Aparte de las relaciones mencionadas anteriormente, estas dos variables, como no podría ser de otro modo, tienen una correlación positiva bastante fuerte y significativa entre ellas.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

El objetivo de este trabajo de investigación es explorar la actitud ante Internet, de los demandantes de empleo que realizan una búsqueda activa de empleo en su gran mayoría beneficiarios de alguna prestación o ayuda por desempleo, casi todos ellos desempleados de larga duración. También averiguar la utilidad que éstos perciben del uso de Internet como herramienta de búsqueda, así como el resultado obtenido.

El mercado laboral actual es precario, inestable, cambiante, inseguro, estacional y de difícil acceso a un trabajo. A pesar de ello se publican constantemente ofertas de empleo demandando trabajadores para todas las profesiones y categorías laborales. Eso sí, en estos momentos no hay trabajo para todo aquel que busca empleo.

En este contexto, para tener éxito en la búsqueda de empleo es importantísimo, entre otras cosas, disponer de las herramientas básicas de búsqueda (Currículum vitae, cartas de presentación, agenda de búsqueda, Internet, etc.) y mejorarlas en la medida de lo posible. Una vez las tenemos a disposición y hemos definido nuestro objetivo y trazado nuestro plan de búsqueda, nos daremos cuenta que el uso de Internet como herramienta de búsqueda nos lo pondrá más fácil y, sobre todo, accederemos a ofertas de empleo y demás información relacionada, que con la búsqueda convencional no encontraríamos jamás.

Buena parte de los demandantes son conscientes de ello y, por tanto, utilizan cada vez más y mejor la herramienta Internet.

En primer lugar remarcar que la gran mayoría de los encuestados utiliza Internet (90,6%) y de éstos la práctica totalidad (97,9%) lo utiliza para buscar trabajo. Asimismo casi todos ellos disponen de acceso propio a Internet.

En el estudio se puede apreciar, primeramente, que los encuestados perciben Internet como una herramienta útil para buscar empleo y además también creen que se desenvuelven con soltura en su manejo.

También se deduce del estudio que, en general, los usuarios que mejor nivel de estudios tienen, buscan con mayor intensidad y obtienen con mayor facilidad el fruto de la consecución de un puesto de trabajo.

Como sabemos existen muchas más webs relacionadas con el empleo que las que figuran en el cuestionario. De todos modos se ha intentado hacer una selección de las más conocidas y usadas por los internautas en general. De éstas, las tres que

parecen gozar de mayor popularidad son *Infojobs.net*, *Infoempleo.com* y *Laboris.net*, y de las tres destaca bastante por encima del resto *Infojobs.net*, tanto en popularidad, como en uso y también como percepción de página útil para la búsqueda de empleo.

También se aprecia que los demandantes de mayor edad no son tan dados a tener acceso propio a Internet ni a conectarse con tanta frecuencia como los demandantes más jóvenes.

Un estudio de estas características también debe comprobar si la intensidad de búsqueda está relacionada con el éxito en la misma. De acuerdo con la tabla de correlaciones se aprecia que tanto la frecuencia de acceso como el conocimiento de páginas web tienen incidencia en el resultado final de la búsqueda de empleo. La correlación positiva es moderada, pero parece evidente que a mayor frecuencia de acceso y mayor conocimiento de webs el resultado de la búsqueda es positivo.

En cuanto a la importancia que le dan los encuestados al uso de Internet como herramienta, como se ha dicho anteriormente, los demandantes cada vez son más conscientes de que la búsqueda convencional está muy limitada y por ello deben abrir nuevas posibilidades de búsqueda. Así lo han hecho la mayoría de ellos y han adaptado su búsqueda de empleo a las nuevas tecnologías. En este sentido, tanto la variable Autoeficacia con Internet como la variable Actitud positiva hacia Internet, arrojan unas medias más que correctas, de alrededor de 5 en una escala del 1 al 7. A juicio del investigador y a tenor de estos datos objetivos, se puede considerar que los demandantes de empleo consideran bastante útil para la búsqueda de trabajo el uso de esta herramienta.

El estudio, de todas formas, no pretende hacer comparaciones sobre qué herramientas o vías de acceso al empleo perciben como mejores o peores los encuestados, sino que intenta ceñirse específicamente a la búsqueda de empleo a través de Internet y en este sentido y después de todos los comentarios anteriormente expuestos, se puede concluir:

- Los demandantes perciben Internet como una herramienta útil para buscar empleo y tienen una actitud positiva hacia Internet en general.
- Los usuarios con un nivel de estudios más alto obtienen mejores resultados y también hacen un uso más intenso.
- Los encuestados utilizan casi siempre las mismas páginas webs de empleo, y éstas suelen ser las más populares entre los internautas (*Infojobs*, *Infoempleo*, *Laboris*).

- La Intensidad de la búsqueda ofrece resultados positivos en la consecución de un puesto de trabajo. Señalar, respecto a esto último, que según los datos del estudio, han conseguido el objetivo final de encontrar un puesto de trabajo a través de Internet el 23,4% de los encuestados. Este porcentaje a priori, puede parecer algo escaso, pero dada la situación del mercado laboral y teniendo en cuenta las demás vías de acceso al empleo (búsqueda tradicional, bolsas de trabajo, empleo público, selección de personal en la propia empresa, favoritismos, etc.) se antoja un resultado en opinión del investigador bastante aceptable. La búsqueda de empleo por Internet, sin duda, da resultado.

A la vista de los datos obtenidos en el presente estudio, y puesto que se ha detectado que los demandantes suelen hacer uso únicamente de los portales de empleo más conocidos, es decir, suelen actuar de una manera algo mecánica, sería interesante que los servicios públicos de empleo, por ejemplo, organizaran cursos específicos de búsqueda de empleo a través de Internet. El contenido de estos cursos debería incidir en mejorar las habilidades del usuario, así como en la búsqueda de ofertas y en animar y motivar a los usuarios que no suelen utilizar Internet.

Para finalizar, si comparamos el presente trabajo con otros estudios sobre la búsqueda de empleo por Internet, observaremos claramente la tendencia al alza del uso de Internet. Como afirman Campos, Arrazola y Hevia (2013), *“ofertantes y demandantes de empleo hacen un uso cada vez más intensivo del canal online en sus procesos de búsqueda, atraídos fundamentalmente por la reducción de costes, el aumento del rango de opciones frente a otros canales tradicionales o la mayor información ofrecida sobre los atributos del puesto vacante o sobre el trabajador. Esto se ha traducido en un espectacular crecimiento de los portales de empleo online, epicentro de las búsquedas laborales por Internet.”*

Por otra parte, según datos del INE¹ (Instituto Nacional de Estadística), el porcentaje de usuarios de Internet en España que realizan búsquedas de empleo online ha crecido notablemente, pasando del 19,4% en 2007 al 27,4% en 2013.

¹ El comercio electrónico y el uso de las nuevas tecnologías (Boletín informativo del INE)
http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INECifrasINE_C&cid=1259943296411&p=1254735116567&pagename=ProductosYServicios/INECifrasINE_C/PYSDetalleCifrasINE

7. BIBLIOGRAFÍA

- Beas, M.I.; Llorens, S. y Salanova, M. (2000). "Formación para el uso de ordenadores y niveles de autoeficacia: el rol modulador de las actitudes hacia los ordenadores" En Agullo, E.; Remeseiro, C.; Fernández, J.A. (Eds) *Psicología del Trabajo de las Organizaciones y de los Recursos Humanos. Nuevas aproximaciones*. 441-446
- Beas, M.I.; Llorens, S. y Salanova, M. (2000). "Diseño y validación de un instrumento de evaluación de Actitudes hacia la Búsqueda de Empleo (A.B.E)" *Forum de Recerca*. Núm 5, ISSN 1139-5486. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Universidad Jaime I. En: <http://sic.uji.es/bin/publ/edicions/jfi5/abe.pdf>
- Beas, M.I.; Llorens, S. y Cifre. "Autoeficacia para la búsqueda de empleo en los estudiantes de la UJI y su relación con el proceso de búsqueda". Num. 6. pp. 1-8. 2002 *Nacional (científic)*. *Fòrum de Recerca*. <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi6/empleo.pdf>
- Búsqueda de Empleo Online en el Mercado de Trabajo Español. Universidad Rey Juan Carlos. Mayo 2013. http://www.uam.es/otros/jaeet13/comunicaciones/01_Busqueda_de_empleo/Campos_Arrazola_Hevia.pdf
- Brito Álvaro, Enrique. (2010). *Cómo encontrar trabajo en Internet*. Anaya Multimedia. ISBN-10 8441528160
- Díaz, R., Beas, M.I. Collado, Pérez, M. C., Salanova M.L. "Actitudes y autoeficacia para la búsqueda de empleo de los usuarios del programa de orientación profesional OPEA y su relación con el proceso de búsqueda". IX Jornades per al Foment de la Investigació. Castelló: 21-05-2013. *Nacional (científic)*. 2004 *Forum de Recerca* nº 9. ISBN: 1139-5486. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79347/forum_2003_14.pdf?sequence=1
- El comercio electrónico y el uso de las nuevas tecnologías. Cifras INE (Boletín informativo del INE). Enero 2014. http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INECifrasINE_C&cid=1259943296411&p=1254735116567&pagename=ProductosYServicios/INECifrasINE_C/PYSDetalleCifrasINE

- Gómez Gras, José M^a, Domingo Galiana Lopera y David León Espí. *II Guía Universitaria de Orientación para el empleo ¿Qué debes saber para mejorar tu empleabilidad?" de la Universidad Miguel Hernández de Elche, 2000. ISBN 84-600-9571-1*
- *Guía práctica para la búsqueda de empleo. Junta de Andalucía*
<http://www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdeempleo/web/websae/export/sites/sae/es/empleo/buscarTrabajo/guiaEmpleo/galeriaPDFs/GuiaPracticaBusquedaEmpleo.pdf>
- Oficina de Inserción Profesional y Estancias en Prácticas (OIPEP).
<http://ujiapps.uji.es/societat/laboral/preocupat/> Universitat Jaume I.
- Servei Valencià d'Ocupació i Formació (SERVEF) Búsqueda de trabajo por Internet
<http://www.ocupacio.gva.es:7017/portal/web/servef/buscar-trabajo-en-internet>
- *Servicio Navarro de Empleo. Guía interactiva de búsqueda de empleo.*
http://www.navarra.es/home_es/Temas/Empleo+y+Economia/Empleo/Empleo/Orientacion+Laboral/riiopn/home/Trabajar/Busqueda+de+Empleo/Guia+Empleo/Plan+Busqueda/Vias+de+acceso/Empresa+privada/Medios+de+comunicacion.htm
- *Taller de iniciación en la búsqueda de empleo por Internet ECYL JUNTA CASTILLA Y LEÓN* http://www.foes.es/esp/.../Guia_Busqueda_Empleo_Internet/file_12320.htm
- Universidad de Navarra. Tipos de encuestas y diseños de investigación
http://www.unavarra.es/personal/vidaldiaz/pdf/tipos_encuestas.PDF

8. ANEXOS

Cuestionario sobre la utilización de Internet como herramienta de búsqueda de empleo. La cumplimentación del mismo no le llevará más de 5 minutos. Este cuestionario es estrictamente confidencial y anónimo. Todos los datos obtenidos se utilizarán respetando rigurosamente el secreto estadístico. Gracias por su colaboración.

INSTRUCCIONES:

- Debe cumplimentarse marcando una X o un número, según proceda, en la zona sombreada en gris, excepto las respuestas en que se deban facilitar datos escritos.

- Las preguntas marcadas con *** al final del enunciado admiten más de una contestación.

Edad: _____ Sexo: _____ Estado Civil: _____ Nacionalidad: _____

Nivel de estudios: _____ Sector laboral de procedencia: _____

1. ¿Dispone de acceso a Internet? ***

- Sí, internet en el hogar (ADSL, cable, otros)
- Sí, internet en dispositivo móvil (smartphone, tablet...)
- No dispongo de ningún tipo de conexión a Internet

2. ¿Cómo aprendió a utilizar Internet? ***

- Mediante autoaprendizaje, practicando
- A través de curso de informática
- Con ayuda de otras personas (familiares, amigos, etc.)
- No sé utilizar Internet

3. Indicar el número aproximado de horas de formación recibida **únicamente sobre Internet**

4. ¿Dónde se conecta a Internet principalmente?

- En casa
- En casa de un familiar o amigo
- En un lugar público (biblioteca, locutorio, cibercafé, etc.)
- Nunca me conecto a Internet. Si ha elegido esta respuesta **NO** es necesario contestar las preguntas siguientes.

5. ¿Con qué frecuencia accede a Internet?

- Todos los días
- Varios días a la semana
- Una vez por semana o menos

6. Se conecta a Internet principalmente: ***

- Como entretenimiento
- Para buscar trabajo
- Otros (indicar): _____

7. ¿Cuánto tiempo dura la conexión la mayoría de las veces?

- Más de 3 horas
- Entre 1 y 3 horas
- Menos de 1 hora

8. ¿Qué páginas web relacionadas con el empleo conoce de las que se indican a continuación? ***

- www.infojobs.net www.laboris.net www.indeed.es
 www.trabajando.es www.trabajar.com www.portalparados.es
 www.infoempleo.com www.ticjob.es www.turijobs.com
 www.studentjob.es www.jobandtalent.com www.monster.es
 es.linkedin.com www.xing.com/es
 https://ec.europa.eu/eures/home.jsp?lang=es (portal Eures)

Otras (nombrar): _____

9. De las webs que ha indicado, ¿Cuáles utiliza regularmente?

10. De las webs que utiliza ¿Cuáles considera de mayor utilidad?

11. ¿Le ha sido útil Internet, en alguna ocasión, para encontrar un trabajo? ***

- Sí, he encontrado trabajo gracias a Internet de manera directa.
 Sí, Internet me ha sido útil para encontrar trabajo, de manera indirecta.
 No me ha sido útil para encontrar trabajo

A continuación aparecen una serie de afirmaciones que la gente hace sobre la utilización de la red Internet. Indíquenos el grado en que Vd. está o no de acuerdo con ellas, escribiendo el número correspondiente de acuerdo con la siguiente escala:

1	2	3	4	5	6	7
Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo

1. Siempre he tenido buenas experiencias con Internet. ()
2. Es interesante aprender su manejo. ()
3. Me considero un usuario avanzado de Internet ()
4. Siento que tengo control sobre lo que hago cuando utilizo Internet. ()
5. Creo que Internet es seguro. ()
6. Internet es valioso y necesario. ()
7. Miro el lado positivo de Internet. ()
8. Veo este cambio tecnológico como un reto, como un desafío más en mi vida ()
9. Considero bien empleado el gasto económico en Internet. ()
10. Considero Internet una herramienta útil para buscar empleo ()