



9

El Mercado Laboral

Acercarse a las Empresas



Edita: Junta de Andalucía
Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico

Autores: Dopp Consultores

Diseño y maquetación: equipo **ars**

Ilustraciones: Ángel Cordero

Imprime:

Depósito legal:

Mer
La

9





INDICE

INTRODUCCIÓN	3
1. EL MERCADO	5
1.1. Concepto de Mercado	
1.2. El Mercado Laboral	
2. LA EMPRESA COMO PRINCIPAL GENERADORA DE EMPLEO	14
3. VÍAS DE ACCESO AL MERCADO LABORAL	17
3.1. La oferta pública de empleo	
3.2. La oferta privada de empleo	
3.3. El Autoempleo	
4. INTERMEDIARIOS Y OTROS MEDIADORES	22
4.1. Los Servicios Públicos de Empleo	
4.2. Las Agencias de Colocación sin Ánimo de Lucro	
4.3. Las Empresas de Trabajo Temporal	
4.4. Las Bolsas de Trabajo	
4.5. Consultores de Selección de Recursos Humanos	
5. MOVERSE EN EL MERCADO DE TRABAJO	29
5.1. Internet	
5.2. La Red de Contactos	
5.3. El Mailing	
5.4. Llamadas Telefónicas	
5.5. Visitas	
5.6. Prensa	
6. ¿Y AHORA QUÉ?	40
7. CASO PRÁCTICO	48
8. GLOSARIO DE TÉRMINOS	51
9. FUENTES	53



INTRODUCCIÓN

La presente monografía está dirigida a los Demandantes de Empleo como instrumento de ayuda para conocer el mercado laboral, tanto en el plano conceptual como en el práctico.

Con el fin de alcanzar este objetivo, se adopta en el documento un enfoque eminentemente práctico, al tiempo que, para apoyar a los Demandantes en su relación con los oferentes de puestos de trabajo, se exponen los conceptos y bases técnicas necesarias para comprender los elementos que intervienen y configuran el mercado laboral.

Este documento, por tanto, pretende ser una guía práctica que sirva a los Demandantes para comprender mejor la realidad del mercado laboral, y les facilite las herramientas necesarias para acceder al mismo.

Los contenidos específicos que encontrará en ella son los siguientes:

El Capítulo 1 pretende familiarizar al lector con el concepto genérico de Mercado y las características singulares del mercado laboral.

En el Capítulo 2 se analiza el proceso de generación de la oferta laboral, para detenerse en el Capítulo 3 en las principales vías de acceso al mercado de trabajo: la administración pública, los empleadores privados y el autoempleo.

Más adelante, en el Capítulo 4 se exponen los principales Intermediarios que operan en el Mercado de Trabajo: los Servicios Públicos de Empleo o los Consultores de Selección de Recursos Humanos, entre otros.

El siguiente Capítulo trata de facilitar algunas herramientas para moverse en el Mercado de Trabajo, como pueden ser el uso de internet o la red de contactos.

Posteriormente, el Capítulo 6, pretende ser una guía útil para acercar al demandante a su mercado de trabajo.

Por último, la monografía recoge un Caso Práctico (Capítulo 7), un Glosario de términos utilizados (Capítulo 8) así como una referencia bibliográfica (Capítulo 9).

Mercadillo

(Mercadus laborus)





1. EL MERCADO

1.1. CONCEPTO DE MERCADO

Suponga que, por fin, ha conseguido realizar el viaje que toda su vida ha deseado. Ha podido emprender ese gran viaje que le llevará a pisar algunos de los parques naturales africanos mejor conservados, como los del Namib, poco frecuentados por el turismo de masas al contrario de lo que ocurre con los parques situados en otras zonas de África, como Kenia. Allí se encontrará con una siempre vibrante vida salvaje, que se mostrará a sus ojos inmaculada, tal como debió ser en la época en que Livingston, y tantos otros como él, iniciaron la exploración del continente africano.

En un momento dado, su 4X4 se detiene ante un puñado de míseras viviendas hechas con ramas y bosta (restos orgánicos procedentes del ganado). Allí, le recibe un grupo de nativos pertenecientes a la tribu de los bosquimanos. Tras pasar un rato con ellos vuelve a su, comparativamente, cómodo campamento base. Pero no sin antes haberse “agenciado” un magnífico recuerdo, consistente en un collar hecho con una cola de jirafa, una auténtica muestra del tocado bosquimano, y ello simplemente, intercambiando por él, algunas de sus propiedades menos valiosas.

Puede estar satisfecho. Ha conocido una nación pura, sin contaminar por el consumismo masivo de occidente. En el poblado se respiraba la paz, no había trazas del consumismo occidental. ¡No había mercado!

Póngase en otro escenario: la Bolsa de Madrid. ¡Eso sí que es un mercado!. Corredores de bolsa, “brokers” y “dealers” intercambiando órdenes, compradores y vendedores enfrentados entre sí, todos ellos decidiendo el precio de unos bienes concretos.

Pero, ¡oh, modernidad! Las cosas cambian. Aquel mercado tan extraño, lleno de grupos de personas manoteando y haciendo gestos incomprensibles, se ha disuelto en la nada. Su banco le ha ofrecido una conexión a Internet, y la posibilidad de comprar y vender acciones por este medio. Decidido a vender algunas de las acciones de las que es propietario, se sienta ante el ordenador, rellena una serie de datos en la pantalla, aprieta una tecla y ¡no pasa nada!.

Únicamente un aviso, que le dice que su orden ha sido cursada. A los pocos días se enteró, por un comunicado del banco, de que efectivamente sus acciones fueron vendidas a los pocos minutos de que enviara usted su orden.

¿Qué ha sido de aquel mercado que tanto le asombraba cuando lo veía en la televisión? ¡El mercado ha desaparecido!

En ambos casos, la realidad es distinta. Tanto en el poblado bosquimano, como sentado cómodamente en su casa ante una pantalla de ordenador, usted ha tomado parte en el funcionamiento de un mercado.

Tradicionalmente se ha entendido por **mercado** el **lugar donde compradores y vendedores acuden a intercambiar unos bienes por dinero**. Ésta es la idea subyacente en el concepto inicial de la bolsa, pero no es aplicable a la bolsa moderna, formada por una serie de impulsos electrónicos. Tampoco lo sería al poblado bosquimano, toda vez que lo que ha habido es un simple intercambio de bienes, un trueque, sin que existiera un lugar expresamente dedicado a ello, ni apareciera el concepto dinero en ningún momento.

Por ello, se debe avanzar hacia un concepto más real de mercado. Así, se puede decir, que:

Se entiende por mercado al conjunto de actos de compra y de venta de unos bienes económicos, en un lugar y en un tiempo determinados.

Éste es un concepto de mercado donde no se requiere presencia física de compradores ni de vendedores. La presencia física ha de ser la de los bienes que se van a intercambiar. Ellos son los que han de estar determinados en su localización, tanto espacial como temporal. No importa cuál sea la ubicación de compradores y vendedores.

En el caso del Mercado de Trabajo, lo importante es que el trabajador, una vez contratado, ocupe su puesto para iniciar su jornada laboral, prestando sus servicios, independientemente de donde se haya firmado el contrato, o de si lo han hecho directamente las partes, o sus representantes legalmente acreditados. Es decir, el bien, en este caso, el puesto de trabajo y el trabajador que lo ocupa (que juntos constituyen “el trabajo”), sí han de estar determinados en un sitio y en un tiempo concreto. No así los intercambiadores del bien, que pueden ser el empresario que ofrece el puesto de trabajo, y el abogado representante del trabajador.



Por ello, las modernas bolsas electrónicas, que en realidad consisten simplemente en una serie de impulsos eléctricos insertos en “las tripas” de potentes ordenadores, sí son mercados. Igual ocurre con la experiencia en el perdido poblado africano. No ha habido intercambio de dinero, pero no es el intercambio de un bien por dinero lo que define al **mercado**, sino el **intercambio de bienes con un valor de cambio**, aunque uno de ellos suela ser el dinero. De igual modo, el hecho de que los oferentes y demandantes no se dediquen como actividad habitual a participar en dicho intercambio, y que éste no se produzca en un lugar específicamente dedicado a ello, no quita valor al hecho de que el intercambio se haya producido.

En definitiva, se puede decir que:

Todo mercado consiste en una pluralidad de sujetos (al menos dos: el oferente y el demandante), con el deseo, los unos de comprar, y los otros de vender, un bien determinado.

1.2. EL MERCADO LABORAL

Por su parte, el mercado laboral puede ser representado de la siguiente forma:



Desde este punto de vista, el mercado está compuesto por una serie de elementos relacionados entre sí, y rodeados por un entorno.

Estos elementos son: la **oferta**, la **demanda** y los **intermediarios** del mercado laboral.

Los **oferentes** son las empresas o toda aquella persona, física o jurídica, que ofrece un puesto de trabajo. La suma de estos puestos ofrecidos por los empleadores configuran pues la oferta en el mercado de trabajo.

El número de puestos ofertados depende de los beneficios que el empleador espera obtener con la contratación. Éstos dependen de los ingresos, en forma de resultados del trabajo, que el nuevo empleado proporciona al contratante y de los costes que el mismo le supone.

Una empresa contratará nuevos trabajadores siempre que ello le reporte un beneficio, o lo que es lo mismo, siempre que los costes de contratar al nuevo trabajador sean inferiores a los ingresos derivados de su trabajo para la empresa. A modo de ejemplo, un empresario agrícola contratará a jornaleros siempre que las tareas que desempeñen en el campo den como fruto unos productos que el agricultor espere vender a un precio superior al coste de los jornales.

La suma de las distintas ofertas individuales de cada una de las empresas dan origen a la *oferta agregada*, o simplemente **oferta del mercado de trabajo**. Ésta está formada, por tanto, por el conjunto de las ofertas de trabajo existentes en un momento dado.

Así, la oferta de empleo registrada en Andalucía en 2001 fue de 438.900 empleos¹, representando el 16,3% del total de ofertas registradas en España.

Por su parte, los **demandantes** son las personas que están en condiciones de trabajar, y desean hacerlo.

La demanda global del mercado de trabajo tiene su origen, por tanto, en las demandas individuales de empleo de cada una de las personas que desean obtener un puesto de trabajo.

Cada una de ellas consiste en la oferta de un número de horas que el demandante

¹ Datos procedentes de *Anuario de Estadísticas Laborales de 2001*.



desea trabajar, el salario que desea recibir a cambio de su esfuerzo, así como de las cualidades de su propia oferta.

Así, Pedro es un escaparatista, con estudios de artes plásticas y cinco años de experiencia en una gran cadena de ropa juvenil. Está buscando un trabajo en una multinacional del sector, que sea a tiempo completo y con un sueldo cercano a los cinco millones de pesetas brutos anuales.

Por otro lado, Juana es una estudiante universitaria que desea compaginar sus estudios con el trabajo; para ello oferta sus aún limitados conocimientos profesionales, buscando un trabajo a tiempo parcial, preferentemente por las mañanas, donde pueda aplicar los conocimientos que va adquiriendo en el desarrollo de sus estudios.

Uniendo todas estas demandas individuales se obtiene la demanda agregada del mercado de trabajo o, simplemente, **demanda del mercado de trabajo**.

Como norma general se puede decir que la demanda del mercado de trabajo es creciente con el salario ofertado por los empleadores, esto es, cuanto mayor es el salario, mayor es el número de trabajadores dispuestos a incorporarse al mercado de trabajo. Esta afirmación, aunque no es compartida por todos los expertos en el tema, es mayoritaria entre los mismos².

Como claro ejemplo del aumento de la demanda agregada de trabajo ante un aumento de los salarios ofertados se puede citar el caso de aquellas personas que ante la oferta de un buen empleo con un alto salario decide dejar sus estudios sin terminarlos.

Junto a estos dos elementos se halla un tercero, los **intermediarios**. Estos son una serie de entidades, como las Agencias de Colocación, cuyo objetivo es facilitar la conexión entre demandantes y oferentes, de manera que el encuentro entre los mismos se produzca de la forma más sencilla, rápida y efectiva.

La relación entre todos estos elementos (oferta, demanda e intermediarios), en un entorno determinado, se traduce en el *funcionamiento* del mercado de trabajo.

Los diversos oferentes y demandantes se encuentran en el mercado. Allí, ambas

²“Mercado de Trabajo, Reclutamiento y Formación en España”. Manuel Alcaide Castro. Ediciones Pirámide. MADRID. 1996

partes intentarán llegar a un acuerdo. Caso de lograrlo, un oferente de empleo, o empresario, y un demandante han encontrado un punto de armonización de sus intereses, produciéndose un equilibrio. Caso de no producirse el acuerdo, o de que la demanda o la oferta sean insuficientes, se está ante un desequilibrio en el mercado de trabajo.

El desequilibrio en el mercado de trabajo puede producirse en dos sentidos:

- **Personas que no encuentran trabajo: desempleo**
- **Empresarios que no pueden cubrir los puestos ofertados: ofertas no cubiertas.**

- **Desequilibrio por Exceso de Oferta.**

En ciertos casos la oferta supera a la demanda. Los empresarios no encuentran trabajadores para ocupar ciertos puestos de trabajo que ofrecen al mercado. Podemos poner como ejemplo la falta de temporeros agrícolas durante determinadas campañas.

- **Desequilibrio por Exceso de Demanda.**

En otros casos, ocurre todo lo contrario. La oferta de puestos es insuficiente para absorber toda la demanda existente. Aparece el desempleo.

Sin embargo, en ocasiones es posible que coexistan un exceso de oferta y un exceso de demanda en un mismo mercado.

Entonces, ¿porqué se producen los desequilibrios en el mercado de trabajo?

La respuesta puede ser múltiple, pero uno de los motivos más claros es que el mercado de trabajo no funciona como una unidad, tal y como lo acabamos de analizar, para expresar su funcionamiento. El mercado de trabajo se halla segmentado en múltiples unidades menores o submercados de trabajo.

Las causas de esta segmentación (partición) del mercado en otros más reducidos, se deben fundamentalmente a cuatro razones:



Las zonas geográficas

La disposición de los trabajadores a cambiar de residencia, con el fin de obtener un puesto de trabajo, varía mucho de unos colectivos a otros.

Como ejemplo de alta disposición a la movilidad geográfica se puede indicar el caso de los jóvenes que carecen de responsabilidades familiares.

En sentido contrario, como ejemplo de la escasa disposición a la movilidad manifestada por algunos demandantes de empleo, se puede citar el caso frecuente de un demandante, al que habiéndosele ofrecido un empleo en una localidad ajena a la de su residencia actual, teniendo un empleo en esta última su cónyuge, declina, por este motivo, cualquier oferta que le obligue a cambiar de localidad. Esta renuncia puede ser debida a que ello implicaría, o bien la ruptura del hogar al tener que vivir separada la pareja por motivos laborales, o bien la renuncia por parte del cónyuge a su propio empleo.

Los requisitos exigidos al candidato

Estos requisitos segmentan el mercado de trabajo, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda.

Al ser distintos los puestos de trabajo ofertados al mercado, y diferir los requisitos exigidos a los posibles candidatos a ocuparlos, aparecen sub-mercados de trabajo.

Así, existe, por ejemplo, un mercado de trabajo para programadores informáticos, constituido por las ofertas de puestos de las empresas que requieren este tipo de trabajadores.

Las características del demandante

Las características del candidato también pueden dar origen a sub-mercados de trabajo. Sería la situación simétrica a la derivada de los requisitos exigidos por el oferente. Los demandantes con ciertas características especiales pueden dar origen a un mercado de trabajo disociado del mercado general. A modo de ejemplo podemos citar el caso de un colectivo como el de los discapacitados, que



tienen reservados por ley un cierto número de puestos de trabajo en función del tamaño de las empresas

Las características del puesto de trabajo

Las características del puesto de trabajo también introducen una segmentación en el mercado de trabajo, dando lugar a sub-mercados.

Hay puestos que por sus características especiales se diferencian claramente de otros. Por ejemplo, la temporalidad, genera un mercado de puestos de trabajo de duración limitada, con características muy distintas al de puestos de duración indefinida.

2. LA EMPRESA COMO PRINCIPAL GENERADORA DE EMPLEO

La oferta de puestos de trabajo tiene su origen en la actividad productiva empresarial. Una empresa es un sistema de transformación de recursos que está formada por un conjunto de elementos relacionados entre sí y con su entorno, organizados y dirigidos hacia la consecución de unos objetivos. En ella entran una serie de elementos que, internamente transformados, se convierten en otros elementos que se ofrecerán al mercado para su venta. A los primeros se les llama “inputs” o entradas y a los segundos “outputs” o salidas³.

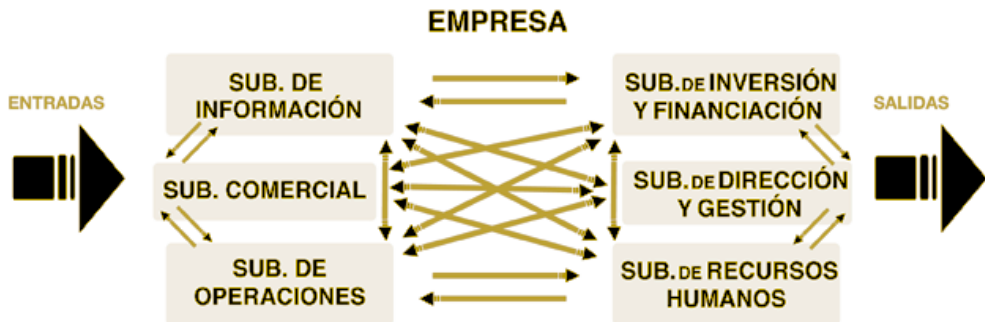


Este conjunto de elementos, llamado empresa, puede considerarse integrado por una serie de subsistemas, o pequeños sistemas, dentro de un sistema más amplio: **el sistema empresarial**. Siguiendo un enfoque funcional en la división del mismo, esto es, en base a las diversas funciones que se realizan en la empresa para transformar las entradas en salidas, se pueden citar los siguientes subsistemas o departamentos empresariales⁴:

- Sub. de Información
- Sub. de Inversión y Financiación
- Sub. Comercial
- Sub. de Dirección y Gestión
- Sub. de Recursos Humanos
- Sub. de Operaciones

³ “Dirección de operaciones: aspectos estratégicos en la producción y los servicios” José A. Domínguez Machuca, M^a José Álvarez Gil, Santiago García González, Miguel A. Domínguez Machuca y Antonio Ruiz Jiménez.

⁴ Idem 1.



La existencia del subsistema de recursos humanos es una prueba de la necesidad ineludible e imperiosa de personal que tienen las empresas, como parte esencial de las mismas. Este personal es el que integra la plantilla de la organización, siendo su misma existencia, la causa directa de la oferta de puestos de trabajo que realizan los empresarios.

Esta oferta se puede considerar como inicialmente estable, esto es, una empresa no está acudiendo constantemente al mercado de trabajo para cubrir sus necesidades de mano de obra. Una vez que ha contratado a uno o más trabajadores, los suele mantener en plantilla sin necesidad de recurrir al mercado laboral.

Entonces, una vez que las empresas se han creado, y ya cuentan con sus medios materiales y humanos, procede formular la siguiente pregunta:

- **¿De dónde proviene, entonces, la Oferta de Empleo?**

Esta oferta tiene su origen en los desequilibrios del sistema, y en los intentos de los empresarios de volver a equilibrarlo.

Así, por ejemplo, éste es el caso que se presenta si una empresa fabricante de aparatos de televisión detecta que la demanda de éstos se incrementa y su capacidad de producción es insuficiente. Esto produce un desequilibrio. Para enfrentarse a dicho desequilibrio, la empresa puede decidir crear una nueva línea de montaje. Para ello requiere, entre otras medidas, aumentar su mano de obra recurriendo para ello al Mercado de Trabajo.

Otro desequilibrio habitual es el que se origina por la jubilación de un trabajador. En este caso, queda un puesto vacante en la empresa. Ésta deberá recurrir a la contratación de un nuevo trabajador que realice las funciones del recién jubilado, si se quiere que el proceso productivo no se vea afectado por la ausencia del empleado retirado.

Por otra parte, es interesante apuntar que estos desequilibrios pueden provenir también de la aparición de nuevas formas de organizar el trabajo. Un claro ejemplo lo podemos encontrar en los avances tecnológicos que han posibilitado que la realización de muchas de las tareas del ámbito laboral puedan ejecutarse mediante el uso herramientas informáticas en un lugar distinto al centro de trabajo, y por ende, que sean susceptibles de transmitir fácilmente datos e informaciones a través de las redes telemáticas. Este hecho abre un enorme abanico de posibilidades de empleo a través de una novedosa fórmula que está empezando a despuntar y que se conoce por el nombre de Teletrabajo.

Los principales colectivos a los que esta modalidad de empleo les ofrece grandes oportunidades de inserción en el mercado de trabajo son:

• <i>los discapacitados</i> • <i>mayores de 45 años</i> • <i>mujeres</i>	• <i>desempleados en zonas rurales</i> • <i>jóvenes en busca de su primer empleo</i> • <i>personas a las que les resulta difícil compaginar las jornadas ordinarias de trabajo con sus circunstancias personales o familiares.</i>
--	--

A continuación, se facilitan un par de direcciones de Internet, relacionadas con el teletrabajo, que presentan un especial interés:

• Página Web de la ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE TELETRABAJO:
www.aet-es.org
• Página Web de la ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DEL TELETRABAJO INTERNATIONAL “TELEWORK ASSOCIATION AND COUNCIL (ITAC)”, (página en inglés):
www.telecommute.org



3. VÍAS DE ACCESO AL MERCADO LABORAL

Hasta aquí ha comprendido qué es el mercado laboral y cómo y dónde se genera la oferta. ¿Pero cómo acceder a ella?

En España existe una gran variedad de oferentes de puestos de trabajo. Esta gran diversidad puede agruparse en tres grandes tipos, tal y como se aprecia en el gráfico siguiente:

- *Administraciones públicas.*
- *Empleadores privados.*
- *Autoempleo.*



3.1. LA OFERTA PÚBLICA DE EMPLEO

Una opción de empleo utilizada por un amplio sector de demandantes es el acceso a empleos en las Administraciones Públicas. Esta es una de las principales oferentes de puestos de trabajo en España. Sobre un total de 16.121.000 ocupados existentes en España en el cuarto trimestre de 2001, 2.565.000 trabajaban para el sector público; es decir, el 15,9% de todos los ocupados.

Sin embargo la Administración Pública no es uniforme en su oferta, pues está dividida en múltiples organismos, cada uno de ellos con sus propias necesidades de personal y ofertas de puestos de trabajo.

Por esta razón, la información para el acceso a las mismas puede obtenerse a través de las convocatorias específicas de las administraciones, realizadas en los Boletines Oficiales específicos: Boletines oficiales de las Provincias: B.O.P., Boletines oficiales de las Comunidades Autónomas (por ejemplo el de la Junta de Andalucía: B.O.J.A.), Boletín oficial del Estado: B.O.E., ó Diario oficial de las Comunidades Europeas: D.O.CC.EE. ó a través de los propios centros que imparten clases de preparación para las pruebas de selección, si el interesado quiere realizar su preparación con el apoyo de estos centros.

Un dato importante a tener en cuenta por los aspirantes a cubrir plazas de la Oferta Pública de Empleo, es que, según establece el artículo 14, apartado cinco, letra b) de la Ley 55/1999 de 30 de diciembre, estarán exentas del pago de las tasas por derecho de examen las personas que figuraren como demandantes de empleo durante el plazo, al menos de un mes anterior a la fecha de convocatoria de pruebas selectivas de acceso a los cuerpos y escalas de funcionarios o a las categorías de personal laboral convocadas por la Administración pública estatal, en las que soliciten su participación, siempre que no hubieran rechazado ofertas de empleo, o no se hubieran negado a participar en acciones de promoción de empleo y carezcan de rentas superiores al salario mínimo interprofesional.

Respecto a esta fórmula de acceso al mercado laboral, es preciso hacer algunas observaciones:

En primer lugar que, normalmente, es necesario plantearse esta fórmula a medio o largo plazo, en función de la dificultad de las pruebas, del número de plazas ofertadas y del número de solicitantes inscritos para realizar las pruebas.

También es muy necesario saber que la toma de decisión de preparar las pruebas de acceso a la Administración Pública, debe hacerse después de tener claro que a estas pruebas hay que dedicarles un esfuerzo muy considerable.

Aprobar los exámenes o pruebas no es suficiente para obtener la plaza deseada, sino que es necesario obtener una alta puntuación para conseguirla. Por tanto, es preferible que el demandante de empleo no pierda su tiempo, energía e ilusiones, si no está realmente dispuesto a preparar las pruebas concienzudamente.

También es interesante observar que determinadas plazas conllevan las mismas pruebas de acceso, o muy similares, a las exigidas por otras convocatorias, ya



sean en la misma o en distinta administración (el mismo temario troncal, con algunos temas específicos y diferentes).

Conviene estar bien informado y muy atento a estos casos, ya que si se da este supuesto, para el demandante de empleo (opositor, en este caso) resulta relativamente fácil acudir a pruebas para diferentes plazas, con un poco de esfuerzo añadido, multiplicando de esta forma sus posibilidades de éxito.

3.2. LA OFERTA PRIVADA DE EMPLEO

Un segunda vía de acceso al mercado laboral la conforman los empleadores privados. Estos son los empresarios, tanto personas físicas como jurídicas, que contratan a trabajadores para tenerlos bajo el ámbito de su organización y dirección⁵, así como las comunidades de bienes con trabajadores a su servicio.

La expresión “persona jurídica” hace referencia a entidades con personalidad jurídica, esto es, que pueden ser sujetos de derechos y obligaciones⁶. Éste es el caso de las sociedades anónimas, sociedades limitadas, etc. Éstas, al igual que ocurre con las personas físicas, no siempre son empleadores, pues pueden existir, y de hecho existen, personas jurídicas que no tienen trabajadores a su cargo.

Como ejemplo de personas jurídicas, que a su vez son empleadores, podemos citar a cualquiera de los grandes bancos españoles. Tienen varios miles de empleados en plantilla. Entre los no empleadores, podemos indicar una sociedad de cartera, creada para detentar la propiedad una serie de bienes, sin tener ningún empleado.

Por último, las comunidades de bienes, no teniendo personalidad jurídica, también pueden actuar como empresarios. Un caso típico sería el de una comunidad de vecinos que contrata a un portero o a un jardinero.

Son empleadores todas las personas, físicas o jurídicas, y las comunidades de bienes que reciban prestación de servicios por parte de:

- **Trabajadores que voluntariamente realicen trabajos retribuidos por ellos, dentro de su ámbito de dirección y organización.**
- **Personas contratadas por empresas de trabajo temporal legalmente constituidas, para ser cedidas a las empresas.**

⁵ Artículos 1 y 2 del Estatuto de los Trabajadores.

⁶ Artículo 38 del Código Civil.

Estos empleadores actúan en sectores productivos muy diversos, tales como el agrícola, el de servicios, la industria, la construcción, etc.

Para acceder a las ofertas generadas por los empresarios ya no es necesario hacerlo a través del Instituto Nacional de Empleo, ya que desde la entrada en vigor de la Ley 10/1994, las empresas pueden contratar libremente a sus trabajadores.





Desde este momento se ha producido una “fracturación” en el Mercado de Trabajo, en el sentido de que hoy día se gestiona la colocación a través de Intermediarios y otros Mediadores como son los Servicios Públicos de Empleo, las Agencias de Colocación sin Animo de Lucro, las Empresas de Trabajo Temporal, las Bolsas de Trabajo y los Consultores de Selección de Recursos Humanos que se analizan más adelante.

3.3. EL AUTOEMPLEO

Por último, como tercera vía de acceso al mercado laboral, se debe mencionar la figura del autoempleo. ¿Quién no conoce a alguien que tiene su propio negocio?: una tienda de revelado de fotografía, un taller de reparaciones, una asesoría laboral y fiscal, un servicio de traducción de idiomas, etc.

No obstante, para que un trabajador desempleado aborde el autoempleo con probabilidades reales de éxito, debe reunir una serie de condiciones tanto desde el punto de vista objetivo como subjetivo, que lo perfilen como idóneo para esta modalidad de trabajo. Entre las condiciones objetivas se cuentan las siguientes:

- Tener visión de una clara oportunidad de negocio.
- **Poseer suficiente experiencia profesional en la actividad elegida para el autoempleo.**
- Realizar un estudio profundo de las posibilidades reales que ofrece la actividad antes de abordarla.

4. INTERMEDIARIOS Y OTROS MEDIADORES

4.1. LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE EMPLEO

Datos facilitados por el Ministerio de Trabajo, para el año 2001, señalan que el organismo estatal gestor del empleo, sólo intervino en el 17 % de las colocaciones registradas durante el año anterior. De estas colocaciones, alrededor del 40 % correspondió a trabajadores no cualificados.

Según los datos de Ministerio de Trabajo, sólo en el sector de los Servicios, el organismo estatal gestor del empleo ejerce de forma más intensa su labor de intermediación, ya que el 71% de las colocaciones gestionadas corresponden a este sector, mientras que el 11,5 % correspondió a la Construcción.

4.2. LAS AGENCIAS DE COLOCACIÓN SIN ÁNIMO DE LUCRO

Estas Agencias son entidades que colaboran con los Servicios Públicos de Empleo en la intermediación del Mercado de Trabajo, y cuya finalidad como intermediario es ayudar a los trabajadores a encontrar un empleo y a los empleadores a realizar la contratación de los trabajadores que precisan.

La carencia de fines lucrativos en las Agencias de Colocación implica que no pueden buscar la obtención de beneficios con su actividad, pero ello no impide que puedan percibir ciertas cantidades, tanto de los trabajadores como de los empleadores, siempre y cuando dichos ingresos sirvan como pago de los servicios prestados sin que generen lucro.

Por el ámbito de actuación, estas Agencias se pueden clasificar en función de su marco geográfico y en función de los colectivos de usuarios a los que dirigen sus servicios.

Atendiendo al primer criterio, el **marco geográfico de actuación**, se pueden clasificar en:

Agencias de Colocación de nivel nacional
de Comunidades Autónomas
Provinciales
Comarcales
Locales.

Según el segundo criterio, los **colectivos de usuarios**, existen Agencias de Colocación que prestan sus servicios a:

- **Usuarios con carácter general.**
- **Colectivos determinados:** *inmigrantes, discapacitados, universitarios, etc.*

Para facilitar información sobre las mismas, a continuación se acompaña una relación de todas las Agencias de Colocación cuyo ámbito de actuación, parcial o total, recae en Andalucía. Esta lista está clasificada por provincias, indicándose la ubicación de sus sedes centrales.



DENOMINACIÓN	ÁMBITO	SEDE CENTRAL	DIRECCIÓN
AGENCIA DE COLOCACION AUTORIZADA DE ISLANTILLA	Lepe - Isla Cristina	ISLA CRISTINA	Avda. Islantilla, s/n - 21410 Isla Cristina (HUELVA)
AGENCIA DE COLOCACION-UNIVERSIDAD DE MÁLAGA	Málaga y Provincia	MÁLAGA	Casa del Estudiante, s/n (Campus de El Ejido) 29013 MÁLAGA
AYUNTAMIENTO DE HUELVA	Provincia de Huelva	HUELVA	C/ Nina, 1 - 21003 HUELVA
AYUNTAMIENTO DE TOMARES	Munic. de Tomares	TOMARES	C/ La Fuente, s/n - 41940 TOMARES (SEVILLA)
COMISION ESPAÑOLA DE AYUDA AL REFUGIADO	Nacional	TRES CANTOS	Plaza de la Constitución, 2 Local 15 28760 Tres Cantos (MADRID)
DIPUTACION PROVINCIAL DE SEVILLA	Provincia de Sevilla	SEVILLA	Avda. Menéndez Pelayo, 32 41071 SEVILLA
FSC DISCAPACIDAD	Nacional	MADRID	
FUNDACION EMPRESA UNIVERSIDAD DE GRANADA	Prov. de Granada, Ceuta y Melilla	GRANADA	Acera de San Ildefonso, 42 - 18071 GRANADA
MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DE LA SIERRA DE CÁDIZ	Mancom. Municipios Sierra de Cádiz	VILLAMARTÍN	Plaza Alameda de la Diputación, 2 11650 Villamartín (CÁDIZ)
PATRONATO PARA EL DESARROLLO LOCAL (AGENCIA LOCAL DE DESARROLLO)	Municipio de Ayamonte	AYAMONTE	Avda. Cayetano Feu, s/n - 21400 Ayamonte (HUELVA)
SERVICIO ANDALUZ DE EMPLEO*	Comunidad Autónoma	SEVILLA	Avda. Hyasa, 14. 41006 SEVILLA
SERVICIO GRANADINO DE COLOCACION	Granada Área Metropolitana	GRANADA	C/ Divina Pastora, 7-9 - 18012 GRANADA
UNIVERSIDAD DE CORDOBA/FUNDACION UNIVERSITARIA	Provincia de Cordoba	CÓRDOBA	Avda. Menéndez Pidal (Edif. Serv. Multiples) 4º 14004 CÓRDOBA

* Ley 4/2002 de 16 de diciembre de creación del Servicio Andaluz de Empleo.
BOJA nº 153 del 28 de diciembre de 2002.



4.3. LAS EMPRESAS DE TRABAJO TEMPORAL

El número de trabajadores contratados a través de Empresas de Trabajo Temporal (ETT's) se incrementó en Andalucía, en el año 2000, un 453, 7 % respecto a 1995, año en que empezaron su actividad estas empresas.

Sin embargo, a partir del verano del año 2000 se produjo un descenso debido a la modificación legal de su normativa reguladora, que les obligó por una parte, a incrementar el número de personas de plantilla, y por otra a pagar salarios más altos, a los trabajadores contratados para ser cedidos a las empresas usuarias de sus servicios.

No obstante, en Septiembre del año 2001, las ETT's contaban ya con 71 centros de trabajo en Andalucía.

Hay que tener en cuenta que estas empresas han gozado desde su comienzo de una imagen negativa en el ámbito social, causada por diversos motivos, pero el hecho cierto es que no son responsables de la temporalidad del empleo en nuestro país. Es más, si estas empresas desaparecieran, seguramente, el grado de temporalidad en la contratación no variaría sensiblemente.

Estas empresas no se han ideado para cubrir puestos de trabajo fijos, sino para gestionar las necesidades de empleo temporal que el mercado necesita, por lo que su actividad va a variar en función de las zonas geográficas y de los sectores de actividad que se desarrollen en las mismas.

Es importante tener en cuenta, por tanto, a las ETT's que desarrollan su actividad en los distintos mercados laborales locales, principalmente en aquéllos en los que existan más actividades económicas afectadas por la temporalidad o la estacionalidad (por ejemplo, es el caso del sector Servicios).

Por otra parte, también es muy importante saber si estas empresas que actúan en un mercado de trabajo local, están especializadas en algún sector de actividad concreto (hostelería, comercio, etc.).

Para ayudar a su localización, resulta de gran utilidad la página de Internet www.empleo.cedt.junta-andalucia.es/orienta (opción "enlaces de interés"), página del Servicio Telemático de Orientación (S.T.O.) de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía donde se puede encontrar una

relación de las ETT's, con acceso directo a sus páginas correspondientes en Internet.

También a través de la página de Internet www.rrhh.net/etts.htm se pueden encontrar un buen número de estas empresas con sus correspondientes direcciones de correo electrónico, y desde donde se pueden consultar ofertas de trabajo y servicios de las mismas.

4.4. LAS BOLSAS DE TRABAJO

Existe un buen número de entidades públicas que disponen de Bolsas de Trabajo para cubrir puestos de carácter temporal en las mismas.

En algunos casos estas bolsas tienen un carácter general, y a través de ellas se abre un amplio abanico de plazas para ser cubiertas a través de las mismas, como es el caso de **la Bolsa de Trabajo de la Junta de Andalucía**, que sirve para proveer plazas temporalmente en cualquiera de sus Consejerías o Departamentos.

Por otro lado, algunas de estas bolsas proveen de personal a sectores económicos determinados, como, por ejemplo, la sanidad pública: es el caso de **la Bolsa del Servicio Andaluz de Salud (SAS)**. En esta bolsa, se inscriben las personas interesadas, adjudicándoseles una puntuación conforme a unos determinados criterios de baremación para cubrir plazas en diferentes grupos, tales como: personal sanitario, personal de apoyo y personal de mantenimiento.

Otra Bolsa de Trabajo importante en Andalucía es **la Bolsa de la Consejería de Educación**, a través de la cual se accede a ocupar temporalmente plazas de personal docente, además de otras para personal de apoyo y mantenimiento, en los Centros Públicos de Formación.

Cada Bolsa de Trabajo tiene sus propias características, fórmulas de acceso, baremación, periodos y plazos de apertura.

4.5. CONSULTORES DE SELECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

En los últimos años se ha producido en España un gran incremento en la actividad de la consultoría, proliferando ampliamente el número de estas empresas, que han



ido especializándose paulatinamente en servicios y sectores concretos de la actividad económica.

Uno de los servicios tradicionales de las consultoras ha sido la realización de los procesos de reclutamiento y selección de personal para sus clientes. Generalmente se han venido dedicando a la selección de directivos y mandos intermedios, siendo su función la realización de dicho proceso, y la presentación de un informe final al cliente, dejando la decisión final sobre el candidato a contratar en manos de éste último.

Es importante señalar que la realización de estos procesos de selección ha encontrado un nuevo e importante competidor, sobre todo en el segmento de los mandos intermedios y personal de nuevo acceso, en Internet. La implantación paulatina de Internet en las empresas ha supuesto una nueva fórmula de contratación que les está haciendo una considerable competencia a las consultoras en esta labor.

Si una persona buscadora de empleo, se considera un buen candidato, es bueno que presente su candidatura directamente a consultoras de selección, con independencia de la respuesta a sus anuncios en prensa.

A través de Internet se pueden consultar las páginas “web” de las consultoras y los servicios que prestan. Existen abundantes direcciones en la Red. En concreto, la de la Asociación de Empresas de Consultoría (que permite acceder a las de todas sus asociadas), es: www.consultoras.com

EJERCICIO PRÁCTICO

Hemos repasado en estos capítulos temas tan importantes como las vías de acceso al mercado laboral. Como recordará son tres: la oferta pública, la oferta privada y el autoempleo. ¿Se ha planteado esta última?. Tanto si ha contestado afirmativamente como si todavía no lo ha hecho, es importante que reflexione sobre las capacidades y actitudes que debe tener como emprendedor.

Algunas cuestiones que deben plantearse son las siguientes:

- ¿Es capaz de establecer y mantener objetivos, imponiéndose unas pautas y horarios de trabajo?
- ¿Se siente cómodo cuando nadie le marca la dirección a seguir?
- ¿Respetar fechas y plazos en sus compromisos?
- ¿Aprovecha bien su tiempo en las tareas que realiza? ¿Cree que es eficaz?
- ¿Tiene aspiraciones de progresar en su vida profesional?
- ¿Se siente capaz de emplear la imaginación para renovarse y mejorar cada día?
- ¿Mantiene la seguridad en si mismo a pesar de los reveses y las críticas?
- ¿Cree que tiene capacidad para resolver problemas rápidamente, adaptándose a nuevas situaciones?





5. MOVERSE EN EL MERCADO DE TRABAJO

Para moverse en el Mercado de Trabajo no existen recetas mágicas. Igual que es imposible obligar a dejar de fumar a aquel que no está decidido a hacerlo, es imposible que alguien busque empleo si realmente no se siente motivado para ello. Tanto para dejar de fumar o encontrar un empleo, es necesario que la persona **quiera**, o más aún: que lo haga efectivamente, que se “**mueva**” en el sentido más literal de la palabra.

Como demandantes de empleo no podemos esperar a que los oferentes “nos encuentren”, debemos nosotros salir en su búsqueda, y de esa forma poner en práctica nuestros conocimientos del mercado de trabajo.

A continuación, podrá encontrar una serie de recursos que le permitirán moverse en su mercado de trabajo, si está dispuesto a ello.

5.1. INTERNET

El aumento de visitas a los “portales de empleo”, como se les suele llamar en el argot a estas páginas de Internet, ha venido incrementándose notablemente durante los últimos años. Si se confirma la tendencia recogida en diversos estudios e informes sobre el tema, durante el año 2002, el 30 % de las ofertas laborales se canalizarán exclusivamente a través de Internet.

Las cifras publicadas en dichos informes, indican que el 25 % de las grandes empresas utilizan Internet para reclutar a sus profesionales, de forma muy marcada, en los Sectores de Información y Comunicaciones.

A continuación se ofrecen las direcciones más importantes y utilizadas para ofrecer o demandar empleo:

DIRECCIONES DE BÚSQUEDA DE EMPLEO EN INTERNET

WWW.INFOEMPLOO.ES
WWW.LAFACTORIADEINTERNET.COM
WWW.PLUBIEMPLOO.COM
WWW.CANALWORK.COM

WWW.JOBPILOT.ES
WWW.TRABAJOS.COM
WWW.WORKINGCITY.COM
WWW.SEARCHONLINE.ES

WWW.ADECO.ES
WWW.WIDEYES.ES
WWW.TOPJOBS.ES
WWW.JOBLINE.ES
WWW.INTERWORKER.COM
WWW.CANALV.COM
WWW.HONSAC.ES
WWW.LABORIS.NET
WWW.AHORAQUE.COM

WWW.WORKPAGER.COM
WWW.FREELAMCE.CPM
WWW.INFOJOBS.NET
WWW.GRUPOHUNTER.COM
WWW.TECNOEMPLEO.COM
WWW.MICHAELPAGE.ES
WWW.NEWMONDAY.COM
WWW.HUMAN-MS.ES
WWW.TODOTRABAJO.COM

5.2 LA RED DE CONTACTOS

Alrededor del 70 % de los empleos se encuentra a través de conocidos. El dato no puede ser más contundente. Abundantes estudios, no sólo en España, sino también en Estados Unidos, confirman el hecho de que una de las fórmulas de colocación que más empleo absorbe es el tradicional “enchufe” y que ahora los especialistas en el mundo de la empresa han venido a llamar “Red de Contactos” o “Networking”.

En España la vieja expresión “enchufado” siempre ha tenido una considerable carga peyorativa, pero los datos no dejan lugar a dudas: la persona que quiera buscar empleo y no utilice la red de familiares y conocidos está dejando sin sondear un 70 % de sus oportunidades de colocación.

Es un hecho contrastado el que las empresas, antes de decidirse a contratar a un extraño, prefieren contratar a quienes conocen, o a aquéllos que les recomiendan sus conocidos, proporcionándoles más seguridad estas relaciones de parentesco o de amistad, que las que pueden ofrecer otras personas, a las que no les une nada.

Esta apreciación, generalizada por parte de las empresas, debe incitar al demandante de empleo a utilizar a sus familiares y conocidos en su tarea de búsqueda de empleo. De hecho, es muy aconsejable que lo haga, teniendo en cuenta los datos aportados. Y para llevar con éxito esta tarea, se proporcionan, seguidamente, algunos consejos:

En primer lugar, el demandante de empleo debe perder la vergüenza de



promoverse ante sus familiares y conocidos, siendo incluso recomendable que además les pida a éstos que les ponga en contacto con sus propios conocidos.

En segundo lugar es importante que el demandante de empleo no sature a sus contactos, teniendo claro lo que busca y no pidiendo ayuda cuando no la necesita.

También es importante que use con asiduidad tarjetas de presentación, y que se comporte siempre de modo profesional.

En consideración a la ayuda que su red de contactos le está prestando, debe devolver siempre todas las llamadas personales y profesionales, y tras asistir a las entrevistas de trabajo que le hayan proporcionado, es aconsejable que envíe una carta o correo electrónico de agradecimiento.

Cuando se inicie un proceso de visitas y entrevistas con empresas que le hayan sido proporcionadas por uno de sus contactos, tenga con el mismo un gesto de deferencia, manteniéndolo informado sobre la evolución del mismo.

NO OLVIDAR QUE:

La contratación a través de las redes de contactos (“Networking”) supone alrededor del 70% de los empleos.

Algunos consejos importantes para el demandante de empleo, en relación con el “Networking”:

- Debe perder la vergüenza de promoverse ante sus familiares y conocidos.
- No debe saturar a sus contactos.
- Debe usar con asiduidad tarjetas de presentación y comportarse siempre de modo profesional.
- Debe devolver siempre todas las llamadas personales relacionadas con la búsqueda de empleo y las profesionales.
- Tras asistir a las entrevistas de trabajo que le haya proporcionado un contacto de su Red, debe siempre enviar una carta, o un correo electrónico, de agradecimiento.
- Debe mantener informados a su contactos sobre la evolución de las gestiones realizadas gracias a ellos.

EJERCICIO PRÁCTICO

Para aprovechar las potencialidades de la Red de Contactos, es importante planificar y estudiar cuidadosamente cada uno de estos. Por ello, vamos a realizar una tabla que nos permitirá controlar la información de todos nuestros contactos.

Para ello, realice su propio listado siguiendo el modelo que se recoge a continuación, en el que debe señalar:

- Nombre del contacto
- Dirección del contacto
- Teléfono
- Empresa en la que trabaja
- Cargo que ocupa en ésta
- Utilidad o servicio que nos puede prestar. Se trata de analizar qué “puertas” puede abrimos, qué puede aportarnos en la búsqueda de nuestro empleo.

Nombre	Contacto	Dirección	Teléfono	Empresa	Cargo	Utilidad

5.3. EL MAILING

Se conoce con este nombre a la técnica de distribución postal masiva de correspondencia, a una pluralidad de puntos de destino.

Antes de iniciar el envío de la correspondencia, el demandante ha de disponer de una relación detallada de las empresas del sector y ámbito geográfico elegido, con el nombre de las personas influyentes de las mismas y sus cargos, preferiblemente los Directores de Recursos Humanos o de Personal. Debe clasificar, luego, las empresas en grupos, ordenando la prioridad de cada grupo según sus intereses. A continuación tiene que preparar una carta de presentación de su candidatura



(ver modelo, más adelante) acompañada de su Curriculum Vitae (en adelante, CV), de tipo esquemático (propio para un mailing, de una sola página), expresando en la misma que, en el plazo de una semana, llamará telefónicamente para rogar que le comuniquen la consideración que ha merecido su candidatura.

Finalmente, procede a enviar por correo, fax, o e-mail dicha carta y CV a las empresas del primer grupo, constituido por las de su mayor interés. Una semana después debe llamar, haciendo el seguimiento correspondiente, pues el objetivo inicial es provocar una entrevista para la entrega de otro CV más detallado y personalizado, y poder así abordar un posterior proceso de selección.

No olvidar que los OBJETIVOS del MAILING son:

- **Inmediato: Conseguir una entrevista personal con la empresa.**
- **Mediato: Interesar a algunas empresas por la auto-candidatura presentada por el demandante, y lograr que estén predispuestas a considerar su perfil para la cobertura de un puesto de trabajo vacante.**

Posteriormente, conforme el demandante vaya aligerando sus compromisos de agenda correspondientes a gestiones con el primer grupo de empresas, lanzará las cartas del grupo siguiente, repitiendo el proceso, y así sucesivamente.

MODELO DE CARTA DE PRESENTACIÓN DE AUTOCANDIDATURA

Estimado Sr.

Me permito ponerme en contacto con Vd. con el fin de que tenga a bien considerar mis servicios para su empresa.

Soy Licenciado en... Experto en... y poseo una experiencia de X años en el sector XXX y en el puesto de XXX, tal como puede comprobar en el CV que acompaño.

En estos momentos (estoy considerando la posibilidad de cambiar de puesto de trabajo y empresa) / (estoy considerando la posibilidad de cambiar de empresa, pero con funciones semejantes a las que desempeñé) / (me encuentro recién terminado en mis estudios y buscando un puesto acorde a mis conocimientos).

Es posible que dentro de la estructura de su Organización, haya algún puesto vacante en el que pudiera integrarme a su plena satisfacción. Si existe esta posibilidad, estoy a su disposición para realizar las entrevistas y pruebas que consideren precisas.

En el caso de que por el momento no existiera vacante alguna, ni vislumbraran tal necesidad en un próximo futuro, le agradecería tuviera la amabilidad de informarme acerca de otras empresas de su conocimiento, que tuvieran en la actualidad esas disponibilidades de puestos, y que les pudiera interesar mis servicios profesionales, indicándome igualmente los nombres de las personas a las que pudiera dirigirme en su nombre.

Quedando pendiente de sus noticias, y agradeciéndole el tiempo y la atención que me ha dispensado, quedo al aguardo de sus noticias, saludándole muy cordialmente.

5.4. LLAMADAS TELEFÓNICAS

El demandante de empleo puede también ofrecer sus servicios profesionales a las empresas e instituciones a través del teléfono.

Para ello deberá de utilizar modos y estilos persuasivos y convincentes, que le permitan lograr éxitos en su objetivo de obtener empleo.

Antes de que el demandante haga su primera llamada telefónica ofreciéndose a una empresa, debe leer con atención los siguientes consejos, y luego actuar:

ANTES DE EFECTUAR SU LLAMADA:

- **Tenga delante el nombre, apellidos, cargo, y teléfonos de la persona con la que va a hablar.**



- Tenga a mano toda la información que haya podido reunir sobre la empresa, además de la oferta concreta de trabajo, si ésta existe.
- Considere cuál será la mejor hora para hacer la llamada: normalmente suele ser la primera hora de la mañana o de la tarde.
- No olvide que lo primero que debe hacer cuando contacte con la persona a quien va a llamar, es presentarse e indicar el motivo de su llamada. Ha de ser breve. Tenga escrito lo que va a decir.
- Escuche con atención lo que le respondan: La mejor respuesta sería una cita para una entrevista personal, el nombre de otra persona con la que se debe poner en contacto, o la invitación a que envíe su CV.
- Finalmente, agradezca la atención que le han prestado.
- Inmediatamente después, tome nota de todo lo ocurrido, con objeto, por un lado, de que le sirva de recordatorio de lo hablado y, por otro, de aprendizaje para mejorar en la siguiente ocasión.

Como ejemplo, puede seguir el siguiente Modelo de guía de conversación telefónica.

MODELO GUÍA DE CONVERSACIÓN TELEFÓNICA

- *Buenas tardes, Sr.*
- *Soy XXX (le llamo por indicación de D. XXX en el caso de emplear la red de contactos)
Actualmente estoy buscando un puesto de trabajo en el sector de XXX como XXX*
- *Tal vez tenga Vd. conocimiento de alguno, para una persona de mis características, dentro de su Organización.
Soy Licenciado en... experto en... con X años de experiencia.*

(Hay que dejar tiempo para que responda algo. Lo más seguro es que le pida su CV. Si contesta con una evasiva, como que en estos momentos no

existen puestos vacantes en su empresa, podría añadir lo siguiente:)

- *Bien. De todos modos le estaría muy agradecido si me pudiera facilitar los nombres de algunas personas que supieran de posibles vacantes en otras organizaciones.*

(Sería un gesto de franca descortesía el que volviera a contestar que no conoce a nadie. Le facilitará algún nombre. En todo caso, dirá que lo pensará y que le vuelva a llamar pasados unos días. Procure que concrete una fecha para hacerlo, si es posible. Agradézcaselo).

- *Sinceramente se lo agradezco ¿Desea que le envíe mi CV?
Gracias nuevamente por la información.
Buenas tardes Sr. X*

5.5. VISITAS

Tal y como se apuntaba en la introducción del presente capítulo, para encontrar empleo hay que “moverse”, hay que salir a buscarlo. Y para ello qué mejor que ir a las empresas que pueden ofrecer una oportunidad de trabajo.

Si entiende que algunos de los medios expuestos anteriormente pueden resultar excesivamente “fríos” o distantes, como por ejemplo el mailing, no dude en acercarse a las empresas en persona y solicitar información sobre posibles ofertas de trabajo.

Por ejemplo, en fechas próximas a la Navidad o en períodos de rebajas, las grandes superficies (Hipermercados y Centros Comerciales) necesitan personal con los que poder afrontar la gran demanda de servicios que se concentran en esas fechas. Es evidente, que si no se da a conocer en el Departamento de Contratación de Personal de esa gran superficie, no tendrá muchas posibilidades de trabajar allí.

5.6. PRENSA

Los diarios nacionales y locales de mayor tirada de ejemplares, suelen editar un



suplemento especial o un apartado específico semanal, dedicados al mercado laboral, con bastantes ofertas de empleo. Existen también publicaciones de periodicidad mensual o quincenal, editadas exclusivamente con este fin.

Hay que distinguir dos tipos de inserciones de ofertas de empleo en la prensa:

- Un tipo son los anuncios por palabras, que suelen ser utilizados por quienes requieren personas de menor cualificación, servicio doméstico, cuidado de niños, enfermos o ancianos, guardeses, etc., o para trabajo temporal en puestos de elevada rotación, como los de vendedores autónomos con furgoneta propia para reparto, comerciales domiciliarios a comisión, etc. El bajo coste de estas inserciones y la necesidad permanente de cubrir puestos de este tipo, hacen que sea reiterativa la aparición de estos anuncios en prensa.
- Otro tipo son los anuncios, destacados por su tamaño y texto, insertados en páginas seleccionadas de los diarios, o dentro de los suplementos y apartados específicos del mercado laboral.

Estas ofertas de trabajo, suelen proceder de empresas de prestigio que, directamente o a través de una consultora de recursos humanos, demandan buenos profesionales para puestos importantes de su organización.

1. Elementos Habituales de un Anuncio Laboral:

- Información sobre la empresa: Puede aparecer el nombre de la empresa o el de la consultora encargada de la selección. Va acompañado de la dirección, teléfonos de contacto, referencia y plazo de recepción de la correspondencia.
- Información sobre el puesto: Consta de su denominación, funciones, requisitos, y oferta retributiva.
- Información sobre el perfil requerido: Se indica la cualificación y experiencia exigidas, las destrezas y habilidades, rasgos de personalidad más convenientes, etc.

Cuando conteste a un Anuncio de Trabajo NO OLVIDE:

Comprobar la fecha de publicación de la oferta y del plazo concedido para la recepción de candidaturas.

**Que no hay que demorar nunca la respuesta, si el puesto interesa.
Asegurarse de que el perfil propio se ajusta al solicitado. Si no lo es, no pierda el tiempo, ni lo haga perder.
Incluir la referencia que identifica al puesto que se solicita y, mucho menos, todos los datos propios de identificación y localización.**

Como ejemplo de carta de respuesta a un anuncio de oferta de empleo, se propone el siguiente modelo:

Aurora García Pérez
C/ Gerona, 25-4ºA
11007-CÁDIZ

Sra. Dña. Susana Sariego Blanco
Directora de Proyectos
INNOVACIONES TECNOLÓGICAS, S.A.
Ronda de la Constitución, 7
41011 - SEVILLA

Cádiz, 25 de Marzo de 2002.

Asunto: Solicitud del puesto de Responsable Técnico de Proyectos
(Referencia 75RP)

Sra. Dña. Susana Sariego:

He leído con gran atención el anuncio que su Empresa ha publicado en “El País” el día 20 del presente mes, mediante el que ofrecen un puesto de Responsable Técnico de Proyectos para el desarrollo del software de Control de Sistemas de Comunicación de su Empresa.

Considero que mi candidatura les puede ser útil e interesante por reunir los requisitos requeridos, por lo que les acompaño mi CV del que quisiera destacar los siguientes puntos:

- Tengo 4 años de experiencia en los Departamentos Técnicos de Empresas tan relevantes como ABENGOA y SUPERCABLE, donde me he responsabilizado de proyectos complejos análogos al que mencionan en el anuncio, habiendo*

obtenido una mejora en la rapidez de entrega en alguno de ellos, superior al 12 % del ratio estándar.

- Conozco su Empresa desde que inicié mis estudios de Ingeniería Industrial y sé que es una Empresa modélica en la calidad de los proyectos que ha llevado a cabo y en su espíritu de constante renovación.

Confío en que mi candidatura sea considerada por Vdes. de interés para los planes actuales o futuros de su Compañía. Con este motivo, espero ser convocada próximamente a una entrevista personal, donde les ampliaré los datos que sobre mi historial precisen.

Atentamente,

Aurora García Pérez



6. ¿Y AHORA QUÉ?

En los Capítulos anteriores se ha analizado el mercado laboral, y en concreto la generación de la oferta laboral, las vías de acceso, así como los intermediadores y otros mediadores que operan en él.. Sin embargo, como demandante de empleo, tiene aún pendiente un aspecto crítico en su proceso de búsqueda de empleo: saber quién es y qué quiere hacer.

Para acceder a un determinado empleo, el punto de partida siempre debe ser el conocimiento completo y objetivo de la propia realidad actual de quien lo busca, mediante la realización de un:

ANÁLISIS de la PROPIA IDENTIDAD, que consiste en estudiar:

- **Los hechos causantes de la circunstancia laboral del momento presente**
- **El bagaje real de formación, experiencia y valores profesionales y personales que tiene y puede aportar.**
- **Su desarrollo profesional.**
- **Sus intereses y preferencias profesionales; es decir, qué le gusta, puede y quiere hacer; dónde, cómo y bajo qué condiciones.**

Debido a que es muy importante tener una idea clara de la situación de la cual parte, es conveniente que usted como demandante de empleo reflexione y profundice en varios aspectos: su situación actual, su formación, su experiencia previa si la hubiere, las habilidades más destacables y rasgos de su personalidad, y por último sus intereses profesionales.

Para ello puede plantearse las siguientes cuestiones:

En relación a la su situación actual:

- ¿Cuáles son las causas por las que usted se encuentra buscando empleo?
- Si tuvo un empleo con anterioridad, ¿qué determinó su finalización?

En relación a su formación:



- ¿Qué formación reglada tiene (títulos)?
- ¿Y no reglada (cursos, seminarios, jornadas, etc.)?
- ¿Qué idiomas habla y a qué nivel?
- ¿Cuáles son sus conocimientos en informática? ¿Qué programas domina?

En relación a su experiencia previa:

- ¿Cuáles son las empresas en las que ha trabajado?
- ¿Qué responsabilidades tenía?
- ¿Durante cuánto tiempo trabajó en ellas?
- ¿Cuál fue el motivo que lo desvinculó de la empresa?

En relación a sus habilidades:

- ¿Qué cosas sabe hacer bien?. Por ejemplo: mantener relaciones sociales, dirigir grupos, realizar cálculos matemáticos y gestionar datos, hablar en público, dibujar, saber escuchar, enseñar, negociar, organizar y planificar actividades diversas, coordinar con otras personas, aconsejar, etc.

En relación a sus rasgos de personalidad:

- ¿Cómo cree que es?
- ¿Qué rasgos de su personalidad le definen mejor?

En relación a sus intereses profesionales: ¿qué prefiere?:

- ¿Trabajar solo o en equipo?
- ¿En una empresa privada o pública?
- ¿En una pyme o una gran empresa?
- ¿Trabajar como profesional libre o por cuenta ajena?
- ¿Un trabajo sedentario o que requiera viajar?
- ¿Tener mucha o poca responsabilidad?
- ¿Tener que desplazarse fuera de España o no?
- ¿Ser responsable de un equipo o no?
- ¿Un horario partido o continuo?
- ¿Un trabajo que requiera flexibilidad horaria, o un horario fijo?
- ¿Un trabajo con funciones perfectamente estructuradas, o más polivalentes?

-
- ¿Trabajar en su ciudad o en cualquier ciudad de España o el Extranjero?
 - ¿Seguridad o posibilidad de promoción?

Llegados a este punto, el demandante ya ha definido con objetividad y precisión **QUÉ ES, QUÉ VALORES Y HABILIDADES TIENE** y **QUÉ QUIERE HACER**. Ya ha definido su mercado de trabajo. Ahora, utilizando las vías de acceso expuestas anteriormente, y el conocimiento que tiene del mercado de trabajo, el demandante debe buscar su empleo, sin olvidar en ningún momento que:

MOVERSE EN EL MERCADO LABORAL requiere conocimiento, medios técnicos, esfuerzo, dedicación y productividad.

En este sentido merece la pena dar o recordar unos últimos consejos que le pueden ser de utilidad:

Consulte constantemente las ofertas de empleo o de reclutamiento de los medios de difusión (prensa, radio y televisión), así como cualquier otra noticia que puede suministrar información sobre ofertas de puestos de trabajo en los medios de comunicación.

Inscríbase en las oficinas de colocación y pida cita en los Servicios de Orientación Profesional. Ello le permitirá conocer las ofertas que los empresarios han enviado previamente a dichos servicios.

Active su red informal. Exprese a las personas de su entorno su disposición a trabajar, en la confianza de que si alguna de ellas conoce la existencia de un puesto de trabajo vacante, se lo comunique.

Presente espontáneamente su candidatura. Contacte directamente con los posibles oferentes, con objeto de que si, en un futuro cercano, la empresa requiere trabajadores con sus cualificaciones, sea convocado al proceso de selección.

Asista a foros y jornadas relacionadas con su profesión de forma que pueda obtener referencia de profesionales y empresas de su interés.

Asista a Ferias profesionales y de empleo con la posibilidad de contactar con oferentes de puestos de trabajo y darse a conocer.



Inscríbase en asociaciones de tipo profesional. Dado que algunos oferentes de puestos de trabajo recurren a estas asociaciones a la hora de buscar trabajadores, estar inscritos en las mismas puede ayudarle a acceder a dichas ofertas. Por ejemplo, un licenciado en Ciencias Económicas puede colegiarse en el Colegio de Economistas e inscribirse en su bolsa de trabajo.

Realice cursos de formación. Numerosos centros de formación de postgrado cuentan con bolsas de trabajo para sus alumnos o facilitan la realización de prácticas en empresas. Esto ocurre, por ejemplo, en el caso de numerosos “masters” y cursos de formación profesional ocupacional organizados por las administraciones públicas.

Realice prácticas no laborales en empresas. Mediante la realización de estas prácticas usted se da a conocer en la empresa, siendo habitual que en caso de necesitarse personal de su cualificación, el empresario recurra a usted, con preferencia respecto a un desconocido.

Acceda a Internet. Este medio es cada vez más utilizado por los empresarios para dar a conocer sus ofertas de puestos de trabajo. Por ello es interesante que recurra a la red para conocer ofertas de empleo.

Lea los Boletines Oficiales de las Instituciones Públicas que ofrecen empleo.

Por último, una vez que haya localizado una oferta de trabajo que se ajuste a sus requisitos, qué información necesita conocer de la empresa para valorar la oferta y poder afrontar con menor incertidumbre el proceso de selección. A continuación puede encontrar una lista de cuestiones que le ayudarán en ese proceso:

- *¿A qué sector pertenece la empresa?*
- *¿Es un sector en crecimiento o se trata de un mercado maduro?*
- *¿Hay mucha competencia?*
- *¿Cómo está posicionada la empresa en el sector? ¿Tiene una posición dominante por tratarse, por ejemplo, de una multinacional o por el contrario es una compañía que se está introduciendo en el mismo?*
- *¿Qué productos / servicios ofrece? ¿Cuál es el mejor?*
- *¿Dónde tiene sus oficinas e instalaciones?*
- *¿Cuál es su ámbito de trabajo? ¿local, regional, nacional o internacional?*
- *¿Cuál ha sido su evolución en los 2/3 últimos años en cuanto a facturación y*

-
- beneficios? ¿Cómo espera comportarse en el futuro?*
- *¿Cuántos trabajadores tiene? ¿Es una plantilla joven?*
 - *¿Cómo están organizados?: Áreas, Direcciones, Departamentos...*
 - *¿Existen posibilidades objetivas de desarrollo profesional?*

Con todo este material obtenido mediante el trabajo desarrollado sobre sí mismo, si usted ha sido honesto, debe tener ya una idea muy acertada de su valor profesional, en general para el mercado laboral y específico para un puesto concreto; es decir, dispone de lo necesario para constituirse a sí mismo como un “producto de calidad”, pendiente sólo del “envoltorio” y la “campaña promocional” para “salir al mercado”.

RECUERDE

Podemos sintetizar el proceso de acercamiento a las empresas de la siguiente forma:

ANÁLISIS PERSONAL

ANÁLISIS DEL MERCADO

DEFINICIÓN DE OBJETIVO PROFESIONAL

ACCESO A OFERTAS QUE INTERESAN Y SON POSIBLES



EJERCICIO PRÁCTICO

¿Conoce la oferta de su mercado laboral?, ¿sabe usted donde puede obtener información sobre puestos de trabajo que se ajusten a sus preferencias?. Veamos:

1. Escriba el nombre de al menos cinco Empresas / Instituciones y su sector de actividad donde usted crea que puede trabajar. Para ello, puede serle de utilidad delimitar, en primer lugar, los sectores, o bien, las ocupaciones que encajen con su perfil. Puede también recurrir a base de datos de empresas, por ejemplo, a la publicación Análisis Económico – Financiero de la Empresa Andalucía 2001. Directorio 13.000 Empresas, editado por Analistas Económicos de Andalucía y el IFA.

Empresa

Sector de Actividad

2. ¿Puede recordar la dirección de al menos tres portales de empleo en Internet?. Escribalos. En este caso, puede ayudarse de los buscadores existentes en la red, como www.yahoo.es, www.terra.es, www.google.com, www.lycos.es.

Portales de empleo

3. ¿Está inscrito en alguna asociación profesional? ¿Cuál? Recuerde que es importante hacerlo, ya que alguna de ellas cuentan con su propia bolsa de trabajo, entre otras ventajas.

Asociaciones profesionales

EJERCICIO PRÁCTICO (CONTINUACIÓN)

¿Conoce la oferta de su mercado laboral?, ¿sabe usted donde puede obtener información sobre puestos de trabajo que se ajusten a sus preferencias?. Veamos:

4. ¿Conoce dónde se encuentran los Servicios de Orientación Laboral de la Junta de Andalucía? ¿Cómo se llama la persona que le atiende? Para contactar con él puede utilizar el servicio telemático de Orientación de la Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico de la Junta de Andalucía:
<http://www.empleo.cedt.junta-andalucia.es/orienta/>

Servicio de Orientación Laboral de _____
Dirección: _____
Persona de contacto: _____
Teléfono _____

5. ¿Qué medios de comunicación (prensa, radio y televisión) le pueden resultar útiles en su búsqueda de empleo? Es conveniente que repase semanalmente los suplementos laborales (color salmón normalmente) de los periódicos de mayor difusión.

Medios de Comunicación

Prensa
Radio
Televisión

6. ¿Tiene usted contactos (familiares, amigos, conocidos), que le permitan estar informados de ofertas de empleo? ¿Quiénes son? Recuerde la actividad realizada sobre la Red de Contactos en el punto 5.2. de la presente monografía.

Nombre del contacto

Teléfono

EJERCICIO PRÁCTICO (CONTINUACIÓN)

7. ¿Conoce la oferta de su mercado laboral?, ¿sabe usted donde puede obtener información sobre puestos de trabajo que se ajusten a sus preferencias?. Escriba, al menos, tres fuentes de información:

8. ¿Ha enviado su curriculum vitae a Gabinetes de Selección?. ¿Cuáles conoce?. A este respecto, tenga en cuenta que dichos gabinetes manejan bases de datos de candidatos que utilizan para sus procesos de selección. Su autocandidatura favorecerá la inclusión en estas bases de datos.

	Gabinetes de Selección			
Nombre				
Dirección				
Teléfono				

9. ¿Está informado periódicamente de la oferta pública de empleo? Para ello, puede, por ejemplo, visitar la página web www.administracion.es.





7. CASO PRÁCTICO

Cristina terminó su diplomatura de empresariales y con 23 años recién cumplidos no tenía otra intención en la vida que encontrar un trabajo. En lo que fuera, pero un trabajo. No quería seguir estudiando “ni un día más”. Por supuesto, en sus planes no entraba la preparación de ningún tipo de oposiciones ya fuera para el Ayuntamiento de su ciudad o para cualquier otro organismo público. Ya estaba harta de exámenes.

Sin embargo no sabía por donde empezar a buscar. ¡Era una situación sorprendente!. Después de tantas horas de estudio y de esfuerzo, no sabía cómo moverse en el mercado de trabajo. Lo primero que se lo ocurrió fue pedirle consejo a sus amigas más cercanas. Sin embargo, éstas se encontraban en su misma situación y no supieron como ayudar a Cristina.

Más tarde pensó que sus padres le podían echar una mano y les planteó cuales eran sus intenciones y preocupaciones, y fueron ellos los que le propusieron que se pusiera en contacto con Antonio, un familiar que trabajaba en una empresa de selección de recursos humanos.

Tras la conversación que mantuvo con Antonio, Cristina tenía muy claro que con la simple diplomatura lo iba a tener muy difícil. Sin embargo, no por ello siguió intentándolo y de esta forma, a través de una empresa de trabajo temporal realizó algunos trabajos puntuales, que si bien le permitieron tener una primera experiencia laboral, sin embargo no le reportó una gran satisfacción personal.

Más tarde tuvo la oportunidad de participar en un par de procesos de selección a los que había enviado su currículum vitae. El primero, lo vio publicado en un periódico de su provincia. Se trataba de una entidad financiera que buscaba jóvenes titulados para su red comercial. La respuesta por carta no tardó en llegar: su candidatura no se ajustaba al perfil, necesitaban Titulados Superiores. Del segundo proceso se enteró a través de un portal de Internet: una empresa de tamaño medio buscaba una persona joven para trabajar como ayudante en el departamento de administración. Sin embargo, aquí tampoco tuvo mucha suerte. Su candidatura fue rechazada por falta de experiencia.

Estos hechos hicieron reflexionar a Cristina y recordar lo que le comentó Antonio en la entrevista que mantuvieron hacia ya más de un año. Sin experiencia y con la gran competitividad que existía le resultaría muy difícil encontrar un puesto de trabajo adecuado a sus características.



A los pocos días, Cristina comenzaba un programa de especialización en gestión y administración de empresas en un prestigioso centro de formación, con tanta fortuna que una vez concluido comenzó a realizar unas prácticas de tres meses en el departamento de administración de un hotel de tres estrellas, gracias a una bolsa de trabajo con la que contaba el centro.

Hoy, Cristina, a sus 34 años de edad es la Jefa de Administración del hotel de cinco estrellas más representativo e importante de su ciudad.

Una vez leído el Caso, intente responder a las siguientes cuestiones y reflexione sobre su situación personal.

- *¿Cuál era el verdadero problema al que se enfrentaba Cristina?*
- *¿Qué alternativas tenía?*
- *¿Qué era lo más importante para ella?*
- *¿Cuál fue su primera decisión? ¿Cree que estaba equivocada?*
- *¿Realmente conocía el mercado laboral? ¿Por qué no se dejó aconsejar por personas expertas?*
- *¿Qué vías de acceso al mercado de trabajo había descartado desde un principio?*
- *¿Hizo uso de algunos intermediadores y otros mediadores? ¿Cuáles?*
- *¿Cree que la actitud de Cristina le ayudó en todo este proceso?*





8. GLOSARIO DE TÉRMINOS

CURRICULUM VITAE: Historial de la vida o exposición del recorrido de la misma, orientado a un objetivo: un puesto de trabajo deseado.

DEMANDA DEL MERCADO DE TRABAJO: Se dice de la agregación de las solicitudes individuales de empleo ordenadas según el nivel salarial deseado.

DEMANDANTE: Persona física en condiciones de trabajar, que desea hacerlo y lo solicita.

E-MAIL: Correo electrónico a través de una red de telecomunicaciones.

EMPRESA DE TRABAJO TEMPORAL: Entidad autorizada legalmente para prestar servicios de recursos humanos, suministrando trabajadores de perfiles profesionales solicitados por sus clientes para un tiempo determinado, los cuáles son contratados previamente por las mismas con tal fin.

ENTORNO DEL MERCADO DE TRABAJO: Conjunto de instituciones o fuerzas externas al mercado de trabajo, que afectan potencialmente a su desempeño.

INPUTS: Recursos que se incorporan al proceso productivo para ser transformados en productos intermedios o finales.

INTERMEDIARIOS: Conjunto de agentes del mercado de trabajo que tratan de hacerlo más transparente, acercando a un punto de encuentro a la oferta y la demanda.

MAILING: Envío masivo de correspondencia por correo con un único punto de origen.

MERCADO Conjunto de actos de compra y de venta de bienes económicos, en un lugar y tiempo determinados.

NETWORKING Red de contactos o malla de relaciones personales establecidas para un fin determinado: conseguir un puesto de trabajo adecuado.

OFERENTES (DE PUESTOS DE TRABAJO) Toda persona (física o jurídica) que ofrece un puesto de trabajo.

OFERTA DEL MERCADO DE TRABAJO: Es la agregación de ofertas individuales de puestos de trabajo, ordenada según el nivel salarial ofrecido.

OUTPUTS: Productos resultantes del proceso productivo que lo abandonan para integrarse en el mercado.

PÁGINA WEB: Sitio en la red (Internet) asignado a uso exclusivo y particular para quien desea publicar y ofrecer servicios y productos que les son propios.

PERSONA JURÍDICA: Cualquier entidad que puede ser sujeto de derechos y obligaciones.

TELEMÁRKETING: Acción comercial basada en comunicaciones a través de líneas telefónicas, exclusivamente.



9. FUENTES

Cano Soler, D. (2000): El Mercado de Trabajo en España: análisis y propuestas. Edit. Ediciones Encuentro, Barcelona.

Trata de aportar una serie de explicaciones sobre el funcionamiento del Mercado de Trabajo, detallando también sus principales características y el impacto de las políticas económicas en el mismo.

Consejería de Empleo y Desarrollo Tecnológico (2002): La Orientación Profesional en el Programa ANDALUCIA ORIENTA.

Libro que recoge los principales procedimientos seguidos por los Orientadores de la Junta de Andalucía, en la prestación de sus servicios a los demandantes de empleo.

Fernández Cornejo, J.A. (2002): El mercado de trabajo en la Unión Europea: fundamentos teóricos y políticas de empleo. Edit. Ediciones Pirámide, Madrid.

Analiza los principales problemas que afectan al Mercado de Trabajo en la Unión Europea, mostrando la evolución de los diferentes indicadores. Por otro lado, aborda también los aspectos Macroeconómicos del desempleo.

Flores Pindado, E. (1998): Formación y Orientación Laboral. Edit. Paraninfo, Madrid.

Aborda, de forma general, todos los aspectos relacionados con el empleo. Por un lado, el Mercado de Trabajo y la búsqueda de empleo, y por otro, los temas relacionados con las Relaciones Laborales.

Fundación Universidad - Empresa (2002): Guía de Empresas que ofrecen empleo 2002-2003. Edit. Cámara de Comercio, Madrid

Guía amplia, rigurosa y veraz sobre empresas que ofrecen empleo en España, con direcciones de contacto y otras informaciones de interés.

HayGroup, SAP (2001): Factbook Recursos Humanos. Edit. Aranzadi, S.A..

Magnífico resumen en el que se recoge los avances más recientes en la gestión y desarrollo de los recursos humanos. El libro III, de los IV en los que se divide, está dedicado entre otros al reclutamiento y a la selección de personal.

Macià Magrané, L. (2000): Orientación Laboral en la formación Ocupacional. Edit. Cámara de Comercio de Córdoba.

Libro dirigido a todos los alumnos que han finalizado un ciclo de formación en Escuelas Taller, Casas de Oficios, Talleres de Empleo o Cursos de Formación Profesional Ocupacional, y se enfrentan a la tarea de búsqueda de empleo.

Pérez Goróstegui, E. (2002): Introducción a la economía de la empresa. Edit. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

El libro efectúa una revisión introductoria a las funciones de dirección, financiación, producción, marketing y a la de recursos humanos, ofreciendo una primera visión bastante clara y sencilla del mundo de la empresa.

Sebastián Ramos, A. (2002): El Mercado de Trabajo y el acceso al mundo laboral. Edit. Estel, Madrid.

Libro que, desde la perspectiva de la Orientación, se centra en facilitar estrategias y herramientas a los demandantes de empleo como vía de acceso a un puesto de trabajo.

Toharia, L. (1998): El Mercado de Trabajo en España. Edit. McGrawHill, Madrid
El objetivo fundamental del libro es dar un repaso documentado y riguroso, aunque sin demasiados tecnicismos, de la situación, problemas y perspectivas del mercado de trabajo español.

