

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), septiembre-octubre 2025,
Volumen 9, Número 5.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i5

RELACIÓN ENTRE EL TIEMPO DE DESEMPLEO Y LOS CANALES DE BÚSQUEDA PARA ENCONTRAR EL EMPLEO

**RELATIONSHIP BETWEEN UNEMPLOYMENT
LENGTH AND JOB SEARCH CHANNELS**

Noé Cortés Viveros

Universidad Veracruzana, México

Rodrigo Aryan Hernández García

Universidad Veracruzana, México

Omar Alexandro Texon Olguin

Universidad Veracruzana, México

Marcos Eduardo Ortega Melgarejo

Universidad Veracruzana, México

Anabel Galván Sarabia

Universidad Veracruzana, México

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i5.20258

Relación entre el Tiempo de Desempleo y los Canales de Búsqueda para Encontrar el Empleo

Noé Cortés Viveros¹nocortes@uv.mx<https://orcid.org/0009-0000-7888-3091>

Universidad Veracruzana

México

Rodrigo Aryan Hernández Garcíarodrhernandez@uv.mx<https://orcid.org/0000-0002-2299-5366>

Universidad Veracruzana

México

Omar Alexandro Texon Olguinomtixon@uv.mx<https://orcid.org/0009-0004-2127-8690>

Universidad Veracruzana

México

Marcos Eduardo Ortega Melgarejomarcortega@uv.mx<https://orcid.org/0009-0001-2045-7062>

Universidad Veracruzana

México

Anabel Galván Sarabiaangalvan@uv.mx<https://orcid.org/0009-0005-7864-9162>

Universidad Veracruzana México

RESUMEN

La presente investigación analiza la relación entre los canales de búsqueda, tanto formales como informales con respecto al tiempo de desempleo. Se examinó una muestra de 363 buscadores de empleo registrados en la oficina de fomento económico municipal (Cortés et al., 2024). Para lo cual se aplicó un análisis de correspondencia múltiple. Se concluye que el ACM permite observar que existen asociaciones cuando se incorpora la variable sexo: los hombres tienden a usar Internet, mientras que las mujeres recurren más a canales informales o personales. Por otro lado, con respecto al canal de búsqueda de empleo y tiempo de desempleo ($p = 0.40929$): No se encontró evidencia estadísticamente significativa de una relación entre el canal utilizado para buscar empleo y el tiempo de desempleo. Esto sugiere que, en este estudio, recurrir a canales formales o al uso de internet no genera diferencias relevantes en la duración del periodo de desempleo.

Palabras clave: canales de búsqueda de empleo, buscador de empleo, desempleo, Xalapa.

¹ Autor principal

Correspondencia: nocortes@uv.mx

Relationship Between Unemployment Length and Job Search Channels

ABSTRACT

This research analyzes the relationship between job search channels, both formal and informal, and unemployment duration. A sample of 363 job seekers registered at the municipal economic development office was examined (Cortés et al., 2024). For this purpose, a multiple correspondence analysis was applied. It is concluded that MCA allows us to observe associations when incorporating the variable of gender: men tend to use the Internet, while women are more likely to rely on informal or personal channels. On the other hand, regarding the job search channel and unemployment duration ($p = 0.40929$): No statistically significant evidence was found of a relationship between the channel used to search for a job and the length of unemployment. This suggests that, in this study, using formal channels or the Internet does not result in significant differences in the duration of the unemployment period.

Keywords: job search channels, job search, unemployment, Xalapa.

Artículo recibido 02 setiembre 2025
Aceptado para publicación: 29 setiembre 2025



INTRODUCCIÓN

La búsqueda de empleo es un proceso que la mayoría de los individuos transitan una o varias veces en su vida. La búsqueda conlleva a diferentes factores exógenos e inherentes al buscador de empleo que influyen en que se extienda o se acorte el periodo para encontrar un empleo.

En el factor exógeno, principalmente influye el mercado laboral del país donde se encuentre el buscador de empleo, en este sentido, es necesario que se generen nuevas plazas de trabajo en el mercado laboral y que a su vez la duración del desempleo sea corta, con el fin de que los individuos puedan solventar los gastos familiares. En el caso de México, se ha mantenido un desempleo de corta duración (Varela & Ocegueda, 2023).

De los factores inherentes se encuentran las variables con las cuales se ha estudiado el fenómeno de la búsqueda de empleo, tales como: el sexo, la edad, la escolaridad, la situación familiar: si es o no jefe de familia, si tiene o no dependientes económicos; la situación económica: si se encuentra o no en estado de vulnerabilidad, la región donde vive, entre otros factores.

El interés por el tema de tiempo de desempleo de manera local en el municipio de Xalapa Veracruz se ha presentado artículos publicados, donde se analiza el tiempo de desempleo de un buscador y las variables que influyen en que el tiempo sea mayor o menor.

Cortés et al (2024) realizan un análisis descriptivo de los datos de 363 personas encuestadas que perdieron el empleo entre los años 2017 y 2020, dentro de los resultados más relevantes encontraron que las mujeres experimentan periodos de desempleo más prolongados en promedio de 137.47 días, en comparación con los hombres, quienes experimentan un periodo de desempleo en promedio 102.14 días, esto quiere decir que las mujeres en promedio pasan 5 semanas más en el desempleo en dicha comparación. En el caso de la edad, las personas que se encuentran el rango de 49 a 59 años tiene una duración promedio de desempleo de 139.05 días, lo cual sugiere una problemática en la reinserción laboral en las personas de mediana edad; con respecto a los años de escolaridad, contrario a lo esperado, tanto los niveles educativos altos e ínfimos, pueden resultar en periodos más extensos de desocupación (Cortés et al., 2024).

En Cortés et al., (2025) se centra en la relación que tienen diferentes variables inherentes al buscador de empleo, tales como:



Edad, sexo, escolaridad, años de residencia en el municipio o la región, experiencia laboral en años, con la variable explicada “tiempo de desempleo”. Para lo cual los autores utilizaron para realizar el análisis estadístico el modelo Random Forest, el cual fue importante para explicar el tiempo de desempleo, sin embargo, no indica si una variable aumenta o disminuye el tiempo de desempleo. Las variables más importantes para predecir el desempleo fueron edad, años de residencia y experiencia laboral en años (Cortés et al., 2025).

Dado lo anterior, ahora se tiene como objetivo el analizar el canal de búsqueda que utilizan los buscadores de empleo en Xalapa Veracruz, ya que la búsqueda de empleo puede ser eficiente o no, dependiendo del canal de búsqueda (Varela & Ocegueda, 2023). El objetivo del presente estudio es analizar la relación que tiene el tiempo de desempleo y el canal de búsqueda que utilizó el buscador de empleo.

MARCO CONCEPTUAL

El buscador de empleo se enfrenta a un problema de elección de distintas ofertas laborales, lo que el individuo desea es que el tiempo de búsqueda se reduzca, por lo cual recurre a diferentes canales de búsqueda (Varela & Ocegueda, 2023). En esta decisión racional, el individuo espera encontrar un salario que sobre pase sus expectativas para abandonar la búsqueda, caso contrario si el salario es menor al esperado, continuará la búsqueda (López Alba & Botello Peñaloza, 2022). Los canales de búsqueda de empleo, para efectos de la presente investigación se han dividido en canales formales e informales.

Canales de búsquedas formales e informales

La búsqueda de empleo se puede polarizar en canales de búsqueda formales como la búsqueda en servicios de empleo de gobierno e informales como las redes personales (Bachmann & Baumgarten, 2013).

En el caso de los canales de búsqueda formales son todos los lugares públicos o privados que están institucionalizados (Varela & Ocegueda, 2023), se basan en normas de vinculación laboral, las cuales tienen acceso para toda persona que cumple con los requisitos establecidos (Uribe et al., 2007). En el caso de la presente investigación, los buscadores de empleo encuestados asistieron al departamento de

Fomento económico de la Dirección de Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Xalapa Veracruz, por lo cual, estaban haciendo uso de un canal formal.

Los canales de búsqueda informales son los que no se acude a una instancia pública o privada de carácter institucional, como acudir a un lugar de empleo o se solicitó a familiares y amigos que le dieran información sobre alguna vacante laboral (Varela & Ocegueda, 2023). Los canales informales son todas aquellas interacciones de los agentes económicos como las redes relacionales, por ejemplo: el pedir ayuda o información a familiares, amigos y/o colegas (Uribe et al., 2007).

Investigaciones interesadas en la efectividad del uso de cada canal han obtenido datos importantes, cabe mencionar que la efectividad antes mencionadas se mide por el número de personas que han encontrado empleo por medio del canal utilizado en relación con el número de personas que buscan empleo a través de este (Uribe et al., 2007). En palabras de Uribe et al., (2007) más del de la mitad de los desempleados buscan empleo en canales informales (55.2%), tres de cuatro buscadores de empleo Colombianos han encontrado empleo a través de este tipo de canal (Uribe et al., 2007). En el mercado colombiano hay una baja utilización de canales formales solo el 13% busca en este canal (Uribe et al., 2007).

A medida que ha aumentado el avance tecnológico, han aparecido plataformas de bolsa de trabajo administradas por el gobierno y por la industria, la cuales tienen herramientas de filtrado de solicitudes de empleo y de vacantes, además se ha vuelto más fáciles de manejar (Kuhn & Mansour, 2014), en este tenor, se puede aseverar que el uso del internet ayuda a encontrar trabajo (Denzer et al., 2021).

El uso del internet como canal de búsqueda

El uso de internet ha mejorado la comunicación entre las empresas y los buscadores de empleo (Suvankulov et al., 2012). Es pertinente decir que en el presente artículo solo se menciona el uso de internet de manera general.

El buscador de empleo, establece una comparación entre las vacantes a la luz del salario ofrecido, con el fin de tomar una decisión racional que le permita cubrir sus necesidades básicas (Varela & Ocegueda, 2023), así mismo, el uso del internet tiene un efecto positivo y significativo en el esfuerzo de búsqueda de empleo (Beard et al., 2012).



El uso del internet, actualmente es una herramienta utilizada, tanto para encontrar trabajo como para encontrar trabajadores (Cañibano & Sainz, 2008; López Alba & Botello Peñaloza, 2022). Ya que las empresas publican sus vacantes para poder llevar a cabo el proceso de admisión y empleo.

Dentro de las ventajas de buscar empleo en internet son: que reduce el costo, evita a los intermediarios, toda vez que el buscador puede contactar directamente a la fuente de empleo (Cañibano & Sainz, 2008). Además, existe evidencia de la reducción de tiempo de desempleo en los buscadores que utilizan internet (Suvankulov et al., 2012). Por último, pero no menos importante, el poder tener acceso a banda ancha desde el hogar o en un lugar público disminuye en un 50% que el buscador de empleo se desanime y deje de buscar empleo activamente (Beard et al., 2012).

Redes sociales y capital social

Las redes sociales son un importante recurso de información en el mercado laboral para encontrar trabajo a través de amigos y familiares (Caliendo et al., 2010). En las redes sociales se realiza un intercambio de información formal e informal con el fin de encontrar empleo. Los buscadores de empleo utilizan diferentes canales de búsqueda, en su mayoría informales (Caliendo et al., 2010).

En el caso de Estados Unidos y Europa el uso de los contactos personales lleva a trabajar en empresas pequeñas (Pellizzari, 2010). En Europa el salario promedio es más bajo en el caso de los trabajos encontrados por contactos personales (Pellizzari, 2010). En el caso de los más jóvenes y de las mujeres, es menos probable que consigan trabajo a través de métodos informales (Pellizzari, 2010)

Por otro lado, Es probable que la búsqueda por medio de internet podría tener una relación con la edad del buscador de empleo, así como el uso de otros canales.

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Población y muestra

Con el fin de aplicar el instrumento de medición se obtuvo el tamaño de muestra de las listas de 6714 buscadores de empleo que llegaron a las oficinas de fomento económico del municipio de Xalapa. En la tabla 1 se puede ver los valores que se sustituyeron para obtener el tamaño de la muestra.

Tabla 1. Fórmula para determinar el tamaño de la muestra

N	6714
Z	1.96
p	50%
q	50%
e	5%

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

El tipo de muestra es probabilística, aleatoria simple (Levine et al., 2014), por lo que cada registro de buscadores de empleo tuvo la misma probabilidad de ser elegido al igual que cualquier otro.

Operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de variables

Tipo de variables	Variables	Definición conceptual	ITEM	Tipo de variable
Variable dependiente	Canal de búsqueda	Canales de búsqueda formales e informales que utiliza el buscador de empleo para poder obtener información de las vacantes, con el fin de ser empleado los más pronto posible.	¿Cómo se enteró de su empleo actual?	Categórica
Variable independiente	Tiempo de desempleo	La duración del desempleo representa el tiempo que pasan las personas desempleadas que han estado buscando continuamente una ocupación ² (Kriia et al., 2020, p. 82).	¿Cuándo perdió su empleo? ¿Cuándo ingreso a su nuevo empleo?	Intervalo

Con el análisis estadístico se pretende determinar cuál es la relación entre el tiempo de desempleo y el canal de búsqueda. Por lo que se ha decidido aplicar el análisis de correspondencia múltiple (ACM) (Parra Olivares, 1996).

RESULTADOS

Análisis de correspondencia múltiple Tras la aplicación de las pruebas de independencia (Chi-cuadrado y Fisher) entre las variables cualitativas del estudio, se observó que varias de ellas presentan relaciones estadísticamente significativas. Este hallazgo sugiere que existe una estructura de asociación entre las categorías de las variables, lo que motiva la utilización de una técnica de reducción de dimensionalidad para variables categóricas, como el análisis de correspondencia

² Unemployment duration represents the length of time spent by unemployed people who have been continuously looking for an occupation (Kriia et al., 2020, p. 82).

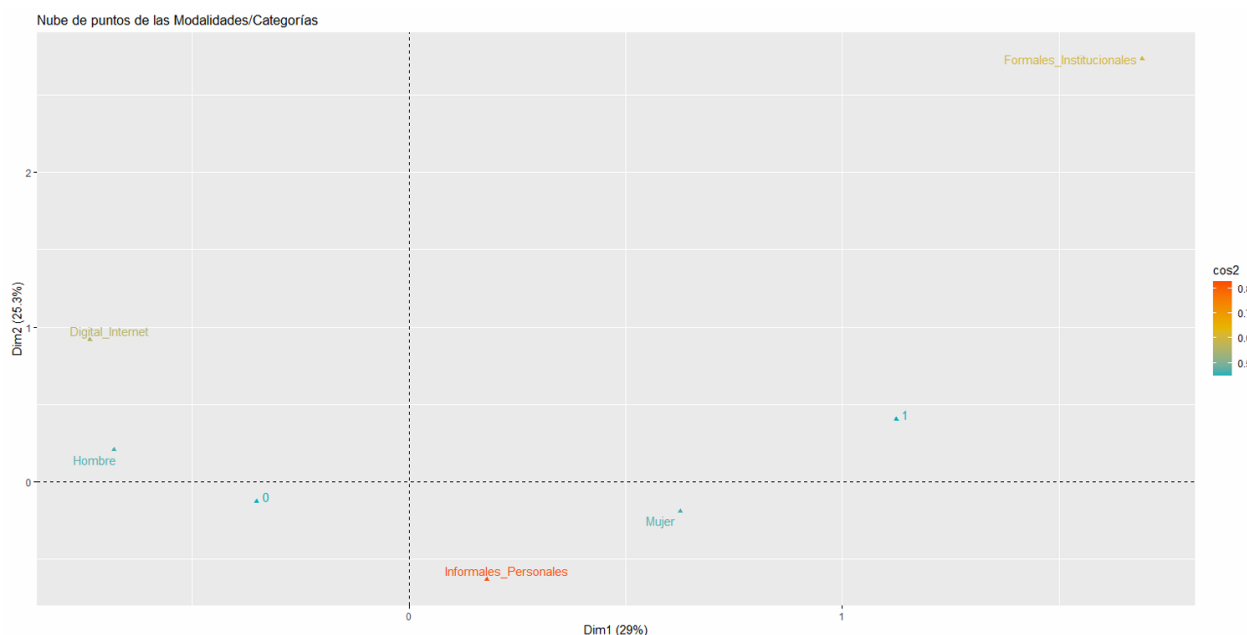
múltiple (ACM) (Parra Olivares, 1996). El ACM es un método multivariante que extiende el análisis de correspondencia simple a más de dos variables cualitativas. Su objetivo es resumir y representar gráficamente las asociaciones entre categorías en un espacio de menor dimensión, preservando la mayor parte de la inercia (varianza explicada) del conjunto original. En otras palabras, el ACM permite visualizar las relaciones entre las categorías de distintas variables en un plano factorial, donde la proximidad entre puntos indica similitud o asociación en los patrones de respuesta (Parra Olivares, 1996).

En este caso, el ACM se utilizó como una herramienta exploratoria para identificar estructuras latentes en las variables relacionadas con el perfil laboral y las condiciones de empleo. Inicialmente se probaron todas las variables cualitativas mencionadas (sexo, nivel de escolaridad, jefe de familia, tiempo de desempleo categorizado, relación del trabajo con la carrera, satisfacción laboral y canal de búsqueda de empleo). Sin embargo, al ir incorporando las variables al modelo, se observó que con solo tres de ellas —canal de búsqueda de empleo, sexo y tiempo de desempleo categórico— se obtenía una varianza explicada superior al 50%, lo que indica que estas variables capturan la mayor parte de la estructura relacional presente en los datos.

Cabe destacar que, aunque las pruebas de independencia mostraron que las variables “canal” y “tiempo de desempleo” son independientes, para este estudio resulta relevante analizar cómo el sexo influye en los medios utilizados para buscar empleo. El ACM permitió evidenciar que los hombres tienden a asociarse con el uso del medio “Internet” como canal principal de búsqueda laboral, lo cual aporta información útil sobre las diferencias en los patrones de búsqueda entre grupos (Parra Olivares, 1996).

Por tanto, se decidió conservar únicamente las variables canal, sexo y tiempo de desempleo en el modelo final, ya que ofrecen una representación parsimoniosa pero suficientemente informativa del fenómeno, permitiendo explorar los patrones de asociación entre el sexo, los canales de búsqueda de empleo y la duración del desempleo. A continuación, se presenta el gráfico del análisis de correspondencia múltiple, en el que se visualizan dichas relaciones de manera más clara y se identifican las asociaciones más relevantes entre las categorías.

Ilustración 1. Gráfico del análisis de correspondencia múltiple



Interpretación del gráfico del ACM

En la nube de puntos de las modalidades/categorías, se representan las asociaciones entre las variables Sexo, Canal de búsqueda de empleo y Tiempo de desempleo (0 = menor al promedio, 1 = mayor al promedio). En el eje Dim1 (29%) y Dim2 (25.3%), que en conjunto explican aproximadamente 54.3% de la varianza, se observan patrones claros de asociación:

- En el cuadrante izquierdo, las categorías Hombre y Digital_Internet se ubican próximas, lo que indica una asociación entre los hombres y el uso de Internet como canal de búsqueda de empleo.
- En contraste, en el cuadrante derecho, las categorías Mujer e Informales_Personales se encuentran cercanas, lo que sugiere que las mujeres tienden a recurrir más a canales informales o personales.
- Las categorías Formales_Institucionales y tiempo de desempleo = 1 (mayor al promedio) se ubican en la zona superior, mostrando cierta diferenciación en el perfil de quienes usan medios institucionales, aunque sin una relación directa con el sexo.
- La variable tiempo de desempleo se distribuye de manera más equidistante respecto al eje horizontal, lo que concuerda con el resultado previo de que “canal” y “tiempo de desempleo” son estadísticamente independientes según las pruebas de Fisher, aunque el ACM permite visualizar cómo se agrupan sus categorías con las demás variables.

En conjunto, el gráfico evidencia que, aunque las pruebas de independencia (Chi-cuadrado y Fisher) indicaran que el canal de búsqueda y el tiempo de desempleo son independientes, el ACM permite observar que existen asociaciones cuando se incorpora la variable sexo: los hombres tienden a usar Internet, mientras que las mujeres recurren más a canales informales o personales. Esto demuestra que, aunque dos variables parezcan independientes de manera marginal, su relación con una tercera variable puede revelar patrones de asociación importantes. En este sentido, el ACM fue especialmente útil porque resumió múltiples variables categóricas en un espacio reducido, facilitando la identificación de estas asociaciones latentes y la interpretación de los patrones de búsqueda de empleo (Parra Olivares, 1996)

Canal de búsqueda de empleo y tiempo de desempleo ($p = 0.40929$): No se encontró evidencia estadísticamente significativa de una relación entre el canal utilizado para buscar empleo y el tiempo de desempleo. Esto sugiere que, en este estudio, recurrir a canales formales o al uso de internet no genera diferencias relevantes en la duración del periodo de desempleo.

CONCLUSIONES Y DISCUSIONES

Kuhn & Mansour, (2014) argumentan que buscar en el internet se reduce la duración en el desempleo en un 25% (Kuhn & Mansour, 2014); así mismo de Varela & Ocegueda, (2023), expresan que el proceso de desempleo guarda una estrecha relación con el uso de algunos canales de búsqueda, sin embargo, no tienen todos la misma efectividad, dado que no son de la misma naturaleza (Varela & Ocegueda, 2023).

Además que en Colombia se encontró que la efectividad de los canales informales es alta, sin embargo, cuando se utilizan de manera desagregada es inferior en comparación de los canales formales, tales como: las convocatorias y los avisos clasificados, estos son más eficientes que pedir ayuda a familiares, amigos o colegas (Uribe et al., 2007).

A diferencia de las investigaciones anteriores la presente investigación no ha encontrado evidencia estadística significativa para aseverar que el canal de búsqueda de empleo no tiene relación con el tiempo de desempleo.

No obstante, el ACM permite observar que existen asociaciones cuando se incorpora la variable sexo: los hombres tienden a usar Internet, mientras que las mujeres recurren más a canales informales o personales.

En este orden de ideas, Suvanculov et al, (2012) han encontrado que los buscadores de trabajo que utilizan internet tienen de 7.1 a 12.7 puntos porcentuales de mayor probabilidad de ser contratados en los próximos 12 meses (Suvankulov et al., 2012). Al buscar en el internet se reduce la duración en el desempleo en un 25% (Kuhn & Mansour, 2014).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Bachmann, R., & Baumgarten, D. (2013). How do the unemployed search for a job? – Evidence from the EU Labour Force Survey. *IZA Journal of European Labor Studies*, 2(1), 22. <https://doi.org/10.1186/2193-9012-2-22>
- Beard, T. R., Ford, G. S., Saba, R. P., & Seals, R. A. (2012). Internet use and job search. *Telecommunications Policy*, 36(4), 260–273. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2011.12.001>
- Caliendo, M., Schmidl, R., & Uhlenhorff, A. (2010). *Social Networks, Job Search Methods and Reservation Wages: Evidence for Germany*.
- Cañibano, C., & Sainz, J. (2008). *Nuevas tecnologías, nuevos mercados de trabajo*. Mundi-Prensa Libros.
- Cortés, N., Hernández, R. A., Galván, A., Méndez, F. M., & Marín, P. L. (2024). Variables que Explican el Tiempo de Desempleo en Buscadores Xalapeños. Un Acercamiento Descriptivo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(5), 10260–10283. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14408
- Cortés, N., Hernández, R. A., Galván, A., Ortega, M., & Olivares, H. R. (2025). Variables que explican el tiempo de desempleo en buscadores Xalapeños. Uso del Modelo Random Forest. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(4), 7879–7893. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i4.19375
- Denzer, M., Schank, T., & Upward, R. (2021). Does the internet increase the job finding rate? Evidence from a period of expansion in internet use. *Information Economics and Policy*, 55, 100900. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2020.100900>



- Kuhn, P., & Mansour, H. (2014). Is Internet Job Search Still Ineffective? *The Economic Journal*, 124(581), 1213–1233. <https://doi.org/10.1111/eoj.12119>
- Levine, D. M., Krehbiel, T., & Berenson, M. L. (2014). *Estadística para Administración* (Sexta). Pearson Educación.
- López Alba, A., & Botello Peñaloza, H. A. (2022). Uso de internet y mercado laboral: Evidencia de la búsqueda de empleo en Ecuador 2018-2019. *Tendencias*, 23(1), 252–276. <https://doi.org/10.22267/rtend.222301.190>
- Parra Olivares, J. E. (1996). *Modelo de análisis de correspondencias múltiples*.
- Pellizzari, M. (2010). Do Friends and Relatives Really Help in Getting a Good Job? *Industrial and Labor Relations Review*, 63(3), 494–510.
- Suvankulov, F., Chi Keung Lau, M., & Ho Chi Chau, F. (2012). Job search on the internet and its outcome. *Internet Research*, 22(3), 298–317. <https://doi.org/10.1108/10662241211235662>
- Uribe, J. I., Viáfara, C. A., & Oviedo, Y. M. (2007). Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia en el año 2003. *Lecturas de Economía*, 67, 43–69.
- Varela, R., & Ocegueda, J. M. (2023). *Canales de Búsqueda y duración del desempleo en México*. 33(62). <https://www.scielo.org.mx/pdf/esracdr/v33n62/2395-9169-esracdr-33-62-e231345.pdf>

