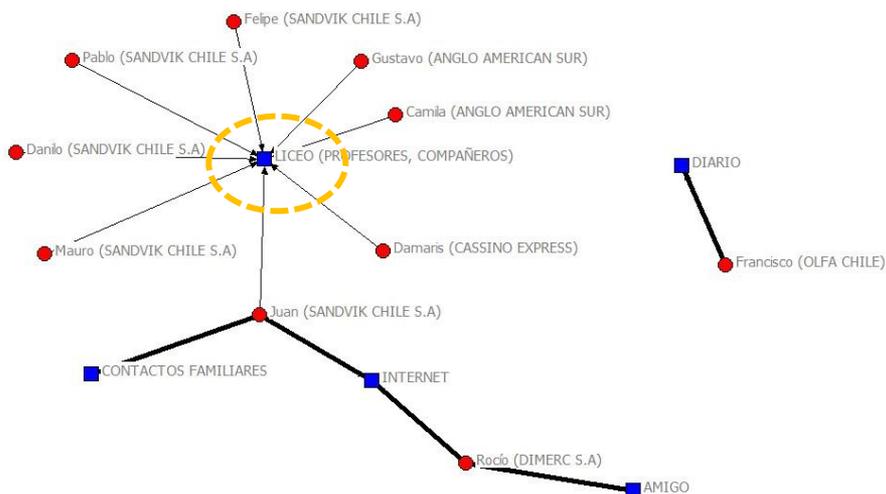


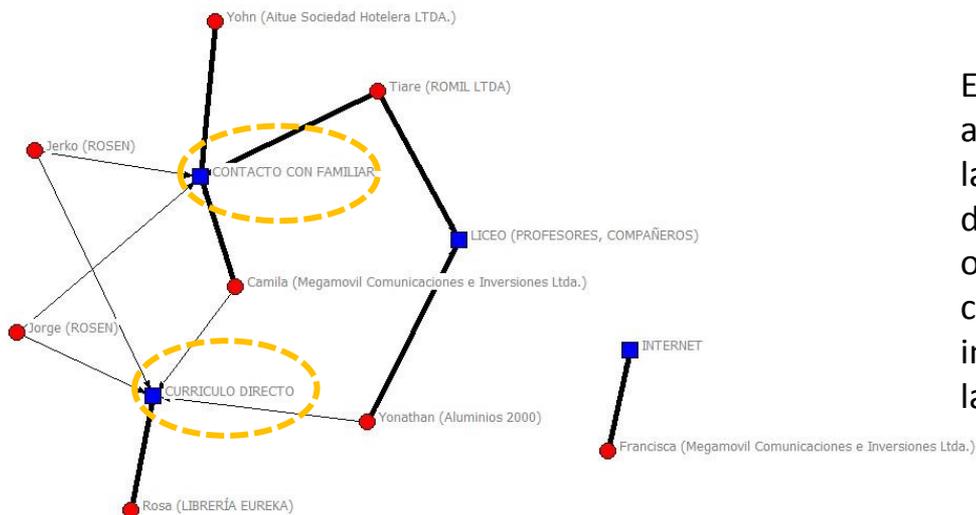
5.4 Redes Sociales en Jóvenes Aprendices

Forma en la que llegaron a trabajar en la empresa RM



Al igual que en la región de Antofagasta los jóvenes de la RM también declararon que mayormente llegaron a trabajar en la empresa a través del Liceo en el que estaban estudiando ya sea por contacto con los profesores o con amigos que les hablaron de la empresa. No obstante, a diferencia de lo ocurrido con Antofagasta, los jóvenes de RM declaran que el Liceo no es el medio que siempre utilizan para buscar trabajo.

Forma en la que llegaron a trabajar en la empresa Araucanía



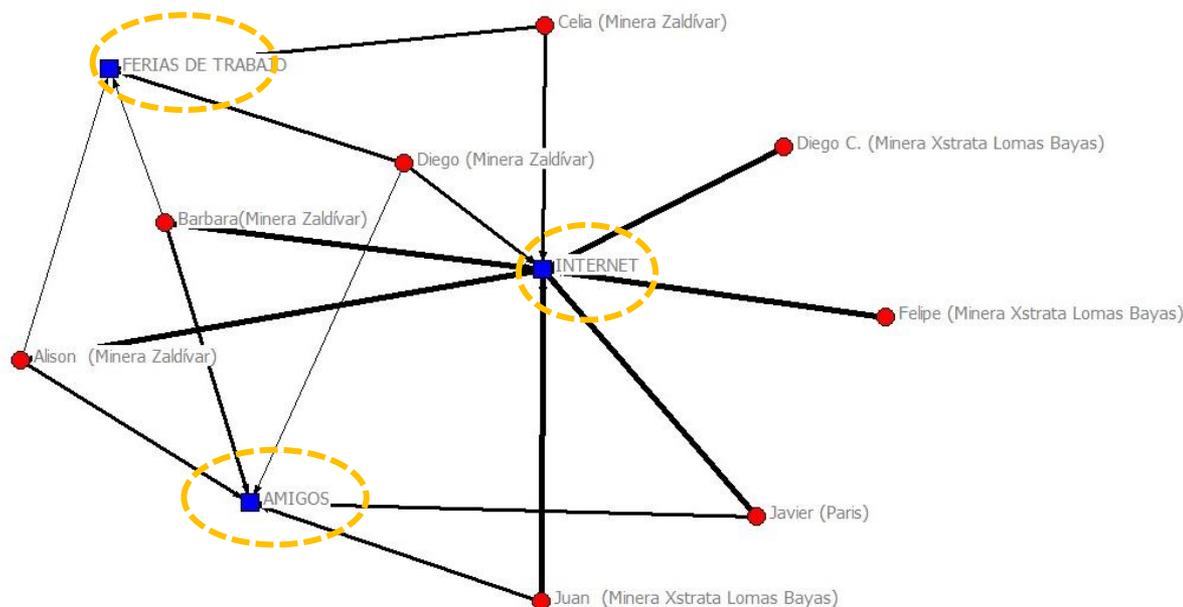
En la región de la Araucanía en tanto, los jóvenes adujeron que principalmente llegaron a trabajar a la empresa por contactos familiares y dejando directamente el currículum en la empresa. No obstante, aclaran que principalmente el contacto con los familiares constituye una práctica institucionalizada de búsqueda de oportunidades laborales.

5.4 Redes Sociales en Jóvenes Aprendices

Medios por los que buscan trabajo

A continuación se presenta la segunda red construida con los jóvenes que tiene que ver con los medios a través de los cuáles usualmente buscan trabajo. Se presentan los sociogramas por región y macrozona.

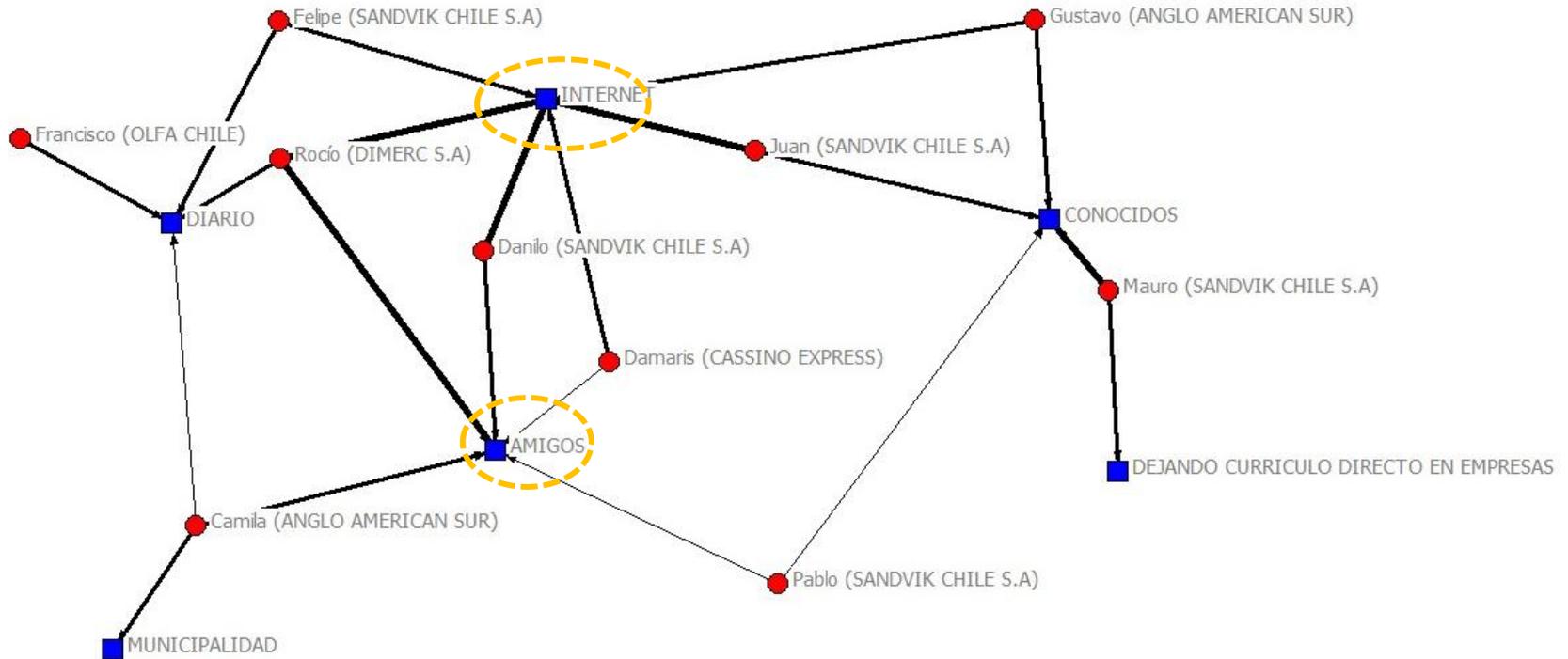
Medios por los que buscan trabajo Antofagasta



Los principales medios de búsqueda de trabajo de los jóvenes en Antofagasta son: Internet e instancias sociales como los amigos y las ferias de trabajo. Resulta interesante como Internet constituye el principal medio de búsqueda para los jóvenes en Antofagasta con dos relaciones que hablan que a veces es utilizados y seis que dicen que frecuentemente es utilizado (según el grosor de las líneas de relación). En segundo lugar están los amigos con 4 relaciones medianamente intensas que hablan que a veces es utilizado y 1 que dice que es utilizado casi nunca.

5.4 Redes Sociales en Jóvenes Aprendices

Medios por los que buscan trabajo RM

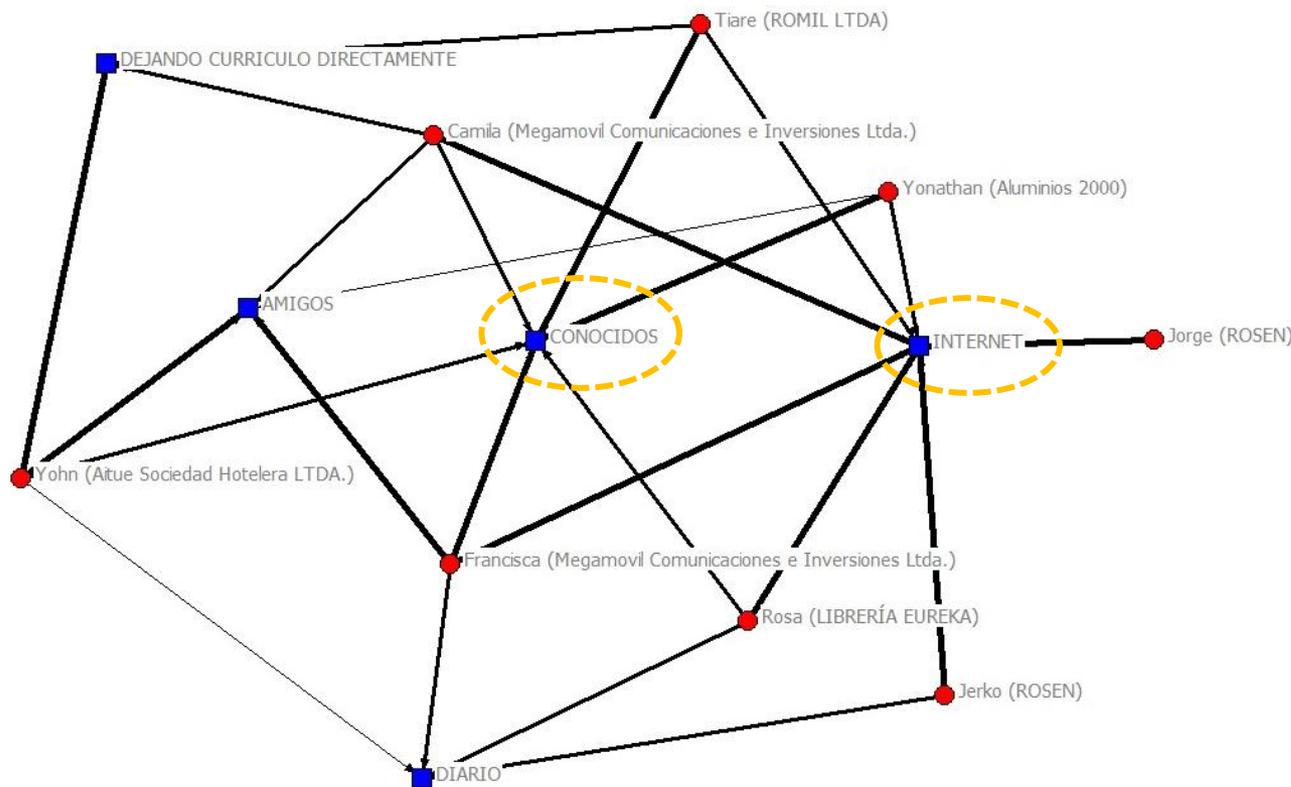


En la RM la situación es similar a la ocurrida en Antofagasta aunque con mayores matices. En el sociograma se observa que el principal medio de búsqueda de trabajo de los jóvenes en RM es internet y en segundo lugar están los amigos. No obstante con lo sucedido en Antofagasta, en RM existe mayor diversidad de medios de búsqueda que los declarados por los jóvenes en el norte.

Con todo, internet es para los jóvenes el principal medio de búsqueda de trabajo con 6 menciones 3 de ellas muy intensas que hablan de un uso frecuente y 3 de ellas medianamente intensas que hablan de un uso en ocasiones.

5.4 Redes Sociales en Jóvenes Aprendices

Medios por los que buscan trabajo Araucanía



En la región de la Araucanía los jóvenes también declaran que el principal medio de información y búsqueda de trabajo lo realizan tanto a través de internet como por conocidos que brinda información acerca de alguna oferta laboral. Es interesante rescatar que para los jóvenes en el sur, tanto los medios informales de búsqueda como los formales, tienen gran relevancia a la hora de encontrar un trabajo. Así internet tiene 4 relaciones muy intensas que habla de un uso frecuente y dos relaciones medianamente intensas que hablan de un uso ocasional. Los conocidos en tanto, tienen 3 relaciones intensas de uso frecuente y 2 relaciones medianamente intensas de uso ocasional para la búsqueda de trabajo.

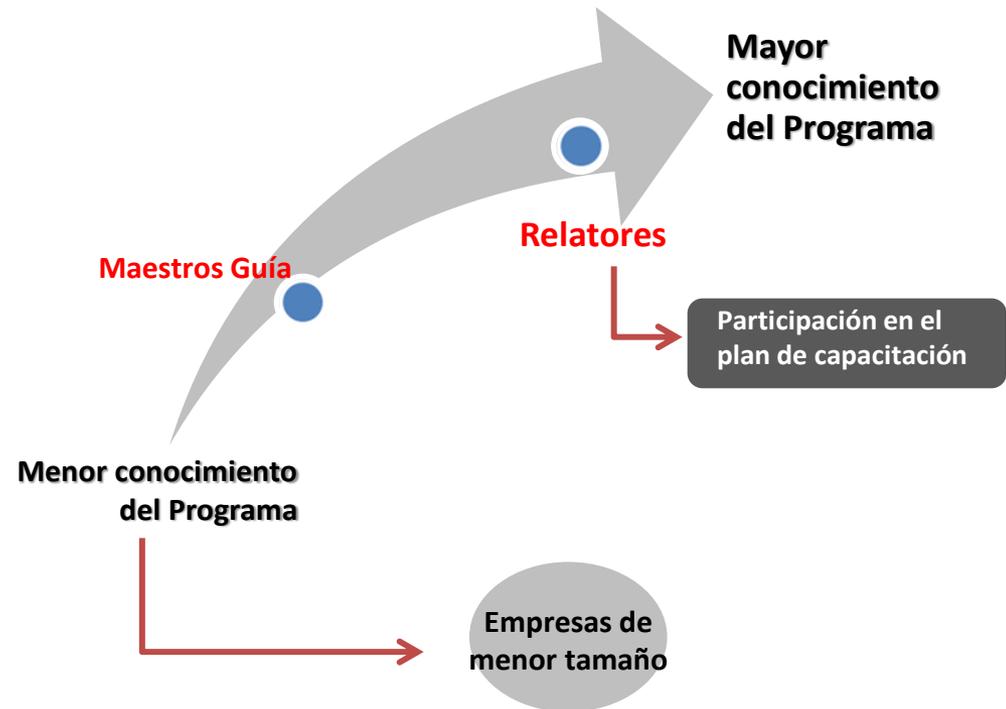


6. CONCLUSIONES

I. Conocimientos aspectos generales del Programa

Brechas de Conocimiento
del Programa entre actores al interior de la
empresa

1.- Se logran identificar mayores brechas de conocimiento del Programa entre actores al interior de la Empresa. Así, los relatores internos manejan mayor información que los maestros guías, pues los primeros se relacionan directamente con el Programa al participar del plan de capacitación. Esta posición a menudo deja a los maestros guías en segundo plano, sobre todo en las empresas de menor tamaño, que desarrollan de modo más espontáneo los procesos de acompañamiento

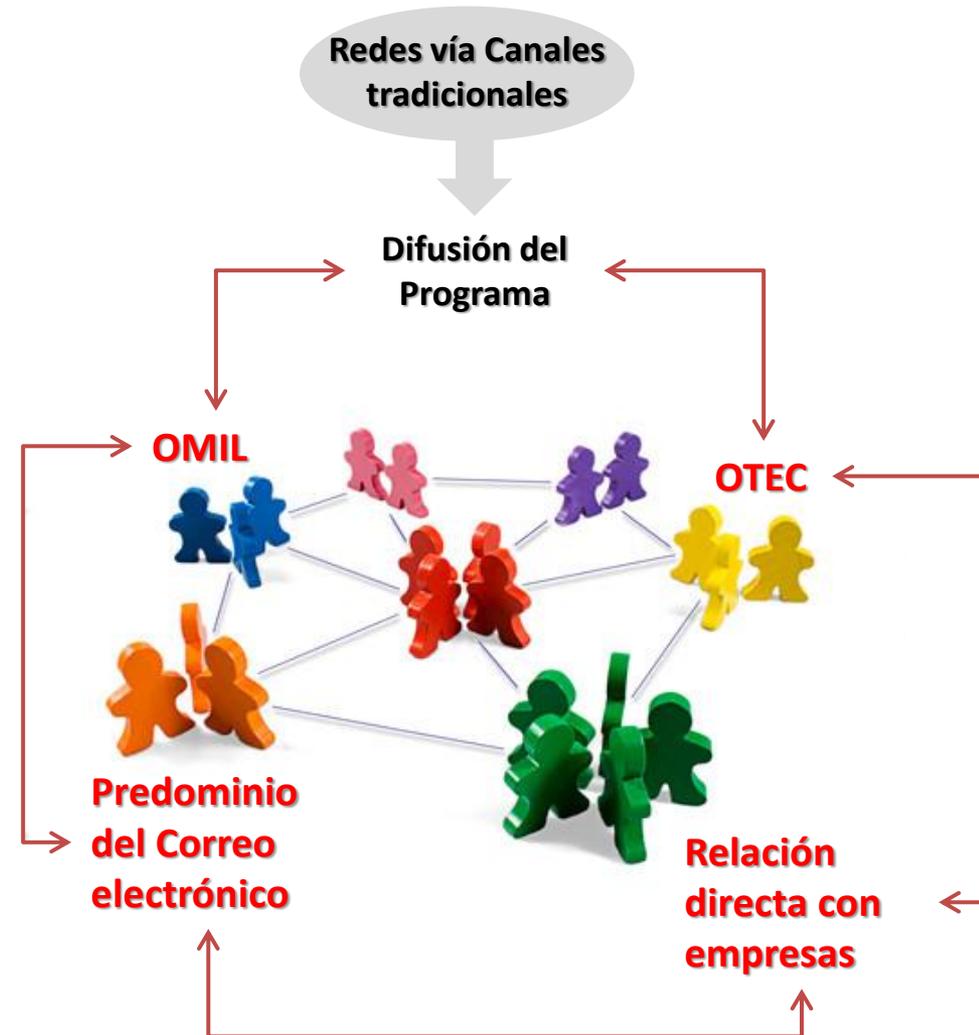


6. Conclusiones por Dimensiones

Redes de Trabajo

2.- La construcción de redes de trabajo con otros organismos institucionales y privados es vital para la difusión del Programa. A menudo, el Programa se nutre de redes preexistentes entre estos órganos y en menor medida construye redes para difundir el Programa.

Así, el Programa funciona con redes comunales como las OMIL y con redes privadas como las mismas OTEC que pasan ofreciendo el Programa a las empresas.



6. Conclusiones por Dimensiones

Relación entre rubro y disposición de la empresa a la Capacitación

3. Existe la percepción que empresas que presentan rubros más técnicos que requieren altos niveles de calidad en sus trabajadores, son más receptivos a la capacitación que empresas de otros rubros. Es interesante notar que del mismo modo, las empresas que presentan una mayor disposición a la capacitación son más adeptas a la contratación de jóvenes con algún grado de especialización, pues el perfil de estos es más “ajustable” a las dinámicas internas de trabajo según las empresas. Ello lo logran contactando jóvenes principalmente a través de los liceos técnicos o industriales.

Rubros más técnicos



Búsqueda de Jóvenes con perfil ad hoc en Liceos Técnicos e Industriales

II. Postulación

Predominio de la Motivación Económica en la Postulación

1.- La principal motivación para postular al Programa por parte de los Empresarios es la bonificación a la contratación de mano de obra. El aspecto de contar con mano de obra capacitada pasa a segundo plano.

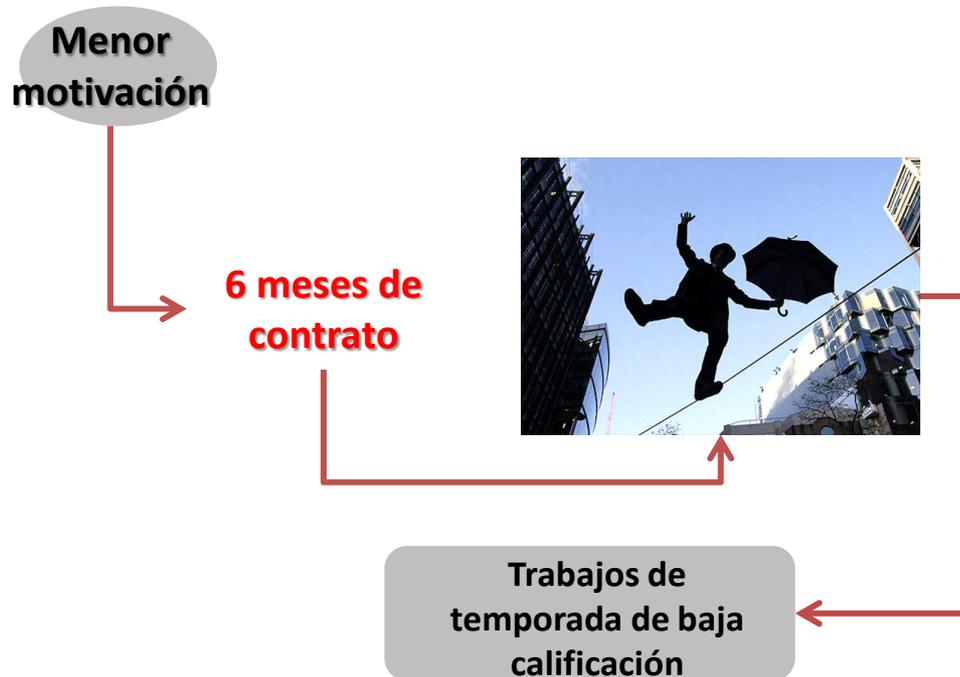
Esto resulta interesante en la medida que es el aspecto de la empleabilidad e inserción de la mano de obra al mercado laboral lo que más es valorado por los Empresarios, mucho más que la capacitación.



II. Postulación

2.- El aspecto del Programa que más dificultad genera entre los postulantes es la necesidad de contratar por 6 meses a la persona en la medida que es un riesgo elevado para el postulante.

Este aspecto es explicado mayormente por el tipo de función que desempeñan los jóvenes al interior de la empresa. Esta función muchas veces pasa por empleos de temporada, donde las empresas contratan grandes volúmenes de mano de obra. En casos muy acotados y relacionados con algunos rubros y tamaños de empresa (Minería y en menor medida el comercio en empresas pequeñas) existe una predisposición a la contratación del Joven más allá de los 6 meses de contrato exigidos por SENCE.



II. Postulación

Postulación Engorrosa

3.- La Postulación resulta ser un trámite engorroso al tener que adjuntar los documentos y formularios en papel. Ello dificulta y retrasa la evaluación de los antecedentes y la emisión de la respuesta al postulante.

En este punto es interesante notar como incide el tamaño de las empresas en relación al trámite de postulación.

En ese sentido, empresas de mayor tamaño no presentan grandes complicaciones con el trámite de postulación aunque igualmente declaran que es engorroso. No ocurre lo mismo con empresas pequeñas y micro, sobre todo de la región del Maule, que dependen en gran medida de la OTEC para realizar estos trámites.



III. Relación con el grupo Objetivo

Perfil ideal de los Grupos Objetivos

1.- El perfil ideal solicitado por los Empresarios en las tres líneas del Programa, se basa principalmente en habilidades blandas como la responsabilidad, el compromiso y las ganas de aprender, pues las funciones requeridas por estas empresas son de baja calificación. Si una persona cumple con esos requisitos, lo técnico y la experiencia pasan a segundo plano.

No obstante, en empresas de rubros más técnicos, como los de Minería, Manufacturas y algunas de Actividades Inmobiliarias, requieren que el recurso humano al menos tenga un conocimiento básico de la función en la que va a trabajar. Este punto resulta interesante, pues estas empresas utilizan el programa para capacitar a los jóvenes en áreas que son de su interés lo que privilegia la posibilidad de proyectarse laboralmente al interior de la empresa.

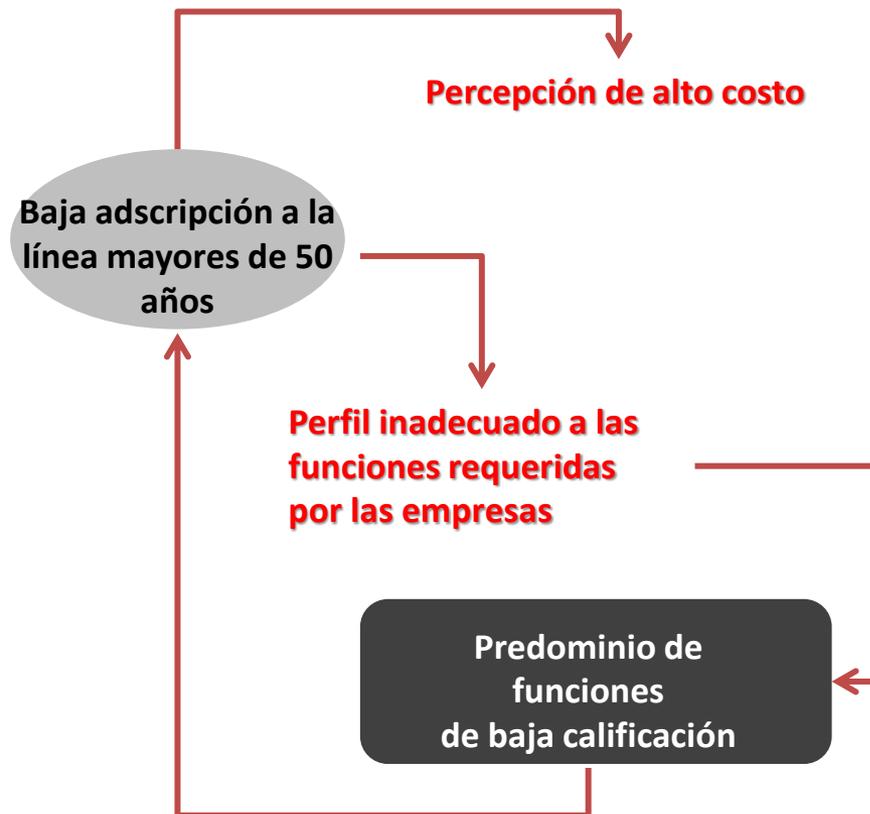


III. Relación con el grupo Objetivo

Baja adscripción a la línea Mayores de 50 años

2.- En todas las regiones entrevistadas, el perfil menos atractivo para las empresas resulta ser el de los mayores de 50 años. En esta línea, se observa que los empresarios de todos los rubros no optan por este tipo de trabajadores, pues las funciones a las que son destinados requieren otro tipo de perfil que se adecúa mucho más con los jóvenes.

En conclusión, hay una alta relación entre tipo de función y perfil solicitado. Del mismo modo, la relación que existe entre el precio de uno y otro también es un antecedente que incide en la adscripción o no a esta línea del Programa.



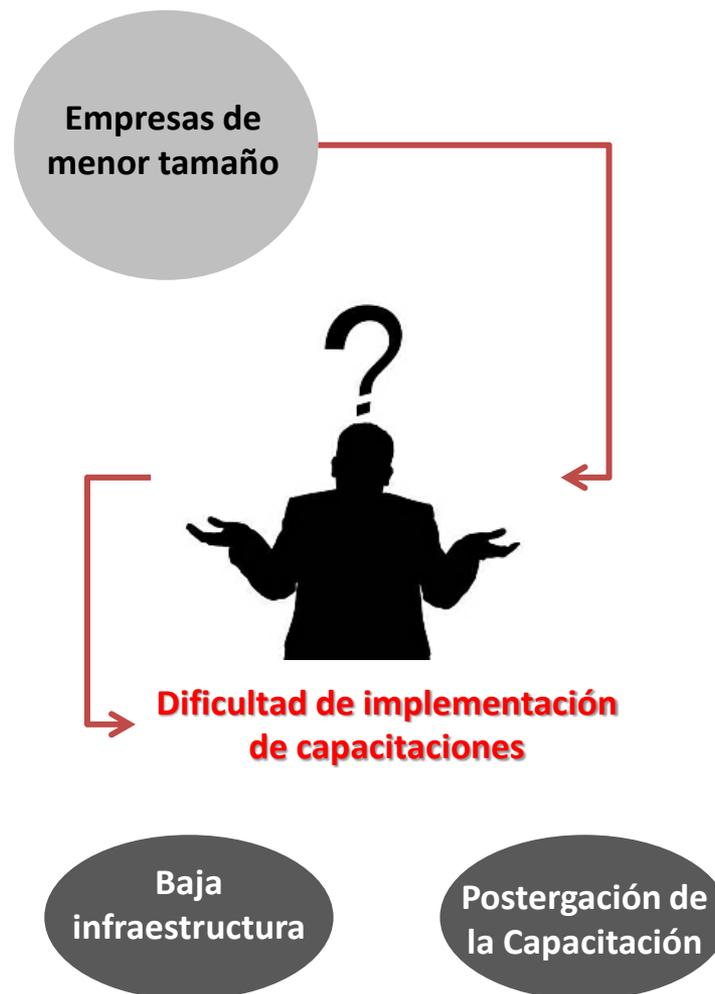
IV. Implementación del Programa

Incidencia del Tamaño en la implementación de la capacitación

1.- El tamaño de las empresas resulta relevante y altamente explicativo en relación a la disposición que tienen los empresarios a la capacitación y al cómo se ha implementado ésta a lo largo del Programa.

En efecto, las empresas pequeñas, que cuentan con menores recursos les ha sido muy difícil implementar las capacitaciones, sobre todo porque carecen de un lugar adecuado para llevar adelante las capacitaciones o porque muchas veces, el apremio de la producción les lleva a postergar dicha realización.

Las empresas grandes en cambio cuentan con mayores recursos lo que les permite llevar adelante las capacitaciones sin mayores contratiempos.



IV. Implementación del Programa

Baja adecuación de las funciones desarrolladas por los Jóvenes responde al tamaño de la empresa

2. Del mismo modo, es posible observar que la percepción de los jóvenes de la adecuación de las funciones que cumplen dentro de la empresa respecto de las capacitaciones difiere según el tamaño de las empresas.

De este modo, en empresas medianas y de menor tamaño a los jóvenes se les capacita esporádicamente y realizan una diversidad de funciones que se relaciona más bien con las necesidades del momento de la empresa lo que genera un desencanto con el trabajo realizado.

Empresas de
menor tamaño

Polifuncionalidad de los Jóvenes

Baja adecuación a las
capacitaciones recibidas

Desencanto con la
capacitación

