



Nota de Prensa

Evolución del consumo de *sites* profesionales y de empleo en 2023

Alrededor del 45% de la población en España visita cada mes plataformas de búsqueda de empleo

10 de enero de 2024

María Torres
667 52 50 69
mtorres@prgarage.es

Lucía Pedraza
678 50 62 79
lucia@prgarage.es

Según los datos de navegación recogidos por GfK DAM durante 2023, más de 3,7 millones de usuarios accedieron de forma diaria a plataformas de búsqueda de empleo

Entre los *sites* más visitados se encuentran LinkedIn, InfoJobs e Indeed, siendo los *millennials* los que más presencia tienen en ellas. Además, se accede a ellos principalmente desde el móvil, aunque el ordenador es el dispositivo desde el que más tiempo se invierte

Tanto hombres como mujeres están implicados en la búsqueda de empleo online y en su promoción profesional, aunque ellos están más presentes en LinkedIn mientras que ellas dominan en InfoJobs

En cuanto a Comunidades Autónomas, los habitantes de Andalucía, Cataluña y Madrid son los que más interés tienen en este tipo de *sites*

Madrid, 10 de enero de 2024.- El año nuevo trae consigo propósitos personales y, entre ellos, suele encontrarse la búsqueda de empleo o la fijación de nuevas metas y retos laborales. En este contexto, y para dar a conocer el comportamiento digital de los españoles en relación a temas laborales, [GfK DAM](#), el medidor oficial de las audiencias digitales en España, ha realizado un análisis que desvela cuál ha sido la **evolución del uso de plataformas profesionales y de empleo** durante 2023.

Entre las principales conclusiones extraídas, destaca que **cerca de 18 millones de personas** acceden cada mes a estos *sites*, lo que equivale casi al **45% de la población internauta en España, e invierten en ellas una media de 35 minutos mensuales**. Mayoritariamente, el acceso se realiza a través del **móvil** (13.027.202 usuarios únicos mensuales emplean este dispositivo), pero el **uso más intensivo se realiza desde el PC**, puesto que la duración por usuario único en este soporte es mayor frente a la del dispositivo móvil (36 minutos versus casi 27 minutos).

Si nos centramos el uso diario, se observa que **más de 3,7 millones de usuarios** visitan estas plataformas cada día.

Septiembre, el mes más activo del año

Atendiendo a la evolución del consumo de webs y apps relacionadas con el mundo laboral, enero es un mes que concentra un gran número de usuarios únicos (en 2023, rozando los 18 millones), una cifra que se mantuvo estable a lo largo de los meses. No obstante, destacan en el año dos picos: el primero de ellos en **mayo y junio**, antes de dar comienzo la época estival, y el segundo en **septiembre y octubre**, tras acabar las vacaciones de verano y regreso a la rutina. Así, **septiembre se posiciona como el mes con más actividad de 2023**, casi alcanzando los 19 millones de usuarios mensuales y una audiencia media diaria de casi 4 millones.

Por otro lado, cabe destacar que el **consumo de estas plataformas se incrementa en los días laborables**, de lunes a viernes, con 16,6 millones de usuarios (43% de la población) frente a los fines de semana, donde se desconecta más del trabajo y los temas relacionados con el ámbito laboral, y acceden a ellas algo más de 9 millones de personas (más del 23% de la población)

Evolución del uso de plataformas profesionales y de empleo en 2023

Mes	Usuarios Únicos (UU)	% Cobertura	Audiencia Media Diaria	Duración por UU
Enero	17.998.279	46,1%	3.612.794	0:38:34
Febrero	17.623.120	45,2%	3.885.635	0:38:34
Marzo	17.921.666	45,9%	3.783.275	0:40:46
Abril	17.797.125	45,6%	3.622.676	0:34:35
Mayo	18.939.898	47,7%	3.940.627	0:38:30
Junio	18.195.928	45,8%	3.718.293	0:34:56
Julio	17.582.873	44,3%	3.551.358	0:32:03
Agosto	17.999.867	45,3%	3.486.903	0:30:12
Septiembre	18.955.586	47,7%	3.915.746	0:34:34
Octubre	18.269.240	45,9%	3.821.721	0:37:43
Noviembre	17.811.261	44,8%	3.756.472	0:35:32

Análisis GfK DAM sobre el uso mensual de las plataformas de empleo en España. Métrica: Usuarios únicos mensuales. Período: enero-noviembre 2023.

LinkedIn, líder entre las plataformas profesionales y la preferida de los *millennials*

En lo que se refiere a las plataformas más utilizadas, **LinkedIn ocupa el primer puesto**, con más de **11,7 millones de usuarios**, lo que supone que **casi 3 de cada 10 internautas españoles** accede a la misma mensualmente, posiblemente gracias a su carácter multifunción: no es un *site* centrado específicamente en la búsqueda de empleo, sino que posibilita la consulta de información, es un espacio de *networking*, contiene contenidos y cursos de formación, etc.

A continuación, le siguen portales más enfocados en las ofertas de empleo, como son **Infojobs**, con más de 6 millones de usuarios mensuales, **Indeed**, con cerca de 3 millones, e **Infoemplea2**, al que acceden 971.666 personas al mes.

Además, también hay espacio para *sites* de empleo público como el Servicio Andaluz de Empleo (SAE), con cerca de 900.000 usuarios mensuales, y el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, con más de 750.000.

Top plataformas relacionadas con empleo y mercado laboral (Noviembre 2023)

Ranking	Marca	Usuarios Únicos (UU)	% Cobertura	Audiencia Media Diaria	Duración por UU
1	LinkedIn	11.705.113	29,4%	2.212.857	0:27:27
2	InfoJobs	6.314.051	15,8%	1.140.346	0:21:21
3	Indeed	2.636.106	6,6%	262.245	0:11:05
4	INFOEMPLEA2	971.666	2,4%	75.045	0:02:33
5	Talent.com	577.233	1,4%	43.025	0:02:03
6	SAE. Servicio Andaluz de Empleo	884.205	2,2%	74.170	0:04:33
7	Adecco	800.570	2,0%	70.449	0:10:16
8	Jooble	809.578	2,0%	64.252	0:06:25
9	Randstad	816.935	2,0%	78.840	0:10:10
10	Ministerio de Empleo y Seguridad Social	759.939	1,9%	51.405	0:11:17

Análisis GfK DAM sobre las plataformas de empleo más visitadas en España. Métrica: Usuarios Únicos mensuales.

En referencia al análisis por edad, se aprecia que **los *millennials***, personas entre **25 y 34 años**, son los que tienen más presencia en estas plataformas de búsqueda de empleo e información profesional, concretamente el **56% de este segmento de edad** (casi 3 millones) accedió a ellas durante el último mes analizado. A este grupo le siguen los usuarios comprendidos entre los 35 y 44 años, de los cuales, el 51% visitó estos *sites*. Además, la **Generación Z** (16-24 años), especialmente enfocada

en la búsqueda de becas, trabajo en prácticas y primeros empleos, también visitan estos portales (casi el 40% de ellos).

Por tanto, se observa que, aunque estas herramientas digitales son transversales a la sociedad, se encuentran especialmente instauradas en jóvenes profesionales con varios años de experiencia y en personas más asentadas en el mercado laboral.

Ellos prefieren LinkedIn, mientras que Infojobs destaca por su presencia femenina

Si nos centramos en las diferencias según el género, se observa que **ambos están muy implicados en el consumo de sitios relacionados con empleo**, destacando especialmente las mujeres. Según los datos de GfK DAM, en noviembre de 2023 accedieron a ellos **9 millones de féminas** frente a **8,7 millones de hombres**.

Poniendo el foco en las distintas plataformas, **LinkedIn, Infojobs e Indeed son las preferidas**, tanto de los hombres como de las mujeres. Sin embargo, LinkedIn concentra una mayor presencia masculina: 6,1 millones de usuarios frente a 5,6 millones de usuarias. Asimismo, **Infojobs destaca por la presencia femenina**: 3,5 millones de mujeres al mes ante 2,8 millones de hombres.

Andalucía, Cataluña y Madrid, las Comunidades Autónomas que más consumen este contenido

Por último, analizando geográficamente cuáles son los territorios que concentran un mayor consumo de este tipo de contenidos, lideran las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña y Madrid con 3,35; 2,95 y 2,93 millones de usuarios únicos respectivamente. Le sigue la Comunidad Valenciana, en cuarto puesto con 1,77 millones de personas que acceden cada mes a *sites* de empleo y, en el quinto lugar, Canarias con 907.426 internautas.

Por el contrario, las Comunidades Autónomas con el menor número de usuarios mensuales son Navarra, con algo más de 250.000 individuos; Cantabria, que casi roza los 213.000 y La Rioja, que registra algo más de 115.000 usuarios únicos.

En palabras de **David Sánchez, Digital Solutions Director en GfK**: *“Desde hace años, la búsqueda de empleo es digital, y actualmente se ha ido democratizando el acceso rápido y cualificado a las ofertas de trabajo del mundo. La novedad es que la búsqueda de empleo hoy es bidireccional en múltiples canales, no sólo ligada al interesado aplicando por ofertas, sino en la misma proporción el empleador buscando perfiles adecuados a través de estas plataformas o incluso a través de RRSS no vinculadas específicamente a la búsqueda de empleo”*.



Acerca de GfK DAM

Desde 2022, GfK DAM es el medidor oficial del consumo digital en España designado y ratificado por la industria digital. Mediante su panel *single-source*, monitoriza la navegación de los individuos independientemente del dispositivo, formato y contenido que estén consumiendo. De esta forma, proporciona información detallada de todas las actividades que al cabo del día realizan los usuarios en Internet y sus datos actúan como referencia en el mercado publicitario para medios de comunicación, agencias, anunciantes y administraciones públicas, además de ser la base para la toma de decisiones en decisiones estratégicas cuyo elemento central sea el comportamiento digital de los individuos en España.

GfK. Growth from Knowledge

Durante más de 89 años, nos hemos ganado la confianza de nuestros clientes en todo el mundo al resolver aspectos críticos en su proceso de toma de decisiones. Impulsamos su crecimiento al proporcionar una comprensión integral del comportamiento de compra de los consumidores y las dinámicas que impactan sus mercados, marcas y medios. En 2023 GfK se fusionó con NIQ uniendo a dos líderes de la industria con un alcance global incomparable. Con una visión holística del *retail* el más completo conocimiento del consumidor – gracias a plataformas de análisis de última generación – GfK impulsa *Growth from Knowledge*.

En España ocupamos el segundo lugar en el ranking de nuestro sector elaborado por I+A y contamos con una plantilla superior a las 300 personas, distribuidas en tres unidades de negocio, en nuestras oficinas de Madrid, Barcelona y Valencia.

Para más información visite www.GfK.com/es síganos en https://twitter.com/GfK_Spain.