

¿CÓMO SE ENCUENTRA EMPLEO EN IBAGUÉ?

Por: Cristian Camilo Frasser Lozano¹

1. INTRODUCCIÓN

El desempleo es una de las principales variables de la economía. Su nivel está estrechamente relacionado con el bienestar y la calidad de vida de las personas. En ese sentido, la política macroeconómica cuenta con una serie de instrumentos para intentar mantenerlo en los niveles más bajos posibles. Sin embargo, en Colombia las tasas de desempleo continúan siendo altas, el mayor crecimiento de los últimos años no redundó en una reducción sustancial del paro y, con la aparición de la crisis económica, los indicadores laborales se deterioraron rápidamente (Cepal/OIT, 2009).

El análisis sobre el desempleo se realiza teniendo en cuenta que éste puede ser de largo plazo (estructural), o de corto plazo (cíclico). Un componente fundamental del desempleo de largo plazo, es el denominado desempleo friccional, que hace referencia a los “retiros voluntarios, cambios de empleo y el flujo de personas que ingresan por primera vez a la población económicamente activa o que retornan a ella, y que no logran engancharse de manera inmediata por no saber donde se encuentran exactamente las vacantes” (Oviedo, 2, 2007).

En esa medida, es importante resaltar que el tamaño del desempleo friccional depende fundamentalmente de la eficiencia de la intermediación laboral y los canales de búsqueda, pues son éstos los que permiten el emparejamiento de la oferta y la demanda laboral. Es a través de los canales de búsqueda que los trabajadores pueden engancharse a las empresas que registran vacantes. Si la intermediación laboral es muy efectiva, la tasa de desempleo estará cerca de su nivel de equilibrio, y por ende, el desempleo friccional será muy pequeño. Conviene, entonces, diseñar estrategias que mejoren el funcionamiento de la intermediación laboral para así contribuir a la reducción del desempleo.

En Colombia los canales de búsqueda han sido poco estudiados, y escasamente tenidos en cuenta por los hacedores de la política económica (Uribe y Gómez, 2004). Sólo recientemente, ha habido un interés por conocer a fondo los impactos y la eficiencia de los canales de búsqueda en Colombia. Con ello, se ha podido concluir que el mercado laboral colombiano se encuentra poco institucionalizado.

Los canales más utilizados son los informales, de ahí que tengan una mayor preponderancia las redes sociales o contactos en el proceso de búsqueda laboral. Ello provoca una divergencia de resultados, porque los buscadores con menores niveles de redes sociales tienen acceso a los empleos de menor calidad, mientras que las personas de mayores ingresos y más educadas, que en general, son las que poseen mayores redes sociales, se terminan ubicando

¹Economista, miembro del Observatorio del Empleo del Tolima. Enviar comentarios a: cristianfrasser@hotmail.com

en los mejores empleos. Lo anterior no favorece la movilidad social y dificulta la asignación de empleos por criterios meritocráticos (Uribe y Gómez, 2004, Uribe, Viáfara y Oviedo, 2007).

En Ibagué, la tasa de desempleo desde el 2001 ha sido muy alta. A ese resultado estuvieron asociados factores de oferta, una mayor tasa de participación laboral (Aldana y Arango, 2008), y de demanda, aumento de la informalidad y bajos ingresos laborales (López, 2008). Apenas, desde el 2009 se observa una disminución. Empero, no se dispone de evidencia sólida que permita pensar que la recuperación sea sostenible.

El diagnóstico de López sobre la cuestión laboral en Ibagué es el siguiente: “El elevado y persistente desempleo que ha exhibido Ibagué ha sido una manifestación sistémica de la baja calidad del empleo (alta informalidad); los bajos ingresos laborales y la pobreza de la ciudad, y no admite soluciones particulares por grupos poblacionales” (López, 14, 2008).

Teniendo presente que la disminución del desempleo cíclico y estructural está ligada a variables macroeconómicas que exigen el concurso del gobierno nacional, se puede plantear que si la ciudad aprovecha las potencialidades de la intermediación laboral y el margen de acción relativamente amplio que tiene en este frente, logrará reducir efectivamente el tamaño del desempleo friccional. En ese contexto, cobra especial importancia el estudio de los canales de búsqueda, pues constituyen una gran herramienta para combatir el paro friccional e incidir en la reducción de la duración del desempleo (Uribe y Viáfara, 2009). Si la política pública se traza como objetivo, contribuir a la reducción de fenómenos como el desempleo, ello tiene como requisito previo conocer a fondo las características y determinantes del problema que se desea eliminar.

2. LA TEORÍA DE LA BÚSQUEDA

Los canales de búsqueda hacen referencia a las distintas actividades que los trabajadores pueden realizar con el objetivo de encontrar un empleo, permitiendo así su enganche laboral en las empresas que registran vacantes. Se puede afirmar que los canales de búsqueda favorecen el emparejamiento entre la oferta y la demanda en el mercado laboral. Los hay de dos tipos: canales formales e informales.

Los primeros hacen referencia a métodos donde se utilizan instituciones creadas con el propósito de realizar la intermediación laboral, la información está centralizada y es de conocimiento público. Entre ellos, se encuentran convocatorias, avisos clasificados e inscripción en oficinas de intermediación laboral. Los canales informales, están vinculados al uso de contactos personales y redes sociales en la búsqueda de empleo. En estos canales, algunos agentes gozan de información privilegiada que les permite una mayor efectividad en el emparejamiento laboral. Entre los canales informales se encuentran, ayuda de familiares y amigos, y recomendaciones (Oviedo, 2007).

Algunos investigadores plantean la existencia de un canal intermedio entre el formal y el informal, denominado informal moderado. En dicho canal, los agentes disponen de información privilegiada, a la que accedieron de manera informal, pero aún así deben someterse al proceso de selección en la empresa que posiblemente los puede contratar. Por ejemplo, el proceso de entregar hojas de vida en empresas, constituye un canal informal moderado de búsqueda de empleo.

Cuando los canales informales son los más utilizados, el mercado laboral se encuentra poco institucionalizado y el emparejamiento entre los trabajadores que buscan un empleo y las empresas que los requieren es más ineficiente. Por el contrario, cuando los canales formales son los de mayor preponderancia, el mercado laboral gana mayores niveles de institucionalización y la intermediación laboral es más efectiva. (Uribe y Gómez, 2004).

La manera en la que se distribuye la información es crucial para el desempeño del mercado laboral. Con los trabajos pioneros de Stigler, Alchian, y Akerlof, se enfatizó en la necesidad de utilizar modelos de búsqueda laboral en los que se involucraran las asimetrías de información. “La existencia de tales asimetrías hace que el desempleo efectivo supere al de equilibrio, es decir, que el desempleo friccional sea mayor” (Uribe y Gómez, 3, 2004).

En el mercado laboral concurren trabajadores con distintas características, y por tanto, las empresas deben invertir recursos para descubrir las reales potencialidades de los candidatos (educación, experiencia, productividad, etc.) antes de proceder a su contratación. A su vez, los trabajadores también desean conocer dónde existen vacantes y las características de dichos empleos (salarios, distancia, condiciones de higiene, etc.). Sólo los trabajadores y empresas conocen sus propias y reales características. Por ello, en presencia de asimetrías de información, los costos de búsqueda aumentan. Sin embargo, es de resaltar que a pesar de que los trabajadores desconocen muchos de los aspectos del mercado de trabajo (información imperfecta), sí pueden estimar su salario de reserva con la información disponible. La comparación entre el salario de reserva y la oferta salarial concreta, es el mecanismo mediante el cual el trabajador decide si acepta la propuesta o continúa en la búsqueda. En este aspecto, vuelven a cobrar importancia los flujos informativos, porque si el trabajador con la información imperfecta a la que tiene acceso, establece un salario de reserva erróneo, puede aceptar trabajos que en otras condiciones habría rechazado, o rechazar ofertas de trabajo que debería haber aceptado, con lo cual, prolonga su periodo de búsqueda y su situación de desempleo.

La información imperfecta también puede afectar la eficiencia de las empresas en el proceso de contratación. Al respecto, esto afirman Uribe y Gómez (4, 2004): “Un error en la determinación de la productividad mínima exigida o en la fijación de su oferta salarial, significa elegir entre hacer que el puesto de trabajo quede vacante más tiempo del que resulta óptimo, o cubrir la vacante con un trabajador inadecuado”.

De ahí la importancia de las agencias, privadas o públicas, de intermediación laboral, pues facilitan los flujos de información, mejoran su precisión y reducen los costos de la búsqueda. Cuando la información aumenta en cantidad y mejora en calidad, los agentes pueden tomar decisiones más eficientes.

Existen otras características asociadas al proceso de búsqueda de empleo. Una de ellas, la dispersión salarial, consiste en que para una misma ocupación pueden existir distintos niveles de remuneración, incentivando la búsqueda por parte del trabajador con la finalidad de hallar la mejor oferta.

Asimismo, los buscadores de empleo pueden adoptar dos conductas en el proceso: a-) la conducta atractiva; b-) la conducta selectiva. En la primera, el candidato intenta mostrarse lo más atractivo posible en el proceso de selección, para lo cual, adopta comportamientos que considera deseables por el empleador. En la segunda, el buscador recoge la mayor información posible de las vacantes disponibles y escoge con mayor selectividad las empresas a las que se va a presentar. Dependiendo de la coyuntura económica puede predominar una conducta u otra. Cuando los niveles de desempleo son altos, los trabajadores optarán por la conducta atractiva, en caso contrario, serán más selectivos.

De igual forma, las empresas pueden intentar mostrarse atractivas en el mercado laboral para atraer al mayor número posible de candidatos, o ser más selectivas en el proceso de contratación haciendo pruebas exhaustivas, con el propósito de identificar a las personas más idóneas para el cargo. Algunos analistas, utilizan otros dos comportamientos para modelar la conducta de las empresas. Éstas pueden hacer una búsqueda extensiva o intensiva. En la búsqueda extensiva, el interés de la empresa es ponerse en contacto con el mayor número de candidatos posible, mientras que en la búsqueda intensiva, el objetivo es conocer a fondo las habilidades de los aspirantes (se utilizan pruebas, tests, entrevistas, etc). Cuando la vacante que se quiere suplir exige unas características muy generales de parte del trabajador, las empresas optarán por una búsqueda extensiva, pero si por el contrario se requieren habilidades específicas, el empleador preferirá la búsqueda intensiva.

Uribe y Gómez (2004) mencionan tres importantes modelos que la ciencia económica ha desarrollado para analizar el proceso de búsqueda: Búsqueda Salarial Secuencial, Estrategia de Búsqueda Óptima, y Número Óptimo de Contactos. Por ser el modelo más aceptado en la teoría de la búsqueda, el modelo de Búsqueda Salarial Secuencial se analizará con más detalle.

Su precursor es Mortensen (1991), y plantea que el trabajador inicia la búsqueda de empleo examinando una a una las posibles vacantes, en un proceso *secuencial*, y decide sobre la base de las visitas realizadas hasta el momento si acepta un empleo o continúa en la búsqueda. “El buscador observa una oferta salarial y compara los beneficios derivados de tomarla con los beneficios esperados de rechazarla, y continúa la búsqueda. Sólo toma la oferta si los beneficios primeros exceden a los segundos. El modelo se convierte así en una regla de aceptación automática. El trabajador compara la oferta salarial que recibe (W_o) con su salario de reserva (W_r), entonces si $W_o >$

Wr, se acepta el empleo. De lo contrario la búsqueda continúa” (Oviedo, 10, 2007).

El modelo tiene unos supuestos más realistas, haciendo explícito que la búsqueda consume tiempo real, que las ofertas deben ser aceptadas o rechazadas en un breve lapso y, reconoce que el tiempo de búsqueda está determinado por la intensidad de la búsqueda y la disponibilidad de empleos.

3. RESULTADOS

Utilizando la información de los ocupados proveniente de la Gran Encuesta Integrada de Hogares para Ibagué en el tercer trimestre de 2008, se estimó el nivel de uso de cada canal de búsqueda diferenciándolos entre formales e informales. En el cuadro 1 se muestran los resultados encontrados.

Cuadro 1. Uso de los canales formales e informales por los ocupados en Ibagué, 2008 – III trimestre.

CANAL	Ocupados	
	Personas	Porcentaje
INFORMAL		
Pidió ayuda a familiares, amigos o colegas	81.051	71,8%
Visitó o llevó hojas de vida a empresas	19.769	17,5%
FORMAL		
Avisos clasificados	390	0,3%
Se presentó a convocatorias	6.023	5,3%
Visitó o llevó hojas de vida a bolsas de empleo	4.476	4,0%
Se inscribió en el SENA	992	0,9%
OTROS	148	0,1%
TOTAL	112.849	100,0%

Fuente: Cálculos del autor con base en la GEIH-DANE.

En Ibagué, el 89.3% de los ocupados (equivalente a 100.820 personas) han encontrado su empleo a través de canales informales, siendo el de mayor participación solicitar ayuda a familiares, amigos y colegas con 71.8%; el restante 17.5% lo consiguió llevando hojas de vida a las empresas sin intermediarios. Por otra parte, los canales formales sólo le fueron útiles al 10.5% de los ocupados (11.881 personas) para conseguir sus actuales empleos. Dentro de éstos, el de mayor uso fue presentarse a convocatorias con un nivel de 5.3%, seguido por llevar hojas de vida a bolsas de empleo, inscribirse en el SENA, y poner avisos clasificados.

Cuadro 2. Uso de los canales formales e informales por los ocupados en Ibagué según sexo, 2008 – III trimestre.

CANAL	Hombres		Mujeres	
	Personas	Porcentaje	Personas	Porcentaje
INFORMAL				
Pidió ayuda a familiares, amigos o colegas	47.099	72,5%	33.952	70,9%
Visitó o llevó hojas de vida a empresas	11.160	17,2%	8.609	18,0%
FORMAL				
Avisos clasificados	124	0,2%	266	0,6%
Se presentó a convocatorias	3.477	5,4%	2.546	5,3%
Visitó o llevó hojas de vida a bolsas de empleo	2.598	4,0%	1.878	3,9%
Se inscribió en el SENA	410	0,6%	582	1,2%
OTROS	68	0,1%	80	0,2%
TOTAL	64.936	100,0%	47.913	100,0%

Fuente: Cálculos del autor con base en la GEIH-DANE.

En el cuadro 2 se desagrega por sexo el uso de cada canal de búsqueda. Como se puede observar, se conserva la misma participación por canal, tanto hombre como mujeres, utilizan mayoritariamente canales informales. La variable sexo no parece estar determinando el uso de un canal específico pues el porcentaje de uso de cada canal por sexo es semejante.

Cuadro 3. Uso de los canales formales e informales por los ocupados en Ibagué según nivel educativo, 2008 – III trimestre.

CANAL	NIVEL EDUCATIVO			
	Ninguno	Primaria	Secundaria	Superior
INFORMAL				
Pidió ayuda a familiares, amigos o colegas	100%	94,55%	75,82%	52,37%
Visitó o llevó hojas de vida a empresas		4,88%	16,33%	26,71%
FORMAL				
Avisos clasificados			0,20%	0,79%
Se presentó a convocatorias			2,79%	12,54%
Visitó o llevó hojas de vida a bolsas de empleo		0,57%	4,48%	4,98%
Se inscribió en el SENA			0,27%	2,39%
OTROS			0,12%	0,23%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente: Cálculos del autor con base en la GEIH-DANE.

El cuadro 3 revela que a medida que aumenta el nivel educativo disminuye la participación de los canales informales: para primaria es del 100%, en secundaria del 99.4%, y de 79% en los de nivel superior. Los menos educados dependen exclusivamente de canales de búsqueda informal.

Sin embargo, si se analizan de manera desagregada se puede ver que la caída es fuerte en el canal informal de pedir ayuda a familiares, amigos o colegas (pasa del 100% en ninguno a 52.37% en los de superior), mientras que en el de llevar hojas de vida a empresas ocurre un aumento (pasa de 0% a 26,7%, respectivamente). Lo anterior puede ser explicado porque éste último constituye un canal informal moderado, en el que si bien existe información

privilegiada sobre una vacante, también lo es que el aspirante debe someterse a una serie de pruebas que componen el proceso de selección del empleador, y para las cuales se necesitan competencias que se adquieren en la educación superior.

El uso de canales formales aumenta con el nivel educativo. Para los que declararon no tener ningún nivel educativo el porcentaje fue nulo, luego se incrementa a 0.57% para los ocupados con primaria; a su vez, el 7.74% de los ocupados con secundaria encontraron su empleo por canales formales, mientras que la cifra para los trabajadores con educación superior se ubicó en 20.7%. Sobresale, particularmente, el renglón de convocatorias donde es claro que la mayor cualificación es una condición necesaria para aspirar a esas vacantes.

4. CONCLUSIONES

* En Ibagué para el año 2008, los canales informales fueron los más utilizados por los ocupados para encontrar empleo, apenas un 10.5% manifestó haber empleado canales formales. Esto refleja la exigua institucionalización que existe en el mercado laboral ibaguereño y la necesidad de emprender medidas que conduzcan al fortalecimiento de las entidades oficiales de intermediación laboral como el Servicio Público de Empleo del Sena.

* Los canales informales pierden participación a medida que aumenta el nivel educativo, por el contrario, la utilización de los canales formales aumenta con el nivel educativo. Las personas menos educadas dependen exclusivamente de canales informales.

* La variable sexo parece no estar incidiendo en la elección de determinados canales de búsqueda pues los porcentajes de uso son similares en hombres y mujeres.

5. BIBLIOGRAFÍA

Aldana, David y Arango, Luis Eduardo (2008). "Participación laboral en Ibagué", Revista de Economía del Rosario, Universidad del Rosario. No. 11, pp. 1-34.

Cepal/OIT (2009). "Coyuntura laboral en América Latina y el Caribe", Boletín CEPAL/OIT, No. 2, pp. 1-20.

López, Hugo (2008). "¿Por qué el desempleo en Ibagué ha sido tan alto?", Borradores de Economía, Banco de la República. No. 494, pp. 1-16.

Oviedo, Yanira (2007). "Canales de búsqueda de empleo y duración del desempleo en el mercado laboral colombiano 2003", Sociedad y Economía, Universidad del Valle, No. 13, pp. 153-173.

Uribe, José, Viáfara, Carlos y Oviedo, Yanira (2007). "Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia en el año 2003", Lecturas de Economía, Universidad de Antioquia. No. 67, pp. 43-70.

Uribe, José y Gómez, Lina (2004). "Canales de búsqueda de empleo en el mercado laboral colombiano 2003", Documento de trabajo, CIDSE, Universidad del Valle, pp. 1-31.

Viáfara, Carlos y Uribe, José (2009). "Duración del desempleo y canales de búsqueda de empleo en Colombia", Revista de Economía Institucional, Universidad Externado de Colombia. No. 21, pp. 139-160.