

XXXI
REUNIÓN
ESTUDIOS
REGIONALES

El Estado Autonómico a debate: eficiencia, eficacia y solidaridad

Alcalá de Henares, 17-18 de noviembre de 2.005

LA INTERMEDIACIÓN LABORAL EN ANDALUCÍA: ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

AUTORES: José Luis Osuna, Paula Rodríguez, Carolina Palacios, María González, María José Dorado
INSTITUTO DE DESARROLLO REGIONAL, FUNDACIÓN UNIVERSITARIA, UNIVERSIDAD DE SEVILLA

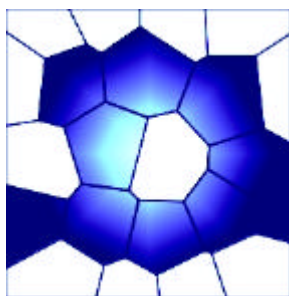
CONTACTO: joseluisosuna@idr.es; paularodriguez@idr.es; carolinapalacios@idr.es; mjdorado@idr.es;
mariagonzalez@idr.es

La descentralización de los Servicios Públicos de Empleo ha culminado su proceso en Andalucía en 2004 con las transferencias de competencias en materia de empleo y posterior puesta en marcha del Servicio Andaluz de Empleo (SAE). Para la Administración Regional supone un reto y la oportunidad de abordar la gestión de las políticas de empleo desde una perspectiva innovadora.

En este contexto se ha realizado este estudio con el objetivo de analizar la funcionalidad de los distintos mecanismos de intermediación laboral existentes en Andalucía, con una metodología ecléctica que incluye en su análisis todas las dimensiones tangibles e intangibles, formales e informales, relacionadas con el proceso de búsqueda y acceso al empleo por parte de los ciudadanos en Andalucía.

En esta comunicación se presentan la metodología aplicada así como los principales resultados obtenidos de la investigación realizada.

PALABRAS CLAVE (DE TRES A CINCO): Intermediación Laboral, Descentralización, Redes Sociales
CÓDIGOS JEL: J23 y J64



XXXI REUNIÓN ESTUDIOS REGIONALES

El Estado Autonómico a debate: eficiencia, eficacia y solidaridad

Alcalá de Henares, 17-18 de noviembre de 2.005

LA INTERMEDIACIÓN LABORAL EN ANDALUCÍA: ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO

INTRODUCCIÓN

El punto de partida para comprender los profundos cambios acontecidos en los mercados de trabajo españoles se encuentra en las transformaciones económicas, que han dado lugar a la denominada *globalización de los mercados*.

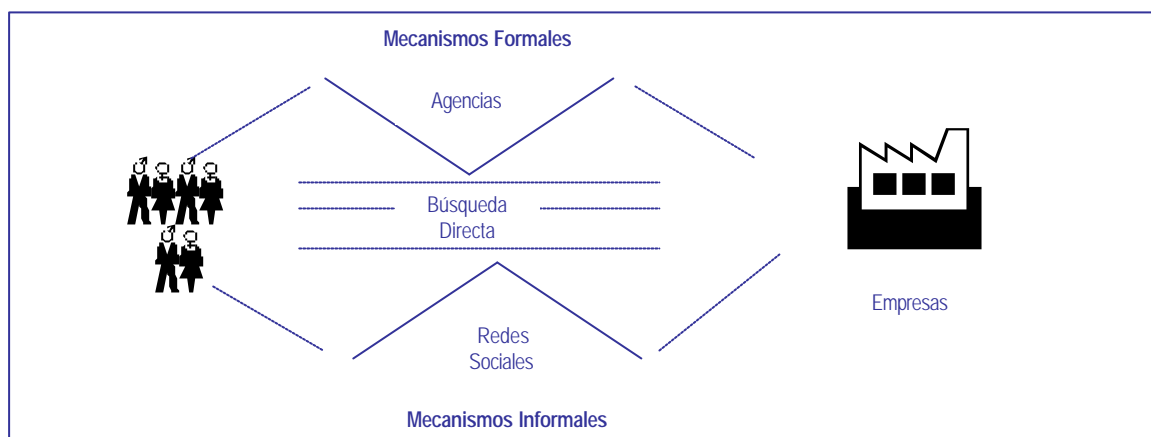
Este escenario ha propiciado una evolución sin precedentes en la actividad de intermediación laboral. En las últimas décadas, este mecanismo de intervención ha pasado de concebirse exclusivamente como una función social del Estado a ser una actividad productiva para una amplia amalgama de empresas dedicadas a la gestión de recursos humanos y cuyo objeto se ha transformado en sintonía con los cambios acontecidos en los sistemas productivos y en los mercados de trabajo.

Desde una perspectiva conceptual, la intermediación laboral comprende un conjunto de acciones dirigidas a proporcionar a una persona un empleo, y a los empleadores un trabajador acorde con las necesidades del puesto ofertado. Desde esta óptica, y según LÁZARO (2003), esta definición abarca "todas las acciones tendentes a conseguir que tanto los demandantes como los oferentes de empleo logren sus propósitos, tales como suministrar información sobre la existencia de vacantes o de trabajadores, servicio que puede venir acompañado o no de la puesta en contacto entre las partes".

Aunque desde un punto de vista estrictamente jurídico, la interpretación que se hace se aproxima más a la casación efectiva de una oferta con una demanda de trabajo, en el ámbito de este estudio se han considerado todas aquellas actividades ejercidas de forma habitual para vincular a los demandantes con los oferentes de empleo.

La representación de un sistema de intermediación laboral cualquiera se ha definido diferenciando los mecanismos formales (agencias públicas o privadas de empleo) de los informales (redes sociales). Con esta idea y desde la perspectiva de la búsqueda y el acceso al empleo de los ciudadanos se ha completado el esquema con la inclusión de la búsqueda directa (autocandidatura). Este mecanismo incluye la inserción y repuesta de anuncios en prensa y portales de empleo y la entrega espontánea de currículos.

Esquema 1. Modelos de búsqueda de empleo



Fuente: Elaboración propia.

Este esquema se ha adoptado a partir de las contribuciones científicas de los años 70 que han venido proclamando la importancia de los mecanismos informales para la asignación de recursos humanos en el mercado de trabajo, demostrándose que son excelentes reductoras de los costes de información y transacción en la intermediación y acceso a un puesto de trabajo. Además, el caso de España y, particularmente, el de Andalucía resultan paradigmáticos en cuanto al establecimiento de redes sociales por su cultura y tradición.

El análisis de los modelos de búsqueda de empleo en Andalucía debe contextualizarse en función de distintos aspectos relativos a su estructura y cultura laboral.

El desempleo y, en los últimos años, la creciente pérdida de calidad de los puestos de trabajo generados constituyen las principales debilidades del mercado de trabajo andaluz. Entre los principales argumentos que explican la elevada tasa de desempleo en Andalucía caben destacar, por un lado, factores estructurales (por el lado de la oferta) del tejido productivo andaluz que pueden resumirse en un débil sector industrial y un desarticulado sector terciario que crea empleo con elevadas tasas de eventualidad, además de estar conformado por pequeñas empresas. Por el otro lado (demanda), están los factores vinculados al cambio demográfico y sociológico, y que se concretan en el crecimiento vegetativo de la población, el cambio de signo del saldo migratorio y el positivo cambio en las pautas sociales en cuanto a la incorporación de la mujer al mercado de trabajo. También, el comportamiento de ciertos valores culturales, relacionados con el significado del trabajo en la vida de las personas, es decir, el valor, las expectativas y el papel que se le adjudica, resulta determinante en la realidad laboral andaluza. Esta investigación parte de una premisa fundamental, y es que en este proceso de asistencia o información para conectar a un demandante de empleo con un empleador pueden participar tanto instituciones formales (públicas y privadas) como instituciones informales (personas que forman parte de la red social del individuo que busca empleo).

En cuanto al factor cultural, recientes estudios ponen de manifiesto que en España las actitudes hacia el trabajo participan de una cultura laboral común. Una de los rasgos que distinguen a los andaluces es que dada la escasez de empleo y la temporalidad del mismo, hay una reorientación que señala el intercambio de más seguridad por menos salario. Otra diferencia relevante es el hecho de que la cultura laboral andaluza tiene una demanda de valores denominados intrínsecos.

Una cultura que demanda valores intrínsecos se corresponde con una sociedad con personas ilusionadas por el trabajo, con personas que, independientemente de la naturaleza del empleo proyectaran su cultura de actividad, de sentido, de iniciativa y de enriquecimiento personal sobre sí misma, mejorando sus rendimientos laborales. Otra distinción de la cultura laboral andaluza es que es menos exigente en condiciones como el estrés, el horario o las vacaciones. Esto puede explicarse porque en situaciones de escasez las exigencias se reducen.

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS DEL ESTUDIO

El estudio se ha realizado con el objetivo general de analizar la funcionalidad de los distintos modelos de búsqueda y acceso al empleo en el mercado de trabajo andaluz. Por un lado, se estudian las redes sociales y, por otra parte, aquéllos que implican la intervención de ciertas entidades públicas o privadas.

Al efecto se han puesto en marcha diversas técnicas de análisis, partiendo de una recopilación de información relativa a los mecanismos de intermediación laboral en Andalucía y una revisión teórica de las investigaciones existentes en torno al concepto de redes sociales y su utilización en la búsqueda de empleo.

En este sentido cabe mencionar que el trabajo se ha desarrollado con las siguientes limitaciones metodológicas:

- Ausencia de un cuerpo teórico y empírico que integre el estudio de los distintos sistemas de intermediación laboral. Las principales aproximaciones las encontramos desde la perspectiva del Derecho Laboral.
- Escasez de fuentes de información estadísticas. En el caso de España, y debido a la regulación de la actividad de las ETT, las Estadísticas Laborales del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales ofrecen información detallada sobre el número de estas empresas, contratos de puesta a disposición, etc. Sin embargo, muchas de estas empresas están integradas en grandes grupos que desarrollan actividades como outsourcing, selección de personal, etc., de las que no se dispone de información exhaustiva. Además, el peso específico de estas empresas está creciendo progresivamente por encima del de las ETT.
- Desde el punto de vista del trabajador, tampoco se dispone de información relativa a las distintas trayectorias profesionales. De esta forma, y aunque la Tesorería General de la Seguridad Social registra las entradas y salidas al mercado laboral, no es posible determinar los mecanismos que, en mayor medida, utilizan los individuos para el acceso al mercado laboral en las distintas etapas de su vida profesional.
- Complejidad y diversidad de las estructuras a considerar. El enfoque adoptado implica comparar la actividad de organismos públicos y privados, con la fortaleza o debilidad de relaciones interpersonales y la consideración de variables intangibles tales como la confianza. Por ello sería deseable contar con una batería de indicadores que permita instrumentalizar el análisis de la eficacia de los distintos mecanismos.

En este contexto se ha optado por la triangulación metodológica basada, tanto en técnicas cuantitativas como cualitativas, en función de la población objetivo a la que se ha dirigido. Así se pueden distinguir tres fuentes principales de información:

- **Encuesta:** Destinada a recopilar información sobre una muestra de la población activa andaluza.

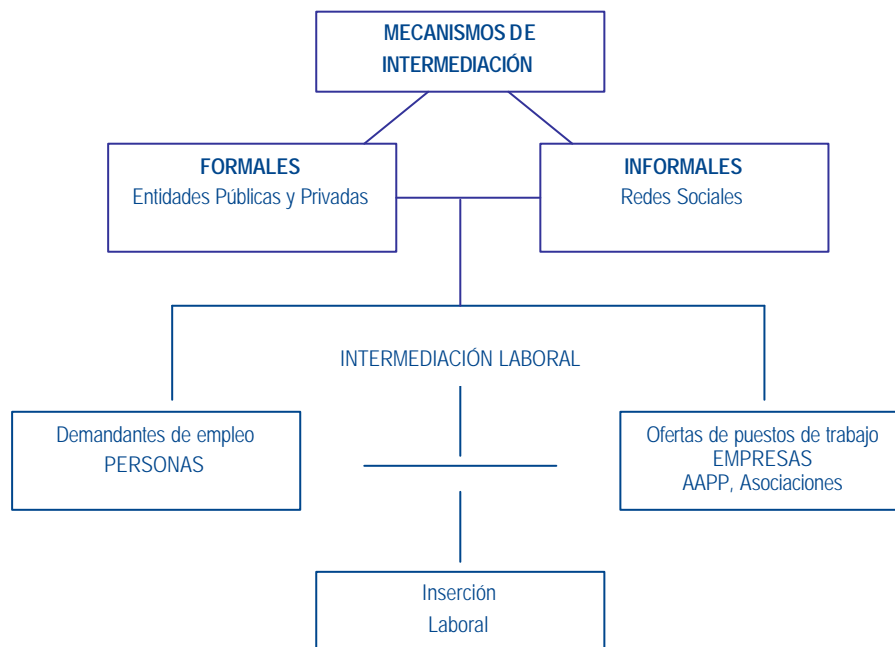
- **Entrevistas en profundidad:** Destinada a recabar información sobre diversas entidades, públicas o privadas, y asociaciones que sirven de intermediarios para la incorporación laboral de desempleados, en general, y de aquellos con especiales dificultades de acceso al empleo.
- **Sondeo a portales de empleo:** Destinado a las Web dedicadas a actividades relacionadas con la intermediación laboral con el objetivo de obtener información relativa a los perfiles de sus usuarios y grado de utilización de las mismas por parte de las empresas y de los desempleados. Este sondeo se ha realizado a través de Internet.

IDENTIFICACIÓN Y CLASIFICACIÓN DE MECANISMOS DE INTERMEDIACIÓN Y COLECTIVOS ESPECÍFICOS DE POBLACIÓN

La intermediación laboral consiste en actuaciones dirigidas a acercar las dos vertientes del mercado de trabajo: los demandantes de ocupación y quienes ofrecen puestos de trabajo. Estas actuaciones están dirigidas por empresas y organizaciones o instituciones públicas, aunque, en muchos casos, además de estos intermediarios, en el mercado de trabajo operan mecanismos de carácter informal, como son las redes sociales.

En el siguiente cuadro se resume el esquema de los mecanismos:

Gráfico 1. Sistema de intermediación laboral.



Fuente: Elaboración propia.

INSTITUCIONES FORMALES

El entramado de **entidades** existente en la actualidad es el resultante de un proceso, intenso tanto por la magnitud de las transformaciones acometidas como por el sentido de éstas, y ha suscitado un debate social sobre el papel de las agencias, públicas y privadas, de empleo en España.

En la construcción del escenario institucional de la intermediación laboral, la OIT ha desempeñado un papel protagonista. Desde su constitución (Tratado de Versalles, 1919) ha venido estableciendo normas internacionales bajo la siguiente filosofía:

“El trabajo no es una mercancía, la asistencia prestada a los trabajadores para encontrar empleo no puede ser objeto de una transacción comercial”.

Esta concepción propició una postura a favor del monopolio público de la intermediación laboral y la prohibición de creación de agencias retribuidas de colocación (privadas). Aunque inicialmente la mayoría de países miembros optaron por suscribir esta posición, otros, con mayor tradición privada en la gestión de la colocación, no aceptaron por este modelo. Así, éste ha sido uno de los principales factores que han influido en el grado de internacionalización de las agencias de empleo privadas en nuestro país.

En España, la legislación vigente establece que la intermediación en el mercado de trabajo se realizará a través de los siguientes servicios:

- Los Servicios Públicos de Empleo, por sí mismos o a través de las entidades que colaboren con ellos.
- Las agencias de colocación, debidamente autorizadas.
- Aquellos otros servicios que reglamentariamente se determinen para los trabajadores en el exterior.

Con el objetivo de identificar y clasificar las entidades públicas y privadas que desarrollan actividades de intermediación laboral en Andalucía se ha partido de una primera clasificación en función de su carácter público o privado, para luego establecer una tipología más concreta en función de otros aspectos como el carácter lucrativo o no, el tipo de servicios que ofrecen y el colectivo al que van dirigidos. Una vez clasificadas, se realizaron una serie de entrevistas entre ellas para obtener información relativa a su funcionamiento. Estos mecanismos se han analizado bajo la denominación de instituciones formales o mecanismos convencionales.

REDES SOCIALES

Para acceder a un puesto de trabajo en un mercado laboral segmentado, los individuos tienen que incurrir en unos costes en el proceso de búsqueda. Los costes de acceso a un puesto de trabajo se componen de los costes de transporte, los gastos de tiempo y los costes de información.

Numerosos estudios están demostrando que las redes sociales que los individuos poseen a priori y que pueden utilizar como canales de búsqueda y acceso al empleo tienen un efecto reductor en estos costes. Por ejemplo, el estudio de BARBIERI, PAUGAM y RUSSELL (2000) muestra que en muchos países europeos el capital social es un recurso de gran valor para poder encontrar un empleo, especialmente en aquellos mercados de trabajo abiertos y flexibles. El éxito en la búsqueda de trabajo depende de la agenda de direcciones de un individuo, es decir, del abanico de personas con las que está conectado ese individuo y en las cuales puede confiar.

Las redes sociales y la confianza depositada en ellas, quizá las dos dimensiones más importantes del capital social, permiten a los individuos acceder a información privilegiada sobre puestos vacantes, así como conseguir entrar en determinadas contrataciones debido a las relaciones de amistad, parentesco, vecinales, profesionales, etc., que conectan al empleador y al aspirante a ser contratado.

No sólo las personas confían más en las personas de su red social, pues tienen con ella una relación reiterada que reduce el problema del oportunismo, sino que además se suele confiar más en la información de primera mano, al ser más rica, detallada y, con mayor probabilidad, correcta. En consecuencia, según REES (1966) las redes sociales ayudan a resolver el problema de la información entre los empleadores y los demandantes de empleo, beneficiando a las dos partes.

Las redes sociales generan una estructura informal satisfaciendo unas necesidades que no pueden alcanzarse con los canales oficiales. Los canales informales son más efectivos y eficaces a la hora de asignar recursos concretos a individuos concretos. Aunque puede constituir un sistema de asignación sesgado y particularista, no podemos negar su efectividad: reduce significativamente los altos costes de búsqueda y el acceso a un empleo, y genera una serie de controles sociales que favorecerán la mayor eficiencia del trabajador.

Las redes sociales informales se convierten así en cadenas de movilidad socialmente determinadas que procuran la asignación ocupacional. Por tanto, la libre movilidad de la mano de obra en los mercados de trabajo no es totalmente autónoma, sino que está fuertemente condicionada por los grados de libertad que le procura la red de relaciones informales predeterminadas por el origen (familiar, escolar, urbano, de clase, etc.) que inicia cada trayectoria ocupacional. De esta manera, el uso de las redes sociales conlleva también la exclusión de los que no pertenecen a ellas, pudiéndose conformar como un factor de cierre social, que limitaría la movilidad de la mano de obra entre los diferentes segmentos del mercado de trabajo y entre las diversas estructuras sociales.

CONTEXTO OPERATIVO DE LA INTERMEDIACIÓN LABORAL EN ANDALUCÍA

Una primera aproximación al análisis de la forma en la que los ciudadanos andaluces buscan empleo en Andalucía se ha realizado por el lado de la oferta, es decir, revisando las encuestas que hacen mención a los medios que las empresas utilizan para buscar trabajadores.

Las principales fuentes de información consideradas son la Encuesta sobre Tendencias del Mercado Laboral (datos de 1999) y la Encuesta de Coyuntura Laboral (2004).

De los resultados obtenidos cabe mencionar que la mayoría de las empresas andaluzas no recurren a agencias de empleo para captar trabajadores, organizando con medios propios el proceso de selección (96,4%). Además, más de la mitad (58%) manifiestan utilizar los contactos personales como mecanismo de inserción laboral.

En la siguiente tabla se aprecia como el tamaño de la empresa es un factor determinante del mecanismo de intermediación seleccionado. Así los contactos son utilizados en mayor medida por las empresas pequeñas, mientras que las grandes empresas optan más por anuncios.

Tabla 1. Métodos de búsqueda de trabajadores más utilizados por las empresas andaluzas por tamaño de empresa (porcentaje). Año 1999.

	Anuncios	INEM	Contactos personales	Empresas de selección de personal	ETT	Otros	Total
De 1 a 2 trabajadores	8,57	13,33	75,24	0,95	0,95	0,95	100%
De 3 a 5 trabajadores	6,25	16,67	72,92	3,13	0,52	0,52	100%
De 6 a 9 trabajadores	13,09	14,66	67,02	2,09	1,57	1,57	100%
De 10 a 19 trabajadores	13,01	16,33	64,29	2,30	2,04	2,04	100%
De 20 a 49 trabajadores	14,01	14,81	60,35	3,98	4,14	2,71	100%
De 50 a 99 trabajadores	15,79	14,54	54,64	5,51	6,02	3,51	100%
De 100 a 199 trabajadores	22,62	17,86	41,27	5,16	5,95	7,14	100%
De 200 a 499 trabajadores	22,83	14,96	40,16	10,24	5,51	6,30	100%
Mayor o igual de 500 trabajadores	38,98	15,25	15,25	11,86	11,86	6,78	100%
Total general	15,22	15,44	58,00	4,26	3,92	3,16	100%

Fuente: Encuesta a empresas sobre tendencias del mercado laboral. Instituto de Estadística de Andalucía.

Si se compara la **intensidad de uso**¹ de los distintos mecanismos por Comunidades autónomas se observa que Extremadura, Murcia y Andalucía son las regiones donde más se utilizan las relaciones personales (26,6%, 26% y 24,9% respectivamente) y Madrid, Cataluña y País Vasco, zonas más industrializadas, se situarían en el polo opuesto, con un 18%, 18,3% y 20%, respectivamente.

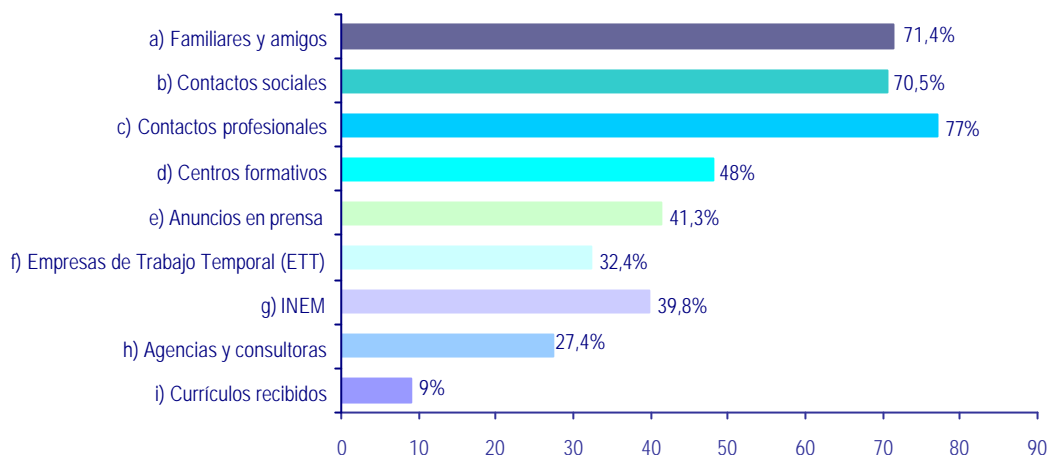
Sin embargo, destaca que la mayor intensidad de uso se aprecia en la autocandidatura, en este caso: solicitudes directas de los trabajadores.

En la valoración de estos resultados hay que considerar que las solicitudes directas de los trabajadores pueden ser la consecuencia de un contacto previo entre el empresario o un miembro de la empresa y el candidato. En un primer momento se ofrece una información sobre la necesidad de incorporar a un trabajador y en segundo lugar éste presenta su autocandidatura al puesto.

Hay que tener en cuenta que la autocandidatura incluye muchas veces un acceso a la información sobre la oferta de trabajo a través de relaciones personales. De hecho, según los resultados del estudio sobre capital social en el empresariado andaluz (ROMÁN y RODRÍGUEZ (coords.), 2004) los contactos con familiares y amigos, contactos sociales y profesionales eran utilizados aproximadamente por el 73% de las empresas en la selección de personal (el 77% de las empresas recurrían a los contactos profesionales), mientras que tan sólo el 9% de utilizaban los currículos recibidos.

¹ Fuente: Encuesta de Coyuntura Laboral. Tablas de resultados del módulo anual de 2004. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Gráfico 2. Fuentes o contactos para la selección de personal utilizados por las empresas andaluzas. Año 2004.

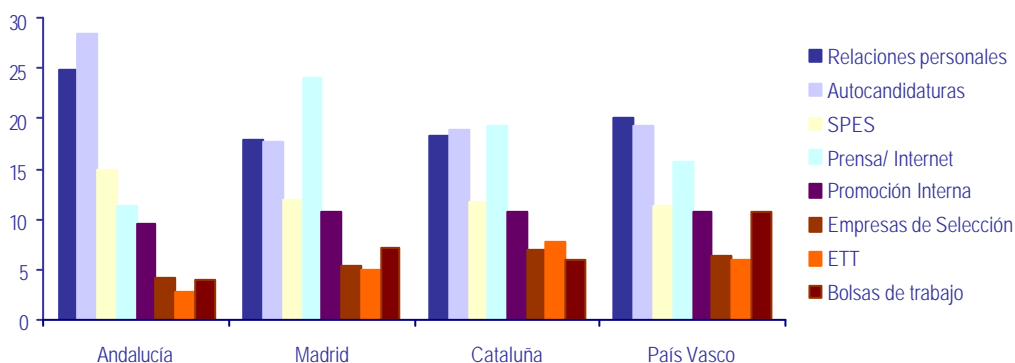


Fuente: Encuesta a empresas sobre la contribución del capital social a la creación de empleo en Andalucía. Instituto de Desarrollo Regional, 2004.

Además se tiene en cuenta que el empresariado es reticente a manifestar que utiliza cauces informales para la selección de personal. Estos y otros matices se podrán constatar con la explotación de los datos de la encuesta a ciudadanos en Andalucía, donde se comprueba como la intensidad de uso de las redes sociales es superior.

En el siguiente gráfico se observa como el **grado de utilización** de agencias de empleo: públicas y privadas es inferior al de mecanismos informales en las cuatro comunidades consideradas, sin embargo en País Vasco, Cataluña y Madrid se aprecia una distribución más equitativa entre los mecanismos de intermediación. Destaca el caso de Madrid en el que la inserción de anuncios en prensa o en Internet supera al grado de uso de otros mecanismos de intermediación laboral.

Gráfico 3. Efectivos laborales, según tipo de cauces que utilizan las empresas para cubrir puestos de trabajo en País Vasco, Cataluña, Madrid y Andalucía. Distribución porcentual del total de cada Comunidad Autónoma. Año 2004.



Fuente: Encuesta de Coyuntura Laboral. Tablas de resultados del módulo anual de 2004. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Estas observaciones no son sorprendidas. Tradicionalmente, en Andalucía las relaciones personales han sido el principal mecanismo por el que las empresas

reclutaban trabajadores. La interpretación de estos resultados se realiza sobre la base de la importancia del capital social en Andalucía.

RASGOS DEL CAPITAL SOCIAL EN ANDALUCÍA

La caracterización de los grandes rasgos del capital social existente en Andalucía puede ayudar a explicar la substancial utilización de redes sociales como mecanismo de intermediación laboral, a través de los escasos estudios que, total o parcialmente, examinan algunas dimensiones del capital social.

Por tanto, se centra, en aquellos valores y actitudes de los andaluces que definen el tipo de redes de relaciones predominantes en Andalucía y su explotación potencial como recurso.

MORENO (1993) destaca como una característica estructural básica de la cultura andaluza el acentuado antropocentrismo o tendencia a la personalización de las relaciones sociales. Éste se acompaña de una fuerte tendencia a una gran sociabilidad, constituyendo elementos favorables para la creación de capital social. La importancia que los andaluces dan a las relaciones interpersonales fomenta la construcción de un entramado de redes, tanto formales como informales, que el individuo establece o emplea para obtener ciertos recursos.

Este acentuado antropocentrismo es también responsable del carácter fuertemente segmentado de la sociedad andaluza, es decir, de la existencia de una gran cantidad de pequeños grupos de relación social, la mayoría de ellos informales y con muy pocos contactos entre unos y otros. Cada grupo interactúa en un lugar distinto –un bar cualquiera, por ejemplo, o una peña, casino o hermandad, si la asociación está formalizada- y en las ferias, por ejemplo, estos grupos están también separados –casetas exclusivas de familias o grupos concretos-, contrariamente a lo que sucede en la mayoría de las fiestas de Galicia, Castilla o el País Vasco.

Así, en Andalucía existe una tendencia a evitar aquellas relaciones excesivamente distantes y formales. DEL PINO y BERICAT (1998) analizan con datos para Andalucía de la *Encuesta Mundial de Valores de 1996* (EMVA-96) la identidad territorial de los andaluces, encontrando la fuerza que sigue teniendo en Andalucía el “localismo”. Aproximadamente, el 60% de los andaluces presentaba valores de identificación local, el 35% de identificación prioritariamente regional y nacional, mientras que un escaso 7% mostraba identidades personales de carácter supranacional.

De esta forma, uno de los grupos básicos en el entramado de redes sociales de los andaluces es la familia que, según los resultados del estudio de los valores en el marco de la EMVA-96, constituye un valor muy importante (un 95% respondió que es bueno dar más importancia a la familia, mientras que sólo un exiguo 4% señaló que da igual). Con respecto a España, Andalucía muestra un mayor grado de “familismo”, así como también un mayor grado en la importancia concedida a las relaciones de amistad.

La tradición localista, familista y religiosa de la sociedad andaluza ha sido, y es, un obstáculo para favorecer el *capital social* más allá de las redes reducidas de esos ámbitos, ya que es necesario, de acuerdo con observaciones realizadas sobre experiencias de desarrollo con éxito, que el capital social “que une” deje paso al capital social “que tiende puentes” y al “vinculante”, de forma que las redes locales y familistas se vinculen a otras redes externas, evitando así que el exceso de controles propio de un comunitarismo cerrado restrinja las oportunidades de sus

miembros, pudiendo limitar en el caso de la intermediación laboral la movilidad geográfica y ocupacional de los andaluces.

Por último, y con respecto a los valores o actitudes compartidos por los andaluces relacionados con el trabajo y su acceso a él, los *valores meritocráticos*, como son la buena consideración de la competencia y la vinculación entre éxito y esfuerzo en el trabajo, presentaban unas puntuaciones muy altas. El esfuerzo en el trabajo frente a la creencia en la "suerte" o los "enchufes" parece ir ganando rápidamente terreno en la cultura andaluza; una cultura a la que siempre se le había calificado como fatalista. Sin embargo, debido a que el trabajo ha sido un bien escaso en Andalucía y acceder a él una obsesión lógica de los andaluces, no debe extrañar que los mecanismos de acceso al empleo hayan estado rodeados, en muchas ocasiones, de características singulares, entre las que han sobresalido más las relaciones clientelares y familiares que los criterios objetivos y universales basados en el mérito y la capacidad. Ante un bien tan escaso, las presiones sociales sobre quienes lo controlan para obtener su favor han sido una forma habitual de obtener empleo para uno mismo o para los allegados. Tampoco es de extrañar que quienes controlan las escasas ofertas de empleo caigan en la tentación de practicar el clientelismo o reforzar las relaciones de control y subordinación sobre quienes acceden a los empleos que ellos pueden facilitar. Ésta es una herencia del pasado que puede limitar la expansión en Andalucía de los valores universalistas y meritocráticos característicos de la modernidad (PÉREZ YRUELA, 2002). Pero las altas valoraciones otorgadas por los ciudadanos a los aspectos meritocráticos muestran el gran cambio cultural que se está realizando ya en Andalucía.

ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE BÚSQUEDA DE EMPLEO: PRINCIPALES RESULTADOS

Tras el análisis de las fuentes de información secundarias y la reflexión sobre las características y funcionalidades de los mecanismos de intermediación laboral en Andalucía se ha procedido a realizar una encuesta a ciudadanos en Andalucía.

Uno de los ejes fundamentales de la encuesta es la información referida al uso de la intermediación laboral considerando las distintas trayectorias de los ciudadanos en Andalucía.

A través del cuestionario se han recopilado numerosos indicadores relativos al medio utilizado para encontrar trabajo y a las condiciones socio-laborales, incluyendo las situaciones de paro e inactividad. Las variables sobre las que se ha recopilado información son las siguientes:

- Tipo de actividad económica
- Duración
- Ocupación
- Tipo de contrato / jornada laboral
- Adecuación del puesto de trabajo al perfil
- Causa de la finalización del empleo
- Mecanismo de búsqueda de empleo utilizado.

Estos indicadores constituyen el eje central del análisis realizado con el objetivo de diferenciar, en su caso, los modelos de intermediación más utilizados por los ciudadanos y su grado de eficacia en el acceso a los diferentes trabajos a lo largo de sus trayectorias laborales. La situación de desempleo es analizada en algunas cuestiones de manera diferenciada con respecto al resto del conjunto de población encuestada.

En esta investigación se han considerado los siguientes mecanismos:

1. Respuesta a ofertas de trabajo en prensa
2. Contactos profesionales
3. Agencia pública de empleo
4. Contactos personales (familiares, amigos)
5. Bolsa de trabajo (Universidad, Colegios Oficiales, etc.)
6. Empresas privadas de colocación
7. Inserción de anuncios en prensa
8. Oposición
9. Autocandidatura (entrega espontánea de currículos)
10. Autoempleo
11. Portales de empleo (Internet)

A su vez han sido reclasificados según se trate de autocandidatura, contactos, agencias de empleo (públicas y privadas) y otros mecanismos (oposiciones y autoempleo). Estas nuevas categorías permiten cuantificar el grado de utilización de los medios formales, informales y la búsqueda directa (autocandidatura) incluyendo en ésta última la respuesta e inserción de anuncios en prensa, los portales de empleo y la entrega espontánea de currículos.

A continuación se presentan los primeros resultados obtenidos a partir de la explotación de los datos de la encuesta para el acceso al primer empleo y al empleo actual de los encuestados, en relación con el grado de utilización efectiva de los mecanismos de intermediación laboral y la calidad de los empleos a los que se ha accedido.

GRADO DE UTILIZACIÓN EFECTIVA

El grado de utilización efectiva hace referencia al uso con éxito de cada mecanismo. Es decir, las tablas representan el porcentaje de individuos que han accedido a un empleo según el mecanismo utilizado. Puede observarse cómo independientemente del momento de su trayectoria laboral los contactos son el medio más utilizado, si bien es cierto que en el acceso al primer empleo la intensidad de uso es mayor. Destacan también la importancia de la autocandidatura y la escasa intensidad de uso de las agencias de empleo, públicas o privadas.

Tabla 2. Utilización de distintos mecanismos para acceder al primer empleo.

	Frecuencia	Porcentaje válido
AUTOCANDIDATURA	120	22,22%
CONTACTOS	319	59,07%
AGENCIAS DE EMPLEO	54	10%
OTROS (Oposiciones/ Autoempleo)	47	8,70%
Total	540	100%

Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.

Tabla 3. Utilización de distintos mecanismos para acceder al empleo actual.

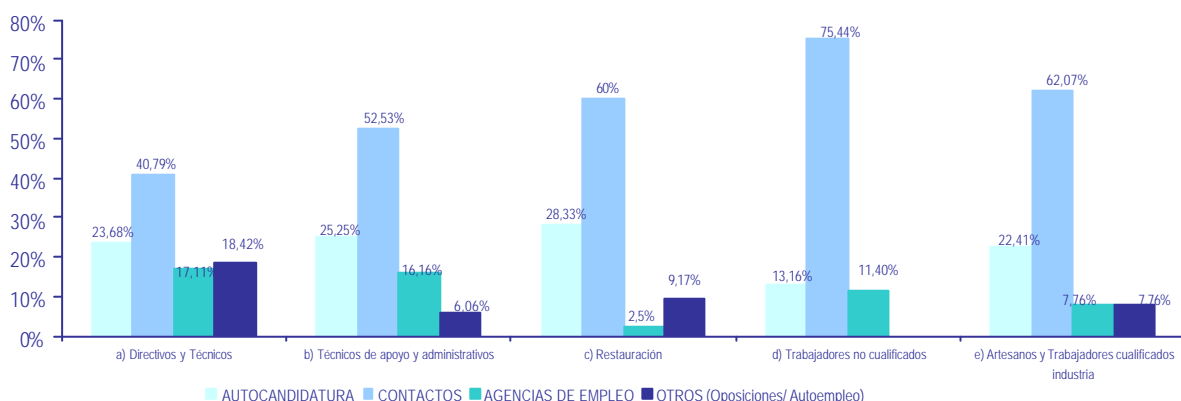
	Frecuencia	Porcentaje válido
AUTOCANDIDATURA	126	24,85
CONTACTOS	233	45,96
AGENCIAS DE EMPLEO	41	8,09
OTROS (Oposiciones/ Autoempleo)	107	21,10
Total	507	100%

Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.

Aunque se han analizado las diferencias por sexo y grupos de edad, éstas no son significativas.

Por **nivel de ocupación** se aprecia que los contactos son el mecanismo que mejor funciona y, de un modo particular, en los trabajos menos cualificados y entre empleados de restauración. En comparación, en el segmento de directivos, técnicos y gerentes se observa un menor grado de utilización relativo de los medios informales. No obstante hay que señalar que si se separan los casos de funcionarios y autoempleados de la muestra, el porcentaje de directivos y técnicos que han utilizado contactos aumenta, aproximándose al 50% del total. El segundo medio más utilizado con éxito, en todos los niveles ocupacionales, es la autocandidatura.

Gráfico 4. Distribución de encuestados según los mecanismos de acceso al primer empleo por ocupación (porcentajes).

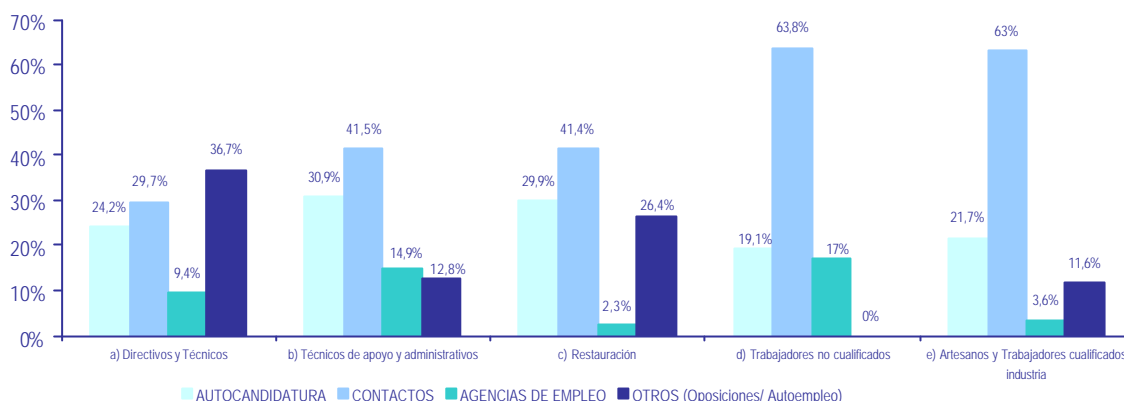


Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.

Nota: a) N= 76; b) N= 99; c) N= 120; d) N= 114; e) N= 116.

Sin embargo, se aprecia que existen ciertas diferencias según la etapa considerada. Por ejemplo, en el sector de la restauración, aún siendo los contactos la opción más utilizada, su uso para encontrar el empleo actual ha disminuido respecto al acceso al primer empleo (del 60% al 41,4%), habiendo aumentado la proporción de la opción de autoempleo (del 9,17% al 26,4%). En segundo lugar, se sitúa la autocandidatura como mecanismo más utilizado en el acceso al empleo actual.

Gráfico 5. Distribución de encuestados según los mecanismos de acceso al empleo actual por ocupación (porcentajes).

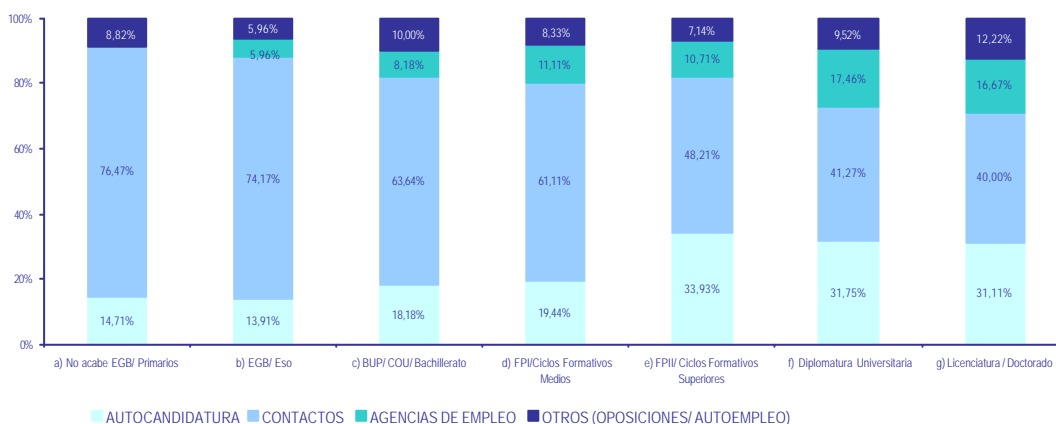


Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.

Nota: a) N= 128; b) N= 94; c) N= 87; d) N= 47; e) N= 138.

Atendiendo al **nivel máximo de estudios** se puede constatar que a medida que aumenta el nivel de cualificación se reduce el porcentaje de individuos que han accedido a su primer empleo a través de su red de contactos. En contrapartida se aprecia un incremento sustancial en la utilización de la autocandidatura como medio de inserción laboral. También se observa una mayor utilización (16,67%) de agencias públicas y privadas de empleo, especialmente entre las personas con estudios universitarios.

Gráfico 6. Distribución de encuestados según los mecanismos de acceso al primer empleo por nivel de cualificación (porcentajes).



Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.

Nota: a) N= 34; b) N= 151; c) N= 10; d) N= 36; e) N= 56; f) N= 63; g) N= 90.

La interpretación de estos resultados induce a una reflexión sobre el débil papel que juega el sistema educativo español como medio para establecer una red de contactos entre los estudiantes o, entre estudiantes y profesionales (tanto del sector público como privado) que refuercen sus recursos para encontrar un empleo a la finalización de sus estudios.

MECANISMOS DE INTERMEDIACIÓN Y CALIDAD EN EL EMPLEO

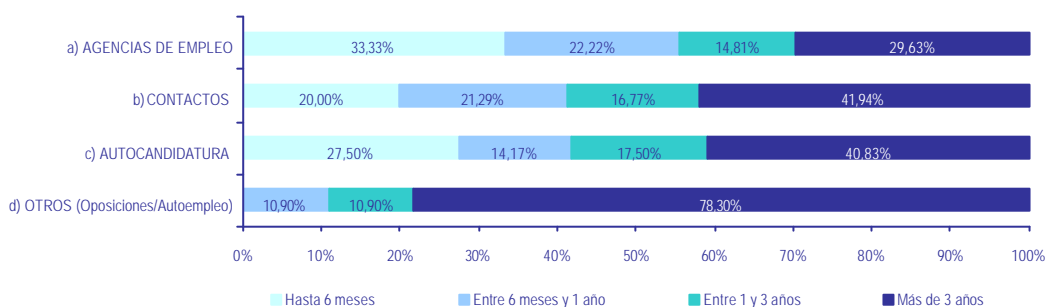
La calidad del empleo asociado a un determinado mecanismo de intermediación constituye un ejercicio de especial interés.

A continuación se va a analizar la calidad del primer empleo al que accedieron las personas encuestadas en términos de la duración, la causa o el motivo de finalización, el tipo de contrato, tipo de jornada de los empleos y la adecuación de éstos a los niveles formativos, atendiendo a los mecanismos utilizados. La experiencia positiva, medida en estos términos, puede determinar la intensidad de uso en el futuro de los distintos mecanismos.

a) Duración del empleo

Los mecanismos que se encuentran asociados a una mayor **duración** del primer empleo conseguido, exceptuando por su propia naturaleza el acceso a través de oposiciones, son los contactos y la autocandidatura. En el lado opuesto los que menor duración tienen son los conseguidos a través de agencias de empleo. Entre otros factores explicativos de este comportamiento se puede señalar el papel de las agencias privadas de empleo, como es el caso de las ETT, y la limitada presencia de las agencias públicas de empleo entre los puestos de trabajo que ocupan los encuestados.

Gráfico 7. Distribución de encuestados según los mecanismos de acceso al primer empleo y la duración de los empleos conseguidos (porcentajes).

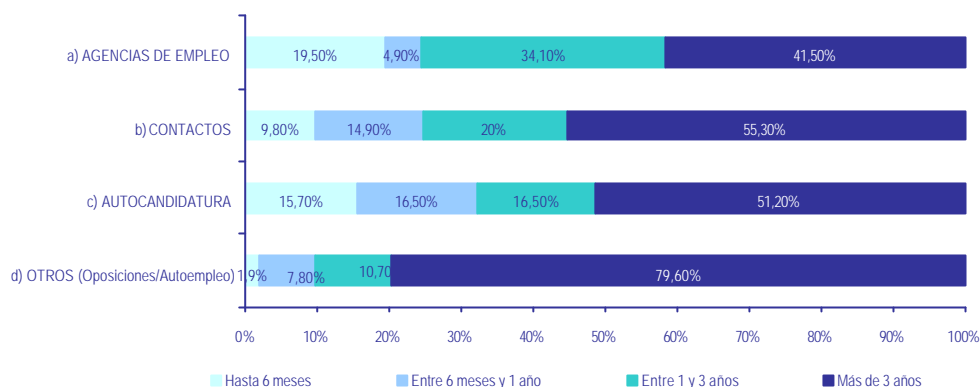


Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.

Nota: a) N= 120; b) N= 310; c) N= 54; d) N= 46.

Al comparar los resultados anteriores con los obtenidos para el empleo actual de los encuestados se observa una distribución similar, si bien la duración media de los empleos es algo mayor independientemente del mecanismo considerado. De nuevo los resultados son coherentes, puesto que es razonable pensar que a medida que los individuos ganan experiencia en el mercado laboral, ésta les permite acceder a empleos de mayor duración relativa. Esto sin tener en consideración el tipo de contrato.

Gráfico 8. Distribución de encuestados según los mecanismos de acceso al empleo actual y la duración de los empleos conseguidos (porcentajes).



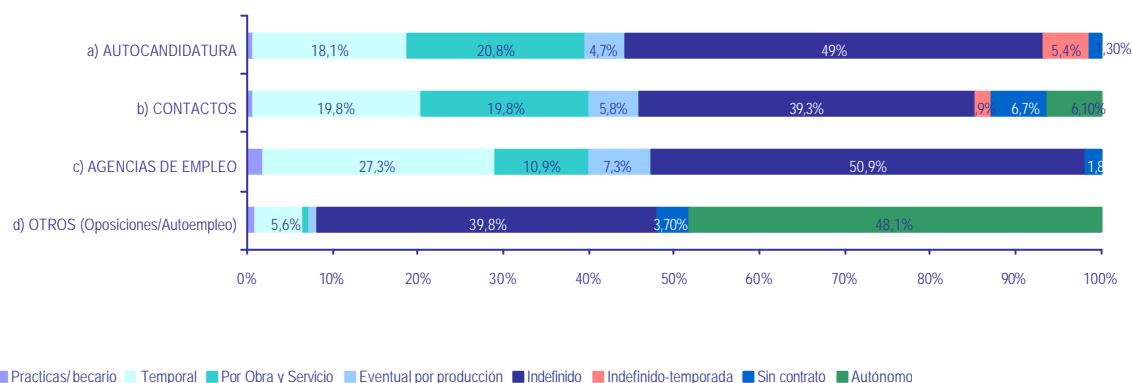
Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.

Nota: a) N= 41; b) N= 235; c) N= 127; d) N= 103.

b) Tipo de contrato

Es importante resaltar otro aspecto que distingue claramente la etapa de acceso al primer empleo de la etapa actual. Aunque, en general, aumenta la frecuencia de contratos indefinidos a través de todos los mecanismos de acceso al empleo actual, en comparación con el acceso al primer empleo, es importante resaltar que las agencias de empleo se convierten en el mecanismo de acceso a un empleo de carácter indefinido para 1 de cada 2 encuestados que han usado este mecanismo, lo que ocurría tan sólo en 1 de cada 4 cuando se trataba del primer empleo.

Gráfico 9. Distribución de encuestados según los mecanismos de acceso al empleo actual y tipo de contrato suscrito (porcentajes).



Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.

Nota: a) N= 120; b) N= 313; c) N= 53; d) N= 47.

c) Adecuación al perfil del trabajador

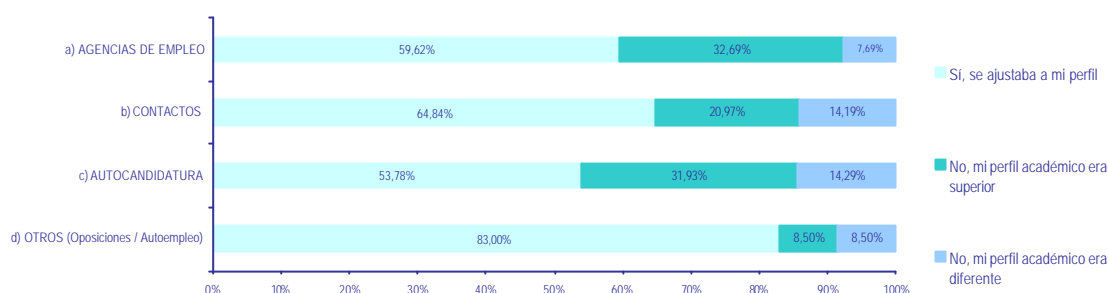
La adecuación del empleo obtenido al perfil del trabajador se ha cuantificado consultando a los individuos sobre el grado de ajuste considerándose tres opciones relativas a un ajuste adecuado, a una situación de sobrecualificación, si el perfil académico del trabajador era superior y a una situación de desajuste si el perfil académico era diferente.

En la medida en que los distintos mecanismos proporcionen un empleo adecuado a las características del trabajador, el nivel de eficacia será mayor. En el diseño de la

encuesta se consideraron tres posibles respuestas: que el empleo fuera adecuado al perfil, que el perfil académico del candidato fuera mayor al requerido (sobrecualificación) y que el perfil fuera diferente.

En estos términos se aprecia que, para el acceso al primer empleo por categorías, entre un 50% y un 60% de los encuestados afirman haber encontrado un empleo adecuado a su perfil profesional y entre un 20% y un 30% manifiesta estar sobrecualificado. Aunque no hay diferencias significativas, comparando los medios considerados y sin tener en cuenta oposiciones y autoempleo por su carácter, se puede deducir que los contactos han resultado el mecanismo más eficaz.

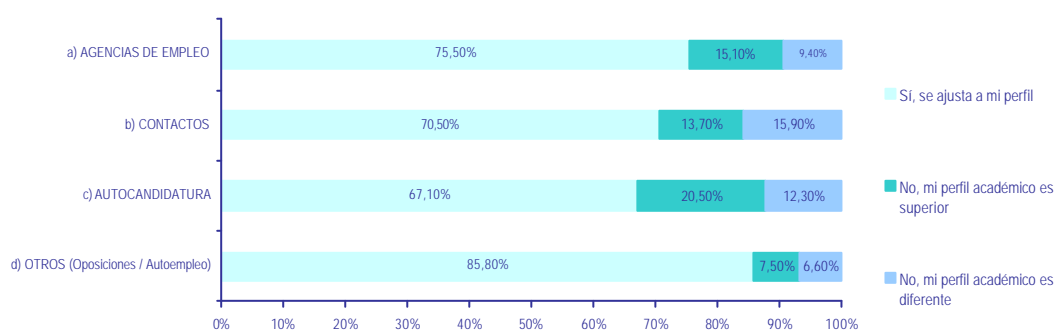
Gráfico 10. Mecanismos de acceso al primer empleo según adecuación al perfil del trabajador (porcentajes).



Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.
Nota: a) N= 52; b) N= 310; c) N= 119; d) N= 47.

En el acceso al empleo actual se observa un elevado nivel de ajuste para los tres modelos de búsqueda de empleo considerados. Atendiendo a los resultados las agencias y los contactos parecen ser los mecanismos que resultan más eficaces en la casación del perfil del empleado con su puesto actual, cuando estos tienen experiencia previa.

Gráfico 11. Mecanismos de acceso al empleo actual según adecuación al perfil del trabajador (porcentajes).



Fuente: Encuesta sobre modelos de búsqueda de empleo en Andalucía. IDR, 2005.
Nota: a) N= 53; b) N= 315; c) N= 146; d) N= 106.

En conjunto, puede hablarse de una casación más adecuada del perfil del encuestado a su empleo actual independientemente del mecanismo utilizado. En general, se puede afirmar que, a medida que el individuo avanza en su trayectoria laboral, se observa que el nivel de adecuación entre el puesto y el perfil es mayor independientemente del mecanismo de acceso.

CONCLUSIONES

A modo de conclusión puede afirmarse que el estudio ha puesto de manifiesto que la saturación de los mercados de trabajo hace que no sólo sean necesarios activos culturales y educativos sino que resulta indispensable invertir en relaciones sociales, verificándose la hipótesis de la función del capital social en la intermediación laboral, que supone que las redes proporcionan una ventaja ocupacional. Un conocimiento más profundo de cómo se crea y utiliza este capital social permitirá diseñar medidas específicas para el establecimiento de redes, no sólo personales sino también profesionales, desde el inicio de la búsqueda del primer empleo e incluso desde la etapa de formación anterior al empleo.

De igual forma se ha concluido en que el desarrollo de instrumentos de seguimiento y evaluación presenta una indudable importancia como elemento para mejorar la planificación, programación, diseño y ejecución de las actuaciones públicas. La evaluación y el seguimiento de los mecanismos públicos de intermediación permitirá valorar y difundir la eficacia y eficiencia relativa y comparada de las medidas puestas en práctica, de forma que se satisfagan las exigencias de información y transparencia de cuantos agentes e instituciones participan en el proceso.

BIBLIOGRAFÍA

- BARBIERI, P.; RUSSELL, H. y S. PAUGAM (2000): "Social Capital and Exits from Unemployment", Gallie y Paugam (eds.) *Welfare regimes and the experience of unemployment in Europe*. Oxford: Oxford University Press.
- DEL PINO, J. y E. BERICAT: *Valores sociales en la cultura andaluza. Encuesta Mundial de Valores de Andalucía 1996*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1998.
- LÁZARO SÁNCHEZ, J.L. (2003): *La intermediación en el mercado de trabajo*. Sevilla: Consejo Andaluz de Relaciones Laborales.
- PÉREZ YRUELA, M. (2002): "Para una nueva teoría de Andalucía: cambio y modernización en la sociedad andaluza" en Moyano Estrada, E. y M. Pérez Yruela (coords.) *La Sociedad Andaluza 2000*. Córdoba: Instituto de Estudios Sociales de Andalucía.
- PÉREZ YRUELA, M., H. SÁEZ y M. TRUJILLO (2002): *Pobreza y Exclusión Social en Andalucía*. Córdoba: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- REES, A. (1966): "Labor Economics: Effects of More Knowledge. Information Network in Labor Markets", *American Economic Association*, nº 56, págs. 559-566.
- ROMÁN, C. y P. RODRIGUEZ (coords.) [et al.] (2004): *La contribución del capital social a la creación de empleo en Andalucía*. Sevilla: Consejería de Empleo de la Junta de Andalucía e Instituto de Desarrollo Regional.
- MORENO, I. (1993): "Andalucía: Identidad y Cultura", *Cuadernos Andaluces*. Madrid: Editorial Librería Ágora.