

Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia en el año 2003

José Ignacio Uribe, Carlos Augusto Viáfara
y Yanira Marcela Oviedo

–Introducción. –I. Redes sociales, capital social y mercado laboral. –II. El índice de efectividad. –III. Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia. –Conclusiones. –Bibliografía.

Primera versión recibida en mayo de 2007; versión final aceptada en agosto de 2007

Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia en el año 2003

Resumen: Este artículo estudia la efectividad de los canales de búsqueda de empleo utilizados en el mercado laboral colombiano con base en la Encuesta de Calidad de Vida de 2003. Se analizan las características personales por método de búsqueda. Se encuentra que los canales más utilizados por los trabajadores y los buscadores son los informales; es decir, que la informalidad productiva se refleja en la informalidad en la búsqueda de empleo. Sin embargo, la efectividad de algunos canales formales es la más alta, seguida de la de los informales moderados -lazos débiles- y la de los informales -lazos fuertes-. Se encuentra también que la educación es la característica que permite acceder a los canales de búsqueda más efectivos.

Palabras Clave: Desempleo, Búsqueda de Empleo, Canales de Búsqueda de Empleo, Efectividad de la Búsqueda, Redes Sociales. Clasificación JEL: J61, J64.

Abstract: This paper studies the effectivity of search methods in the colombian labor market. The empirical analysis is uses the 2003 survey of life quality. More frequently used methods are the informal ones; i.e. informal economic activities are reflected in the informality of search methods. Formal methods are the most effective, followed by the moderated informal methods -weak links- and informal methods -strong links. Another finding of this paper is that education is the most important characteristic to gain acces to the most effective.

Keywords: Unemployment, Job Search, Search Methods, Effectivity of the Search Methods, Social Networks. JEL Classification: J61, J64.

Résumé: Cet article étudie l'efficacité des canaux de recherche d'emploi utilisés pour le marché colombien de travail en utilisant l'Enquête de Qualité de Vie de l'année 2003. On analyse les caractéristiques personnelles selon la méthode de recherche d'emploi. On trouve que les canaux les plus utilisés par les travailleurs et les chercheurs d'emploi sont les canaux informels; c'est-à-dire que l'informalité, du point de vue du travail, se reflète dans l'informalité dans la recherche d'emploi. Toutefois, l'efficacité de certains canaux formels est la plus élevée, suivie de l'efficacité des canaux informels modérés -liens faibles- et ensuite l'efficacité des canaux informels -liens forts-. On trouve également que l'éducation est la caractéristique qui permet l'accès aux canaux de recherche les plus efficaces.

Mots Clef: chômage, recherche d'emploi, canaux de recherche d'emploi, efficacité de la recherche, réseaux sociaux. Classification JEL: J61, J64.

Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia en el año 2003

José Ignacio Uribe, Carlos Augusto Viáfara
y Yanira Marcela Oviedo*

–Introducción. –I. Redes sociales, capital social y mercado laboral. –II. El índice de efectividad. –III. Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia. –Conclusiones. –Bibliografía.

Primera versión recibida en mayo de 2007; versión final aceptada en agosto de 2007

Introducción

Los canales de búsqueda de empleo son los mecanismos concretos que utilizan las personas para buscar o conseguir empleo. La importancia de los canales de búsqueda es significativa, a causa de la existencia de asimetrías de información en el mercado laboral. Mejores canales de información permiten una reducción del desempleo friccional en la economía. Este tema ha sido poco estudiado en nuestro país y los formuladores de la política económica tienden a ignorarlo.

* José Ignacio Uribe García: Departamento de Economía de la Universidad del Valle. Director del Grupo de Investigación en Economía Laboral y Sociología del Trabajo. Dirección electrónica: josuribe@univalle.edu.co. Dirección postal: Universidad del Valle, Departamento de Economía, Apartado aéreo: 25360, Cali, Colombia. Carlos Augusto Viáfara López: Departamento de Economía de la Universidad del Valle. Miembro del Grupo de Investigación en Economía Laboral y Sociología del Trabajo. Dirección electrónica: carvialo@univalle.edu.co. Dirección postal: Universidad del Valle, Departamento de Economía, Apartado aéreo: 25360, Cali, Colombia. Yanira Marcela Oviedo Gil: Economista, Asistente de Investigación en el grupo de Economía Laboral y Sociología del Trabajo. Dirección electrónica: yanirovi@gmail.com. Dirección Postal: FEDESARROLLO Calle 78 #9-91 Bogotá, D. C. Agradecemos los comentarios de los compañeros del grupo, en especial los de Carlos Humberto Ortiz a una primera versión de este documento; y los comentarios de un evaluador anónimo. Este artículo es producto del Proyecto de Investigación #6104, financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad del Valle.

En el caso concreto del mercado laboral colombiano, y en los últimos años con la aplicación de reformas laborales que privilegian el abaratamiento del factor trabajo como mecanismo esencial para la generación de empleo por parte de los inversores privados, el gobierno no ha cumplido con su función básica de facilitar la intermediación en un mercado poco eficiente. Este vacío ha sido llenado por empresas de contratación temporal y cooperativas de trabajo asociado; estas instituciones de intermediación laboral, se han convertido en mecanismos de elusión de algunas de las garantías laborales consagradas en nuestra legislación laboral. Lo anterior se refuerza porque, el Servicio Público de Empleo del Sena (SPE) sólo se encuentra en las capitales departamentales y principales ciudades intermedias del país. En este sentido, el Estado es el único que puede garantizar mecanismos de asignación eficiente de los recursos humanos con el objetivo de maximizar el bienestar social y no el individual.

En este trabajo se han definido tres tipos de canales de búsqueda de empleo: canales informales, canales informales moderados y canales formales. Los primeros, surgen de las formas de interacción no reguladas y constituidas a través de redes relacionales entre agentes económicos (por ejemplo, pedir ayuda o información a familiares, amigos y colegas). Los canales formales se basan en normas de vinculación laboral que están al acceso de todas las personas que cumplen con los requisitos establecidos; estos canales pueden ser privados, como las agencias de contratación temporal, o públicos, como los Centros de Información para el Empleo del SENA; existen otros como avisos clasificados, convocatorias, Internet, etc. Los canales formales no tienen barreras a la entrada diferentes a los requisitos establecidos en el puesto de trabajo y su costo directo como el costo de los clasificados, el acceso a Internet, etc. Entre estos dos extremos se encuentran los canales informales moderados; su característica es que se trata de gestiones individuales ante los empleadores (por ejemplo, llevar hojas de vida directamente a las empresas); en este sentido, el trabajador disfruta normalmente de información privilegiada que incrementa la probabilidad de ser contratado frente a una persona que no goza de este beneficio.

Esta clasificación se basa en las características específicas de cada canal y su papel en el funcionamiento de los mecanismos de transmisión de la información, disponibles en el mercado laboral. En ese sentido, la utilización de los canales formales corresponde al uso de información que se difunde públicamente. Por el contrario, en los canales informales existen asimetrías

derivadas de la información privilegiada que poseen algunos agentes sobre los mecanismos de enganche de trabajadores y/o las características de los trabajadores que buscan empleo. Entre estos dos extremos están los canales informales moderados en los cuales el trabajador puede poseer información privilegiada, pero ésta no basta para asegurar la contratación, el trabajador debe someterse a los mecanismos de selección establecidos por la empresa.

En los países desarrollados, en los cuales existe seguro de desempleo, el uso de los canales públicos es obligatorio para quien quiera acceder al seguro, lo cual incentiva a los desempleados a inscribirse en las oficinas de empleo. Los desempleados se inscriben en éstas, proveyendo información útil que puede ser utilizada por el gobierno en la formulación de políticas públicas orientadas a mejorar la empleabilidad de estos trabajadores (Thomas, 1997).

En nuestro país, las encuestas de hogares permiten captar información sobre los desempleados; esta información podría ser útil en la formulación de políticas, pero no se puede identificar al desempleado personalmente debido a dos razones: la primera, porque se trata de una muestra aleatoria que identifica sólo a una pequeña proporción de los desempleados; la segunda, por la reserva estadística. Las políticas orientadas a mejorar la situación de los desempleados exigirían una clasificación precisa del desempleado y todas sus características, además de la información que captan las encuestas de hogares (entre ellas, el sitio de residencia y las condiciones del entorno donde vive el trabajador). Los únicos desempleados que se identifican en Colombia son aquellos que se inscriben personalmente en el Servicio Público de Empleo (SPE), pero este mecanismo es poco utilizado por los oferentes y demandantes debido a la escasa difusión y aceptación del canal en el mercado laboral y a la tecnología relativamente avanzada que debe utilizarse para hacer consultas, lo que excluye a los menos educados y, por ende, más pobres. Siendo ésta una razón por la cual los más pobres reducen sus opciones a los canales informales.

En Colombia, donde los empleos de buena calidad están racionados, la utilización de canales informales para conseguir empleo podría acrecentar la desigualdad social, porque los más ricos tienen acceso a redes más grandes y de mejor calidad. En una sociedad como la nuestra, donde el nepotismo y el logro de estatus socioeconómico están asociados en alto grado a los orígenes familiares, la mayor utilización de canales informales en la búsqueda de empleo perpetúa y amplía las desigualdades a través del tiempo. En este caso, se pueden prever resultados divergentes en la utilización de canales informales: mientras para los pobres estos constituyen mecanismos de solidaridad que

dan acceso a empleos precarios, para los ricos las redes sociales les permiten el monopolio de los empleos de mejor calidad, lo cual deja un menor margen en los mecanismos de movilidad social ascendente.

Ahora bien, las agencias de información son monopolios naturales que se caracterizan por tener rendimientos crecientes a escala, por lo cual, su eficiencia es creciente a medida que incrementa su cobertura en el mercado. Esta estructura productiva generalmente requiere la intervención estatal puesto que los altos costos de entrada limitan la participación privada. En el mercado laboral colombiano, como se comentó arriba, existe una empresa estatal y un conjunto de empresas privadas que procuran diseminar la información, pero cuentan con una pequeña cobertura, lo que les imposibilita contar con las bondades de los rendimientos de escala que brinda la centralización de la información dentro del sistema económico.

El objetivo de este documento es investigar los canales de búsqueda concretos que utilizan los desempleados para buscar empleo y los canales que utilizaron los ocupados para encontrar el empleo que tienen; además, observar las diferencias en el uso de los canales, de acuerdo con las características personales y de mercado de las personas que los utilizan. A manera de hipótesis (que requiere una investigación más profunda que no se agota en este trabajo) se plantea que la utilización de los canales formales puede inducir resultados más eficientes desde el punto de vista social, porque permite construir una sociedad más meritocrática y evita los altos costos derivados de la información imperfecta (Blaug, 1996; Hoff y Stiglitz, 2002). En este trabajo se utiliza un indicador de eficiencia, que es una de las opciones para estudiar la efectividad de los canales de búsqueda. Los modelos de duración, otra manera de estudiar este problema, serán objeto de otro artículo de esta investigación. El uso del indicador de eficiencia mencionado revela información significativa sobre el mercado de la búsqueda en Colombia, sin embargo, es importante anotar que en este artículo no se aplican modelos analíticos sofisticados.

En el trabajo se utiliza la información de la Encuesta de Calidad de Vida de 2003 (ECV-2003) para los desocupados y ocupados que respondieron las preguntas: a) Medio principal por el cual consiguió trabajo, para los individuos que se encontraban ocupados; y b) Qué hizo para conseguir trabajo o instalar un negocio, en el caso de los desocupados. La muestra comprende 18.745 ocupados y 3.683 desocupados. La encuesta se realizó en el primer semestre del año 2003 y tiene una representatividad nacional y por regiones.

Este texto se divide en tres secciones: en la primera sección, se hace una revisión sucinta de los principales aportes de la sociología y la economía para el análisis de los canales de búsqueda en el mercado laboral; en la segunda sección, se realiza una descripción analítica de los canales de búsqueda en el mercado laboral colombiano, según algunas características de los individuos y se calcula un indicador de eficiencia por canal de búsqueda; en la tercera sección, se realiza la discusión y por último, se sacan conclusiones.

I. Redes sociales, capital social y mercado laboral

Una expresión común entre los desilusionados buscadores de empleo es: *“no es lo que usted sabe, sino a quien usted conoce”*. Esta frase cada vez es más popular entre los buscadores de empleo en el mercado laboral colombiano, debido al incremento inobjetable en el número de desempleados y subempleados, refleja la importancia de las redes sociales y el capital social en los resultados en el mercado laboral. Este tema que ha sido tratado ampliamente por sociólogos y economistas durante décadas, destaca la importancia de los contactos informales como familiares o amigos y otros en el “emparejamiento” de los individuos a los trabajos, proporcionando información y/o influencia para la contratación (ver por ejemplo: Stigler, 1961; Rees, 1966; Granovetter, 1973, 1974, 1995; Coleman, 1988; Montgomery, 1991, 1992; Lin, 2001). La información proporcionada por los contactos a los probables trabajadores o empleadores, puede aumentar el número de oportunidades de trabajo, proporcionar información valiosa sobre las características de las empresas o trabajadores y facilitar el acceso a vacantes en el mercado laboral (Lin, 1999).

En este mismo sentido, Granovetter (1974), comenta que los contactos o redes sociales podrían ser más importantes que las teorías tradicionales de las diferencias de ingreso (logro de estatus, capital humano y las aproximaciones estructuralistas) para explicar los resultados en el mercado laboral. Discutiendo el proceso de “emparejamiento” en el mercado laboral, el autor subraya que los investigadores tradicionalmente se han enfocado en el lado de la demanda o el lado de la oferta, lo cual obvia la forma en que el empleado probable se “empareja” con el patrón probable. En términos del lado de la oferta de la búsqueda del trabajo, Granovetter encontró que los obreros prefirieron la información derivada de sus contactos personales en lugar de las aplicaciones formales. Esta preferencia no es accidental, ni irracional; pues esa información es menos costosa y de mejor calidad que la que se obtuvo de las fuentes impersonales.

Del mismo modo, Montgomery (1991) y Rees (1966) comentan que los empleadores utilizan este tipo de redes en el proceso de selección y reclutamiento de trabajadores debido a que los trabajadores jóvenes que establecen conexiones con trabajadores más experimentados tienden a tener una productividad similar que la de estos últimos, lo cual puede derivar en un mejor desempeño en el puesto de trabajo. Los empleadores se confiarán en las recomendaciones de los buenos trabajadores, en el supuesto de que sus recomendados tienen las mismas características. También el ingreso se relaciona estrechamente con estas consideraciones: las personas que obtienen sus trabajos a través de los contactos personales tuvieron mejores ofertas y recibieron salarios más altos, en promedio, que aquéllos que obtuvieron sus trabajos a través del proceso de una aplicación formal (McIntarfer, 2002, p. 4).

A estos efectos, Granovetter (1973) resalta la importancia de las redes relacionales dispersas y variadas en el acceso a oportunidades de empleo y ocupaciones de mayor estatus en comunidades basadas en hogares unipersonales o nucleares. El autor argumenta que debido a esta característica inherente de las sociedades modernas, los individuos encuentran ventajoso establecer contactos o redes relacionales, no sólo con familiares y amigos "*lazos fuertes*", sino también, con personas que viven lejos del barrio o comunidad de origen "*lazos débiles*", los cuales pueden ser importantes fuentes de nueva información y ayuda para encontrar un trabajo. Los "*lazos fuertes*" por el contrario limitan la búsqueda de empleo, pero por intermedio de otros mecanismos facilitan a los pobres y trabajadores menos calificados asegurar su trabajo estableciéndose en pequeñas empresas que están buscando mano de obra barata pero confiable (Richards y Roberts, 1998, p. 3). El mejor desempeño de los "*lazos débiles*" en el proceso de búsqueda de empleo y acceso a ocupaciones de alto estatus ha sido confirmado por Granovetter, (1995) y Montgomery, (1992).

En cuanto a la relación entre capital social y mercado laboral, cabría mencionar en primer término, que la utilización de canales de información constituye una de las formas de capital social en las sociedades modernas. El principio de capital social según Coleman, (1998), se usa como parte de una estrategia teórica general que acepta la acción racional como un punto de partida. De esta manera, es posible traer el principio económico de la acción racional en el análisis de sistemas sociales sin descartar la organización social. "Si empezamos con una teoría de acción racional en la que cada actor tiene control sobre ciertos recursos e intereses en ciertos recursos y eventos, el capital social constituye un tipo particular de recurso disponible para un actor" (Coleman, 1998, p. 98).

El capital social se define por su función en muchas entidades, con dos elementos en común: a) tienen que ver con algún aspecto de las estructuras sociales; b) facilitan ciertas acciones de actores dentro de la estructura.

El capital social es creado por cambios en las relaciones entre personas que facilitan la acción racional; éste es menos tangible que el capital físico y el capital humano, porque existe en las relaciones de los individuos. Pero así como el capital físico y el capital humano facilita la actividad productiva, los canales de información se refieren al uso de relaciones sociales formales e informales con el objetivo de adquirir información para la búsqueda de empleo, lo cual es facilitado por el uso de relaciones sociales mantenidas para otros propósitos.

Otro aspecto importante del capital social es su característica de bien público. Mientras que el capital físico y el capital humano le permiten a la persona el éxito proveniente de iniciativas individuales, el capital social es un bien público que requiere inversiones de tiempo por parte de las personas que no cosecharán los beneficios completos de su inversión. El retiro de los mayores inversores en capital social, que salen para seguir otros intereses, puede tener costos serios para el grupo entero. Una acción podría tener costos pequeños para el individuo, pero costos más grandes para el grupo en su conjunto. Coleman (1998), dice que la sociedad debería encontrar maneras de aumentar el capital social, probablemente a través de la creación de alguna institución formal.

El capital social, físico y humano, está mal distribuido; las sociedades más ricas y organizadas poseen más capital social a diferencia de los países más pobres; los estratos más altos de la población tienen más redes relacionales y, por lo tanto, pueden conseguir empleo más fácilmente. Así pues, las sociedades más ricas asignan mejor los recursos físicos y humanos, lo cual implica que son más meritocráticas, lo que a su vez supone una mayor utilización de canales formales. En los países más pobres el nivel educativo promedio de la población es más bajo, lo que dificulta el uso de los canales formales. Además, existen intereses privados en la conservación del *statu quo* que limita el uso de la información a los grupos privilegiados.

Se entiende por capital social el conjunto de recursos que posee la sociedad y a los cuales un individuo puede recurrir para solucionar un problema; desde este punto de vista todos los canales de búsqueda de empleo hacen parte del capital social. Los canales formales son reglas institucionales a las que todas las personas pueden tener acceso si cumplen con los requisitos

establecidos. Los canales informales son redes relacionales que priman en aquellas sociedades donde hay asimetrías de información –lazos fuertes en la terminología de Granovetter-. Los canales informales moderados están a medio camino entre los dos anteriores –lazos débiles en la terminología de Granovetter-.

En Colombia se han producido dos artículos sobre los canales de búsqueda de empleo: López (1997) y Uribe y Gómez (2006). López (1997), en un estudio para el SENA, realiza la siguiente clasificación de los canales de búsqueda de empleo: formal, si acude a una institución especializada; informal, si se apoya en sus redes sociales; y exclusivamente individual, si la búsqueda se realiza sin apoyo. A partir de la información de la Encuesta Nacional de Hogares (ENH) de junio de 1996, López construye un indicador de “calidad” del empleo por canal y se aproxima a la “eficiencia” de los canales a través una tasa anual relativa de colocaciones y del tiempo medio de colocación. El autor encuentra que los canales informales generan un mayor número de enganches que los canales formales pero con empleos de inferior calidad en relación con los enganches realizados por estos últimos.

Uribe y Gómez (2006) examinan las preferencias de los buscadores de empleo por los canales de búsqueda formal, informal moderado e informal. Usando la información de la Encuesta de Calidad de Vida (ECV) de 2003, encuentran que los canales más utilizados son los informales y se preguntan, si ese mayor uso se debe a la efectividad de estos canales o a las características de la población mayoritaria. Además, calculan la duración promedio del desempleo por canal de búsqueda como una aproximación a la efectividad de los canales. Por medio de la caracterización del individuo promedio que utiliza cada canal, concluyen que, el individuo típico es más parecido al que utiliza el método “llevar o enviar hojas de vida a los empleadores”, el canal informal moderado y el resto de los canales informales.

II. El Índice de efectividad

A partir de trabajos como los de Holzer (1987, 1988), Blau y Robins (1990), Roper (1988), Addison and Portugal (2002) y Weber and Mahringer (2006), se ha aceptado medir la efectividad de un canal de búsqueda de empleo a través de dos elementos: el número de vacantes y aspirantes que genera; y el tiempo que toma encontrar un nuevo empleo al usarlo. Tratando de obtener una aproximación del primer elemento, en este trabajo se ha calculado un *índice de efectividad* como la razón entre los porcentajes de ocupados y desocupados

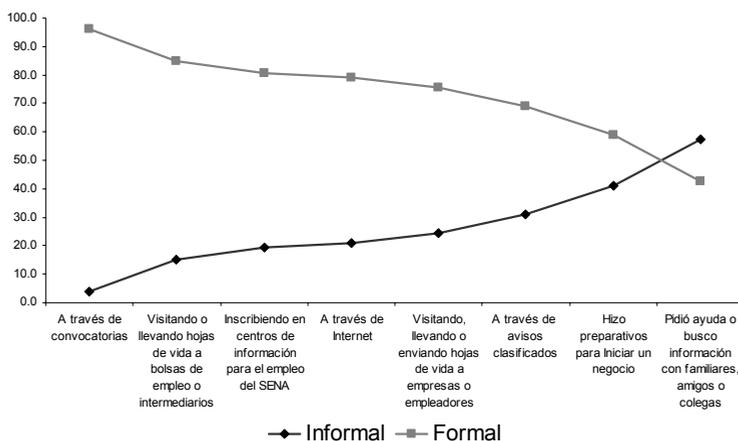
que buscan empleo por el mismo canal. En este caso, la efectividad se refiere a la probabilidad que tiene la persona que busca empleo por determinado canal, de encontrar empleo por ese mismo canal. Debido a que se tiene una razón de proporciones ($P_{\text{salir del desempleo en un canal } (i)} / P_{\text{de estar desempleado en un canal } (i)}$), esta razón constituye el riesgo relativo (RR) de salir del desempleo por un canal determinado. Una tasa de efectividad más alta para un canal, indicaría que es más probable salir del desempleo por ese canal en comparación con otro canal de búsqueda que muestre una tasa más baja. Este indicador resume la situación del proceso de emparejamiento entre oferentes y demandantes en el mercado laboral por método de búsqueda y forma de reclutamiento. Además del índice propuesto, existe una segunda forma de analizar la efectividad de los canales de búsqueda, se utilizan modelos de supervivencia para calcular el tiempo de búsqueda por canal; método que se aplicará en otro documento de esta investigación.

Cabe advertir que, usualmente la razón de efectividad se calcula como la razón entre quienes encuentran empleo por ese canal en el momento $(t+1)$ sobre los que buscaron empleo por ese mismo canal en el momento (t) , es decir, el porcentaje de buscadores exitosos, en la muestra total, que habían buscado con anterioridad por ese mismo canal o por otros (ver, Addison and Portugal, 2002; Weber and Mahringer, 2006). No obstante, el cálculo exacto de esta tasa de efectividad requiere información sobre los métodos de búsqueda inicial y final utilizados por una cohorte de individuos, lo cual implica seguir a los trabajadores durante un periodo de tiempo o preguntarles a empleados o desempleados, en el momento de la encuesta, sobre los métodos de búsqueda utilizados para abandonar o continuar en el desempleo. Dado que la información de la Encuesta Continua de Hogares (ECH) sólo pregunta a los empleados por el método mediante el cual consiguieron empleo y a los desempleados por el método mediante el cual están buscando, tenemos dos poblaciones distintas: los que encontraron empleo y los que buscan empleo en el momento de la encuesta. A pesar de esta dificultad se decidió utilizar el *índice de efectividad* indicador, porque aporta elementos esenciales para comprender los mecanismos de emparejamiento en el mercado laboral colombiano.

III. Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia

A continuación se presenta una breve descripción del uso de canales de información en el mercado laboral colombiano y una aproximación a su

eficiencia. La utilización de canales se asocia fuertemente con las características del mercado laboral. En este mismo sentido y a diferencia de las sociedades desarrolladas donde existe una mayor provisión de empleos y utilización de canales formales, en nuestro país tanto los empleos como los canales informales predominan. El gráfico 1 muestra que, los ocupados pertenecientes al sector formal han conseguido sus empleos fundamentalmente por canales formales. Lo propio sucede con los trabajadores del sector informal, quienes han conseguido sus empleos utilizando básicamente canales informales. Como se verá luego, los canales formales más utilizados por los trabajadores de este mismo sector son los más efectivos.



Fuente: ECV-2003, cálculos propios

Gráfico 1. *Canales de búsqueda utilizados por los ocupados por sector en el mercado laboral colombiano, 2003*

Los negocios informales no suelen utilizar canales formales de contratación por varias razones: primero, por el tamaño del negocio, que hace innecesario decidir una política de contratación laboral; segundo, utilizar estos canales implica una serie de costos en los cuales no pueden incurrir los negocios pequeños, por ejemplo, avisos clasificados, convocatorias, subcontratación con oficinas de colocación, etc. Análogamente, por el lado de la oferta, para el trabajador no sólo es más barato utilizar redes relacionales, sino que la baja probabilidad de éxito en el mercado formal, debido al racionamiento de estos empleos, desestimula el uso de canales formales. Adicionalmente, si el trabajador cuenta con los requisitos necesarios para hacer uso de un canal

formal, debe incurrir en unos costos directos (transporte, correos, llamadas telefónicas, compra de periódicos, etc.) que lo desestimulan a usar estos canales; estos factores generan un proceso de autoselección. El uso de diferentes canales se asocia con costos diferentes que no se captan en la información de la encuesta, razón por la cual no se incluyen en el análisis.

Una primera aproximación al uso de canales de información en el mercado de trabajo en Colombia se muestra en la tabla 1, en ella se incluye la utilización de canales de búsqueda tanto para los desocupados como para los ocupados. De esta tabla se puede generalizar lo siguiente:

Tabla 1. *Utilización de canales de búsqueda para ocupados y desocupados en Colombia en el año 2003 (%)*

Canal	Desocupados (1)	Ocupados (2)	Efectividad* del canal (2)/(1)
Informal	55,2	78,8	1,4
Informal Moderado	31,8	12,3	0,4
Formal	13	9	0,7

Fuente: ECV-2003, cálculos propios

* La efectividad se define como el porcentaje de las personas que han conseguido empleo por un canal determinado en relación con el porcentaje de personas que buscan empleo a través de este canal.

- a) Más de la mitad de los desempleados buscan empleo a través de canales informales (55,2%). Por otro lado, más de tres de cada cuatro colombianos han encontrado empleo a través de canales informales (78,8%). Es decir, la efectividad de estos canales -lazos fuertes en la terminología de Granovetter- es muy alta, 1,4.
- b) El canal informal moderado -lazos débiles en la terminología de Granovetter- es el segundo en importancia, pero se observa que es el menos efectivo (efectividad de 0,4): mientras una de cada tres personas que buscan empleo lo hacen por este canal, solamente el 12% de los ocupados, aproximadamente una de cada diez personas han conseguido empleo a través de este canal. La poca efectividad del canal se debe, probablemente, a su carácter de informal moderado: quién lleva una hoja de vida a una empresa suele tener información privilegiada sobre la misma, pero su contacto no suele tener el poder suficiente para vincularlo, razón por la cual el trabajador debe someterse al proceso de selección establecido que no garantiza la selección final al trabajador aspirante. Es decir, el trabajador que tiene información privilegiada la

utiliza en su beneficio, pero al mismo tiempo se somete a un proceso más meritocrático de contratación.

- c) También es importante anotar la baja utilización de los canales formales en el mercado laboral colombiano: sólo el 13,0% de los desocupados busca por ese canal. Obsérvese que, a pesar de la baja utilización su eficiencia no es nada desdeñable, (efectividad de 0,7) 1 de cada 10 ocupados ha conseguido empleo por esta vía. Es muy posible que sólo las personas con mejores niveles de capital humano y credenciales educativas utilicen este método de búsqueda, esto explicaría la baja proporción de las personas que lo utilizan, pero también, su relativa alta efectividad.

Ahora bien, la descripción anterior es un gran panorama en la utilización de los tres grandes tipos de canales en el mercado laboral colombiano, a través del indicador de efectividad aquí construido. La desagregación de los canales puede revelar información que a primera vista no se percibe. Una exposición más detallada de este problema se desarrolla a continuación.

De la tabla 2 se destaca lo siguiente: los canales formales son los más heterogéneos en cuanto a efectividad se refiere, los canales más efectivos son canales formales, como las convocatorias con un índice de 3,7 y los avisos clasificados 1,9. Los canales menos efectivos son: internet 0,1, SENA 0,2 y Bolsas de Empleo 0,3. Los canales formales son los más eficientes aunque son los menos utilizados: 13% de los desocupados y 9% de los ocupados los utilizan. En el primer caso, esto se explicaría por las barreras a la entrada que se imponen en los canales formales, regularmente credenciales y altos niveles de capital humano, los cuales son cumplidos por una poca proporción de la población. La baja efectividad de algunos canales formales podría explicarse porque se trataría de personas que han agotado el uso de los otros canales sin éxito, ante el aumento en la duración del desempleo y la consiguiente disminución del salario de reserva del individuo, estas personas aceptan empleos de inferior calidad a través de la utilización de avisos clasificados y bolsas de empleo. Es posible que las personas acudan a estos canales después de llevar largos periodos de búsqueda. Para corroborar esta hipótesis deben utilizarse los modelos de búsqueda, los cuales, como se dijo más arriba, constituyen otra aproximación a la eficiencia de los canales.

Tabla 2. *Canales de búsqueda desagregados para ocupados y desocupados en Colombia 2003 (%)*

Canal de búsqueda	Desocupados (1)	Ocupados (2)	Efectividad del Canal (2)/(1)
Pidió ayuda o buscó información con familiares, amigos o colegas	52,4	74,86	1,4
Visitando, llevando o enviando hojas de vida a empresas o empleadores	31,8	12,27	0,4
Inscribiéndose en centros de información para el empleo del SENA	3,1	0,73	0,2
Visitando o llevando hojas de vida a bolsas de empleo o intermediarios	7,6	2,58	0,3
A través de avisos clasificados	0,8	1,53	1,9
A través de convocatorias	1,1	4,08	3,7
A través de Internet	0,6	0,06	0,1
Hizo preparativos para iniciar un negocio	2,8	3,9	1,4

Fuente: ECV-2003, cálculos propios

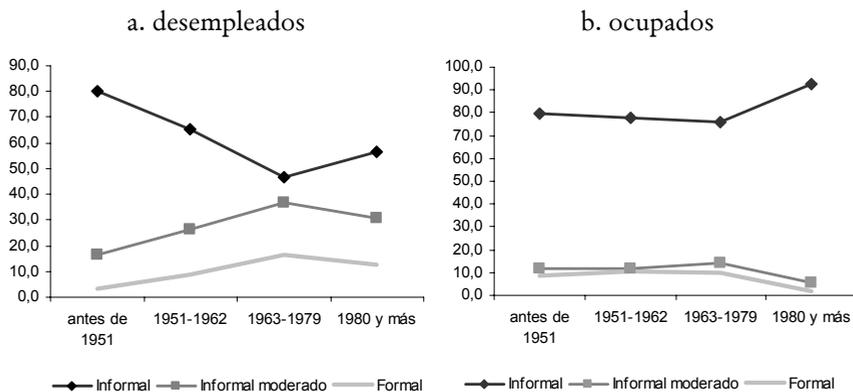
Los canales informales son más homogéneos en su efectividad (1,4 tanto para quien pidió ayuda o buscó información, igual que para los que trataron de iniciar un negocio).

Un párrafo aparte merece Rees (1966); según este autor, los canales informales son eficientes para el empresario en el mercado laboral norteamericano, porque por este medio, los empresarios pueden conseguir trabajadores más productivos, debido a que el empleador supone una similitud entre las características del trabajador experimentado que recomienda y las del recomendado. Pero desde el punto de vista social, y más en una sociedad con oportunidades tan escasas como la colombiana (Gaviria, 2002, Nina y Grillo 2000, Cartagena, 2004, Viáfara, 2006, Viáfara y Urrea 2006), el canal informal no es socialmente eficiente, debido a que refuerza las barreras a la movilidad social para ciertos sectores vulnerables. En una sociedad tan desigual e inequitativa como la colombiana, es importante la generalización de canales institucionales donde los empleos se asignen por principios meritocráticos.

A continuación analizamos los canales de búsqueda de ocupados y desocupados según algunas características seleccionadas de quienes participan en el mercado laboral y que podrían reflejar diferencias en el uso de los canales de búsqueda.

A. Canales de búsqueda y ciclo de vida

La utilización de los canales según el ciclo de vida de los integrantes de la Población Económicamente Activa (PEA) se presenta en la gráfico 2. La participación de los canales informales en el ciclo de vida tiene forma parecida a una U: son los más utilizados por los más viejos y los más jóvenes, tanto en la búsqueda, como en la consecución del empleo. Se empieza y se termina la vida laboral usando canales informales. Lo mismo que pasa con los canales informales pasa con la ocupación en el sector informal de la economía: las tasas de informalidad de los más jóvenes y los más viejos son más altas que las de aquellos que tienen edades intermedias (Uribe y Ortiz, 2006).



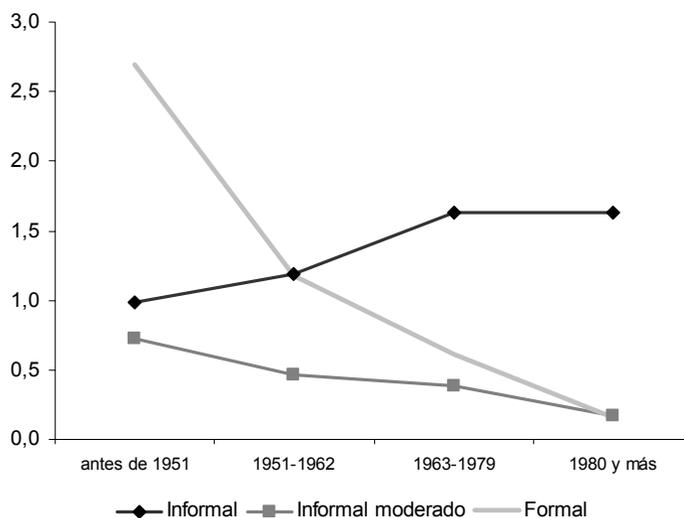
Fuente: ECV-2003, cálculos propios.

Gráfico 2. *Canales de búsqueda por cohortes de edad para ocupados y desocupados en Colombia 2003*

El canal informal moderado y el canal formal tienen mucha similitud en el comportamiento según el ciclo de vida de los individuos (véase la gráfica 2). Sin embargo, el canal informal moderado es más utilizado. Son las personas de edades intermedias las que utilizan más los canales informales moderados y formales configurando una U invertida. Lo anterior es un indicador alentador en el sentido que, se supone que son las personas más preparadas y con mejor nivel de experiencia las que pueden hacer uso de este tipo de canales. Este comportamiento podría reflejar la obsolescencia de los conocimientos de los individuos más viejos, lo cual induce una menor demanda por estas habilidades en el mercado de trabajo. Por otro lado, puede reflejar la falta de experiencia

y de credenciales educativas en el caso de los más jóvenes. Este hecho puede inducir un proceso de auto selección por parte de estos grupos de individuos en la utilización de estos canales.

Ahora bien, hasta aquí se ha visto la participación de los canales por cohortes de edad. Si se tiene en cuenta la efectividad de los canales formales se comprueba que ésta crece con la edad, algo similar ocurre con el canal informal moderado. Por el contrario, los canales informales son más efectivos para los más jóvenes y a la inversa. En el gráfico 3 se ve claramente este comportamiento; para los nacidos antes de 1951 la efectividad de los canales informales e informales moderados, tiende a converger y luego se separa en las cohortes más jóvenes. Para los más jóvenes esta convergencia se da entre los canales formales e informales moderados.



Fuente: ECV-2003, cálculos propios.

Gráfico 3. *Efectividad de los canales de búsqueda por cohortes de edad en Colombia 2003*

De aquí, la importancia del canal informal moderado, que se caracteriza por tener un componente de información privilegiada de los canales informales y un componente de sometimiento al mecanismo de selección de la empresa, propio de los canales formales. A edades tempranas se acentúa el componente formal, mientras que a edades más avanzadas, se acentúa el componente informal. Esta intuición se constata a partir de la información de la encuesta.

Es posible que las personas de mayor edad tengan una gran variedad de lazos relacionales que son útiles en estos dos tipos de canales. Mientras en el otro extremo los más jóvenes, debido a las limitadas redes relacionales, tienen que someterse a los procesos de selección de las empresas.

Llama la atención la alta efectividad de los canales formales para los nacidos antes de 1951; es posible que algunos de estos individuos hayan acumulado un capital humano considerable a lo largo de su vida. Aquellos que cumplen con esta característica son muy pocos, lo cual puede ser consecuencia de la baja cobertura del aparato escolar en el periodo en el cual ellos asistían a la escuela. Lo anterior explicaría la alta efectividad del canal formal para los mayores. Las personas de estas edades que no tienen altos niveles de capital humano recurren a otro tipo de canales que muestran menor efectividad.

B. Canales de búsqueda por género.

La tabla 3 muestra, en primer lugar, que los hombres buscan empleo y se enganchan por canales informales. Sin embargo, la efectividad de los canales informales es mayor para las mujeres (1,5 vs. 1,33). Por su parte, las mujeres utilizan con mayor frecuencia los canales informales moderados, aunque estos canales son menos efectivos para ellas (0,38 v. 0,41). Los canales formales son más utilizados por las mujeres y su efectividad es mayor para ellas (0,72 vs. 0,70). Lo anterior puede estar directamente relacionado con el incremento significativo en los niveles de escolaridad y de participación laboral de la mujer en Colombia en las últimas décadas (López, 2001, Ribero y Meza, 1997, Santamaría y Rojas, 2001, Flórez, 2000).

Tabla 3. *Efectividad de los canales de búsqueda por género en Colombia 2003*

Canal de búsqueda	Desocupados (%)		Ocupados (%)		Efectividad	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Informal	51,0	60,3	76,4	80,5	1,50	1,33
Informal moderado	34,4	28,7	13,0	11,8	0,38	0,41
Formal	14,7	11,0	10,6	7,7	0,72	0,70

Fuente: ECV-2003, cálculos propios.

C. Educación y búsqueda de empleo

Las personas más educadas son quienes consiguen empleo por canales formales, específicamente aquellas que en promedio tienen educación universitaria incompleta, concretamente 14,1 años tal como se ve en la tabla 4.

Los canales informales moderados están en la mitad; han conseguido empleo por este medio personas que tienen alguna postsecundaria, en concreto 11,5 años de educación. Por último, los canales informales muestran el nivel educativo más bajo, con 9,0 años de educación, en promedio, de los ocupados que utilizan este canal.

Tabla 4. *Educación promedio por tipo de canal*

Canal de búsqueda	Desempleados		Ocupados	
	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar
Informal	8,3	4,3	9,0	4,7
Informal moderado	10,9	3,0	11,5	4,7
Formal	10,6	3,7	14,1	3,5

Fuente: ECV-2003, cálculos propios.

En cuanto a los desocupados, el nivel educativo más alto corresponde a quienes utilizan el canal informal moderado. Se puede afirmar que éste es un canal utilizado más asiduamente por personas con educación secundaria completa. Lo anterior se debe a que estas personas no tienen el nivel educativo suficiente para conseguir empleo a través de los canales formales, pero sí tienen un nivel educativo que les permite acogerse a los procedimientos de selección de las empresas. El nivel educativo promedio de quienes utilizan los canales informales sigue siendo inferior en el caso de los desempleados.

Como puede verse en la tabla 4, los ocupados suelen tener una media educativa superior a los desocupados. Llama la atención que tanto quienes continúan buscando como aquellos que encuentran a través de canales informales, tienen un nivel educativo inferior. Puede verse entonces, que la educación hace más competitivo al individuo en el mercado laboral.

La tabla 5 muestra que los más educados utilizan canales formales: en primer lugar, están quienes utilizan internet, medio utilizado por los profesionales (en promedio más de 16 años de educación); en segundo lugar, se sitúan los que utilizan convocatorias, por este medio se emplean los profesionales aunque también es utilizado por desempleados con educación universitaria incompleta; en tercer lugar, se encuentran las personas que utilizan la agencia pública de empleo, es decir, el CIE (hoy Servicio Público de Empleo SPE) del SENA; en cuarto lugar, los avisos clasificados seguido por las bolsas de empleo son utilizados por las personas que tienen menor nivel educativo y que utilizan canales formales. El canal informal moderado es utilizado por

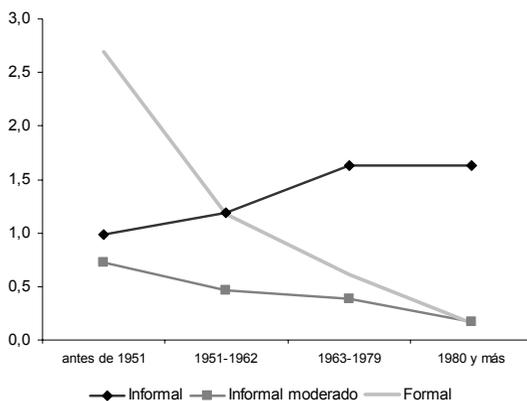
personas con nivel educativo superior al nivel educativo de quienes utilizan canales informales, e inferior al nivel educativo de quienes utilizan canales formales. Los canales informales son utilizados primordialmente por personas con niveles educativos de secundaria incompletos.

Tabla 5. Educación promedio por tipo de canal

Canal de búsqueda	Desempleados		Ocupados	
	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar
Pidió ayuda o buscó información con familiares, amigos o colegas	8,1	4,3	8,84	4,68
Visitando, llevando o enviando hojas de vida a empresas o empleadores	10,5	3,6	11,05	4,69
Inscribiéndose en centros de información para el empleo del SENA	11,4	2,6	12,65	2,54
Visitando o llevando hojas de vida a bolsas de empleo o intermediarios	10,92	2,98	11,25	3,83
A través de avisos clasificados	11,18	4,29	12,22	3,80
A través de convocatorias	12,36	4,03	15,09	3,08
A través de Internet	15,85	2,38	16,16	2,30
Hizo preparativos para iniciar un negocio	10,45	4,28	10,85	5,38

Fuente: ECV-2003, cálculos propios.

Al incluir la efectividad en el análisis de los canales por nivel educativo, se aprecia que el canal informal moderado es más efectivo para quienes tienen niveles educativos bajos y altos. Para los que tienen nivel educativo intermedio, el canal más efectivo es el informal. Los canales formales por su parte tienen muy poca efectividad, pero se observa que ésta crece con el incremento de los años de educación. En suma, para los buscadores que tienen educación universitaria con título, el canal más efectivo es el informal moderado. De allí en adelante, los canales informales moderados son los más efectivos; porque los usuarios altamente educados que utilizan los canales informales poseen buenas redes sociales y son altamente competitivos en el mercado laboral.

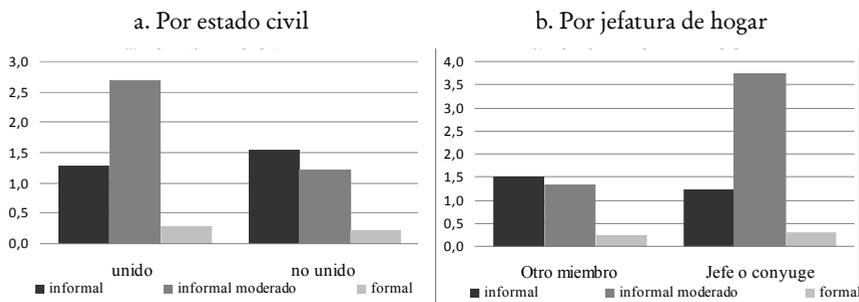


Fuente: ECV-2003, cálculos propios.

Gráfico 4. *Efectividad de los canales de búsqueda por nivel educativo en Colombia 2003*

D. Estado civil, jefatura del hogar y búsqueda de empleo

Como se presenta en el gráfico 5a, los individuos que se encuentran casados o en unión libre, muestran una mayor efectividad en la búsqueda que quienes no están comprometidos, con la excepción del canal informal. Este resultado es muy similar al encontrado cuando se analiza la efectividad según la posición en el hogar, como se muestra en el gráfico 5b. En este caso, los jefes de hogar o cónyuges tienen una efectividad superior, pero con la excepción de los canales informales.



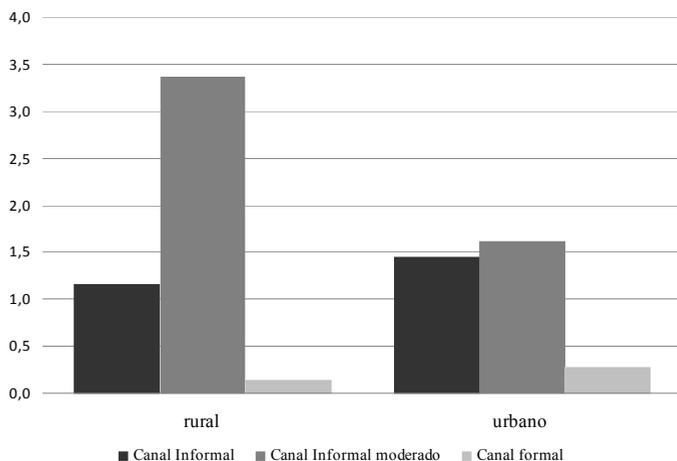
Fuente: ECV-2003, cálculos propios

Gráfico 5. *Efectividad de los canales de búsqueda por estado civil y jefatura del hogar en Colombia 2003*

Lo anterior se explicaría, porque los individuos comprometidos o jefes de hogar suelen tener una búsqueda más intensa por sus obligaciones familiares. Los canales informales moderados son los más efectivos para estas personas, seguidos, en su orden, por el canal informal y el formal. El tener obligaciones familiares revela características del individuo buscador, una de las que más interesa a los empleadores es la capacidad de comprometerse con un proyecto familiar o empresarial.

E. Zona de residencia y búsqueda de empleo

Al analizar la efectividad, de acuerdo a la zona de residencia del buscador: rural o urbana, es posible inferir que esta medida es superior en la zona rural para el canal informal moderado (ver, gráfico 6).



Fuente: ECV-2003, cálculos propios.

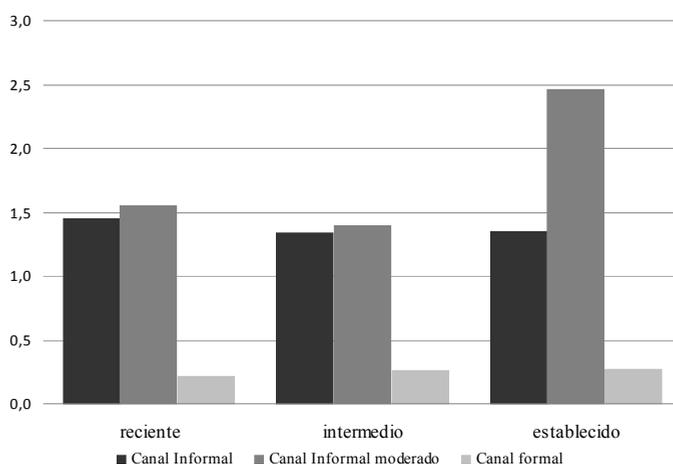
Gráfico 6. *Efectividad de los canales de búsqueda por zona de residencia en Colombia 2003*

Los canales formales son más efectivos en las áreas urbanas; lo anterior, puede justificarse por las diferencias en las densidades poblacionales de las dos zonas. Mientras en las zonas rurales la baja densidad poblacional hace que la centralización (simetría) de la información sea más factible, incluso por métodos informales, en las zonas urbanas la gran cantidad de personas residentes más el continuo flujo de migrantes al que están sometidas, hace necesario que la centralización de la información sea llevada a cabo por instituciones especializadas. La baja participación de estas instituciones, es

decir, de canales formales, hace que los problemas de información se reflejen en menores razones de efectividad.

F. Condición migratoria y búsqueda de empleo

La efectividad según condición migratoria se muestra en el gráfico 7. En él, se aprecia que el canal informal moderado es el más efectivo para los migrantes en general, en especial, para los migrantes establecidos. Los canales informales y formales presentan pocas diferencias en relación con la efectividad según tipo de migrantes.



Fuente: ECV-2003, cálculos propios

Gráfico 7. Efectividad de los canales de búsqueda por condición migratoria en Colombia 2003

Conclusiones

Dentro del capital social, que permite buscar y adquirir empleo, se encuentran las redes sociales que pueden clasificarse como *lazos fuertes* y *lazos débiles*. Los resultados de esta investigación permitieron identificar la fortaleza de los *lazos débiles* en el mercado de la búsqueda de empleo en Colombia. Pero la utilización de los *lazos débiles* sigue siendo inferior a la utilización de los *lazos fuertes* en el mercado laboral colombiano. Asimismo, la utilización de canales formales es muy baja en nuestro país.

La relación entre la estructura económica, la estructura del empleo y los canales utilizados para conseguir empleo es concordante. Debido a la importancia crucial del sector informal en la generación de empleo en la economía colombiana, los canales informales son la única opción que tienen una alta proporción de los trabajadores colombianos.

Al examinar la utilización de los canales en el mercado laboral se encontró que hay un predominio indiscutible de los canales informales (78,8% de los ocupados y 55,2% de los desocupados). Se encontró también, que la efectividad de los canales informales es alta, aunque inferior a los canales formales cuando se analizan éstos de manera desagregada. Por ejemplo, las convocatorias y avisos clasificados son más eficientes que buscar información o pedir ayuda a amigos, familiares o colegas. Los canales formales también son más eficientes que el canal informal moderado.

La organización formal de intermediación laboral pública (CIE del SENA), al poseer una cobertura tan pequeña, no ha logrado obtener los beneficios de la centralización de la información. Es así como la utilización del único canal público de búsqueda de empleo existente en Colombia es marginal; de la población ocupada sólo el 0,73% consiguió empleo a través del Servicio Público de Empleo (SPE) del SENA; de los desocupados apenas el 3,1% buscan a través de este medio. Sería deseable que el gobierno difundiera más y refinanciara el único canal público que existe en nuestro país.

Al analizar de manera desagregada los canales de búsqueda se encuentra que hay canales formales con mayores razones de efectividad que las redes sociales, como las convocatorias y los clasificados, pero ellos no son ampliamente utilizados. Adicionalmente, se encuentra que hay métodos que dependen de la iniciativa propia, como hacer preparativos para instalar un negocio que resultan muy efectivos.

Se empieza y se termina la vida laboral usando canales de búsqueda informal (así como empleándose en el sector informal de la economía). Luego, los canales formales e informales moderados son los que emplean las personas de edades intermedias. Esto describe un patrón de U al analizar el ciclo de vida por método de búsqueda. Lo que se explica por un fenómeno de auto selección que se presenta en los jóvenes, por su falta de credenciales educativas y experiencia y en los mayores por la creencia de que su conocimiento tiende a ser obsoleto.

En cuanto a la efectividad según el ciclo de vida, se encuentra que ésta es creciente con la edad en los canales formales, levemente creciente para el canal

informal moderado y decreciente con la edad para los canales informales. Llama la atención la convergencia del indicador para los métodos informales moderados e informales para las mayores edades y los métodos formales para las menores edades. Esto puede explicarse, porque a edades tempranas se acentúa el componente formal, mientras que a edades más avanzadas, se acentúa el componente informal.

La educación hace más competitivos a los individuos en el mercado laboral, haciéndolos más propensos a usar canales formales y a estar empleados. La efectividad de la búsqueda depende tanto de las características del trabajador, como de los canales utilizados. Para los buscadores que tienen nivel universitario con título, los canales más efectivos son los informales moderados. Esto puede explicarse porque los usuarios altamente educados que utilizan los canales informales moderados poseen buenas redes sociales y son altamente competitivos en el mercado laboral.

En una sociedad donde el logro y la calidad de la educación están fuertemente asociados a la clase social de los individuos, la *meritocracia* no es suficiente para reducir las desigualdades. Por lo tanto, la política ideal no sólo es promover las canales formales y, por ende, mayor transparencia y difusión de la información, sino que las convocatorias deberían tener componentes de discriminación positiva (cuotas para los sectores más vulnerables en la sociedad). Ésta sería la única forma de disminuir las desigualdades conformadas históricamente en la sociedad colombiana.

Bibliografía

- ADDISON, John y PORTUGAL, Pedro (2002). "Job search methods and outcomes", *Oxford Economic Papers*, No. 54, pp. 505-533.
- BLAU, David y ROBINS, Philip (1990). "Job search outcomes for employed and unemployed", *Journal of Political Economy*, Vol. 98, No. 3, pp. 637-655.
- BLAUG, Mark (1996). "¿Dónde estamos actualmente en la economía de la educación?", *Economía de la Educación*, Barcelona, Ariel Educación, pp. 17-37.
- CARTAGENA, Katherine (2004). "Movilidad intergeneracional en Colombia", *Archivos de Macroeconomía*, No. 263, Departamento Nacional de Planeación.
- COLEMAN, James (1988). "Social capital in the creation of human capital," *American Journal of Sociology*, Vol. 94 (Supplement), pp. 95-120.
- FLÓREZ, Carmen Elisa (2000). *Las transformaciones socio-demográficas en Colombia durante el siglo XX*, Bogotá, Banco de la República y Tercer Mundo Editores.
- GAVIRIA, Alejandro (2002). *Los que suben y los que bajan: educación y movilidad social en Colombia*, Colombia, Alfaomega.

- GRANOVETTER, Mark (1973). "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 6, pp. 1360-1380.
- _____ (1981). "Toward a Sociological Theory of Income Differences", *Sociological Perspectives on Labor Markets*, New York: Academic Press, pp. 11-47.
- _____ (1974). *Getting a Job*, Chicago, University of Chicago Press.
- _____ (1995). *Getting a Job, Reconsiderations and a New Agenda*. In *Getting a Job*, Chicago, University of Chicago Press. pp 139-182.
- HOFF, Karla y STIGLITZ Joseph (2002). "La teoría económica moderna y el desarrollo", *Fronteras de la Economía del Desarrollo, El Futuro en Perspectiva*, Bogotá, Banco Mundial-Alfaomega, pp.389-461.
- HOLZER, Harry (1987). "Job search by employed and unemployed youth", *Industrial and Labor Relations Review*, Vol. 40, No. 4, pp. 601-611.
- _____ (1988). "Search method use by unemployed youth", *Journal of Labour Economics*, Vol. 6, pp. 1-20.
- JONES, Stephen (1989). "Job research methods, intensity and effects", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol. 51, No. 3, pp. 277-96.
- LIN, Nan. (1999). "Social networks and status attainment", *Annual Review of Sociology*, Vol. 25, pp. 467-487.
- _____ (2001). *Social capital: a theory of social structure and action*, New York, Cambridge University Press.
- LÓPEZ, Hugo (1997). "Magnitud, canales y racionalidad de la intermediación laboral en Colombia", *Cuadernos del CIDE*, No. 3, Junio 1997, pp. 9-65.
- _____ (2001). "Características y Determinantes de la Oferta Laboral Colombiana y su Relación con la Dinámica del Desempleo", *Empleo y Economía*, Bogotá, Banco de la República, pp. 155-192.
- MCENTARFER, Erika (2002). "Three essays on social networks in labor markets", *Dissertation submitted to the Faculty of Virginia Polytechnic Institute and State University in partial fulfillment of the requirements of the degree of Doctor of Philosophy in Economics*, disponible en: http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-11112002150452/unrestricted/finaldiss_fin_fin.pdf. (diciembre 27 de 2006)
- MONTOGOMERY, James (1991). "Social networks and labor market outcomes", *American Economic Review*, Vol. 8, No. 5, pp. 1408-1418.
- _____ (1992). "Job Search and Network Composition: Implications of the Strength of Weak Ties Hypothesis", *American Sociological Review*, No. 57, pp. 586-596.
- NEFFA, Julio Cesar (2001). "Evolución y Determinantes de la Persistencia en la desocupación. Un enfoque multidimensional", *Serie Fondo de Investigaciones*, Instituto Nacional de Estadística y Censos.
- NINA, Esteban y GRILLO, Santiago (2000). "Educación, movilidad social y trampa de la pobreza", *Coyuntura Social*, No. 22, pp.101-119.

- REES, Albert (1966). "Information networks in labor markets", *American Economic Review*, Papers and Proceedings, Vol. 56, No. 2, pp. 559-566.
- RICHARDS, Patricia y ROBERTS, Bryan (1998). *Social networks, social capital, popular organizations, and urban poverty: a research note*. Presented at the Seminar on Urban Poverty sponsored by ALOP and the World Bank, Rio de Janeiro, May 14-16.
- RIBERO, Rocío y MEZA Claudia (1997). "Determinantes de la participación laboral de hombres y mujeres en Colombia", *Archivos de Macroeconomía*, No. 63, Departamento Nacional de Planeación.
- ROPER, Stephen (1988). "Recruitment methods and vacancy duration", *Scottish Journal of Political Economy*, Año 1, Vol. 35, pp. 51-64.
- SANTAMARÍA, Mauricio y ROJAS, Norberto (2001). "La participación laboral: ¿qué ha pasado y qué podemos esperar?", *Archivos de Macroeconomía*, No. 146, Departamento Nacional de Planeación.
- STIGLER, George (1961). "The Economics of Information", *Journal of Political Economy*, Vol. 69, No. 3, pp. 213-225.
- THOMAS, Jonathan (1997). "Public Employment Agencies and Unemployment Spells: Reconciling Experimental and Noexperimental Evidence", *Industrial and Labor Relations Review*, Vol. 50, No. 4, pp. 667-683.
- URIBE, José Ignacio y GÓMEZ, Lina Maritza (2006). "Canales de búsqueda de empleo en el mercado laboral colombiano 2003", *Ensayos de Economía Aplicada al Mercado Laboral*, Programa Editorial de la Universidad del Valle, pp. 351-382.
- URIBE, José Ignacio y ORTIZ, Carlos (2006). *Informalidad Laboral en Colombia 1988-2000: Evolución, Teorías y Modelos*, Cali, Editorial Universidad del Valle...
- VIAFARA, Carlos Augusto y URREA, Fernando (2006). "Efectos de la raza y el género en el logro educativo y en estatus socio-ocupacional para tres ciudades colombianas," *Desarrollo y Sociedad*, No. 58, Segundo Semestre de 2006, pp. 115-163.
- VIAFARA, Carlos Augusto (2006). "Efectos de la raza y el sexo en el logro educativo y en el estatus ocupacional en el primer empleo en Cali-Colombia", *Sociedad y Economía*, No. 11, pp. 66- 95.
- WEBER, Andrea y MAHRINGER, Helmut (2006). "Choice and Success of Job Search Methods", *IZA Discussion Paper*, No. 1939.

Número 20 - ISSN 0121-070X - Medellín Colombia - Noviembre de 2006

Revista de Economía

Oikos

Replicating optimal fiscal policies in a deterministic economy: Computational experiments

Diego Andrés Corredor y María Fernanda Cortés Garzón

Implicaciones de los alimentos transgénicos y consideraciones para el caso colombiano

Ángela García Vargas

El desarrollo histórico del Estado capitalista. Economía política de la transformación económica y social

Oscar Javier Pérez Lora

Captura y distribución de rentas en Colombia 1950–1960: una aproximación desde el Neoinstitucionalismo

Mauricio Sabogal Salamanca y Luis Alberto Rodríguez Ospino

Determinantes del acceso a servicios de salud en Antioquia

Aurelio Mejía Mejía, Juan Camilo Tamayo Ramírez y Andrés Felipe Sánchez Gandur

La legislación como un sistema de incentivos para la toma de decisiones de las empresas: el caso de Avianca frente a la ley de reestructuración económica colombiana y estadounidense

Juan Camilo Álvarez López y Alba Cristina Arenas

Comportamiento irracional y teoría económica

Gary S. Becker

Facultad de Ciencias Económicas · Departamento de Economía · Universidad de Antioquia · Bloque 13 · Medellín - Colombia