

Citar: Apellidos, N. (2015) "Título", en: González García, E.; García Muñiz, A.; García Sansano, J. e Iglesias Villalobos, L. (Coords.). *Mundos emergentes: cambios, conflictos y expectativas*. Toledo: ACMS, pp.

LA CAPACIDAD DE LOGRAR EL EFECTO QUE SE DESEA O SE ESPERA. UN ESTUDIO SOBRE LA DESIGUAL EFECTIVIDAD DE LOS MEDIOS DE ACCESO AL EMPLEO DE LOS JÓVENES EN ESPAÑA

José Manuel García Moreno. *Universidad de Granada*

Rafael Martínez Martín. *Universidad de Granada*

Resumen

Para tratar de acceder al mercado de trabajo son múltiples las vías por las que se puede optar. El estudio de estas vías y su efectividad permite descubrir los diferentes mecanismos y estrategias que ayudan a conseguir la inserción laboral. Así mismo, el estudio de las vías de acceso nos sirve para determinar en qué medida los jóvenes españoles actúan de forma eficaz a la hora de buscar empleo. Como bien sabemos, llegar al mercado de trabajo es, sin lugar a dudas, el principal camino que tienen en la actualidad los jóvenes españoles para iniciar su transición a la edad adulta, transición que debería desembocar en la inserción social plena como miembro de la sociedad en la que desarrollar todo su proceso de experiencia socio-histórica. La crisis de identidad que están viviendo los jóvenes españoles como consecuencia de las desigualdades en el acceso al mundo del adulto exige el análisis del funcionamiento de los mecanismos de incorporación al mundo del trabajo y la puesta en común de aquellos que son más eficaces y a partir de los cuales se obtienen mejores resultados de cara a esa inserción social que debe ser lo menos desigual posible.

En este trabajo vamos a analizar cuáles han sido y son los recursos, los medios que utilizan los jóvenes para buscar empleo y lo contrastaremos con los medios a través de los cuales finalmente accedieron al mercado de trabajo.

Palabras clave: juventud, empleo, adulto, desigualdad, inserción social, crisis

1.- Los recursos estratégicos de inserción y desigualdad

Cuando analizamos la efectividad de los medios de búsqueda de empleo debemos partir también de cuáles son los recursos que se poseen y, con ello, entender en qué medida eso termina generando distintas posiciones en la estructura social. Esos recursos pueden ser tanto objetivos como subjetivos.

Cuando hablamos de los recursos objetivos nos estamos refiriendo a aquellos que han sido utilizados a lo largo de toda la tradición investigadora y teorizadora para el análisis de la estratificación social. También nos estamos refiriendo a esos recursos por los que se compete en el escenario del posicionamiento social en relación a su distribución (Carabaña 1983: 41) Dentro de los recursos objetivos tendríamos el capital económico o físico, el capital humano y el capital social. Una triada que, usada desde un punto de vista estratégico por los individuos, se relacionan con la colocación y el logro ocupacional y social (en tanto que posición social en la estructura).

Uno de los recursos de mercado de los que hemos hablado es el del capital físico o económico, como elemento importante de cara a la inserción laboral de los hijos. Decía Boudon (1983: 23) que "entre las diversas formas de desigualdad, la desigualdad de oportunidades es la que aparece, con las desigualdades económicas, como la más refractaria al cambio". Es decir, las oportunidades entendidas en términos de recursos o como "desigualdades en oportunidades escolares y oportunidades socio-profesionales" (Ibídem, 25), junto con las desigualdades económicas, son los factores que, en mayor medida, influyen en las diferencias en la distribución de los actores en la estructura social, incluso en sociedades como las industriales, donde otro tipo de desigualdades como las políticas parecía que iban desapareciendo. El segundo recurso es el del capital humano, recurso en el que el papel de la familia es determinante. En relación a esta idea, Ibáñez Pascual (1999: 12) afirma que "cabe la posibilidad de que el uso de las estrategias educativas por parte de la familia se esté generalizando", pero entiende que lo que se puede estar produciendo realmente es una especialización según diferentes tipos de familias como, por ejemplo, familias que basen su posición de privilegio dentro de la estructura ocupacional en su posesión de capital humano pueden entender que, para que sus hijos no desciendan en esa estructura, es necesario adoptar la estrategia de éxito educacional como forma de inserción laboral que lleve al mantenimiento del estatus. Estas constituirían el tipo de familias que más utilizarían como estrategia de colocación el aumento del nivel educativo.

De esta forma cobran sentido alguna de las conclusiones de Boudon (1983: 41) cuando afirmaba que la "probabilidad para un individuo de alcanzar un nivel de instrucción elevado es mayor si" la familia, padre o madre, "tienen un estatus socio-profesional elevado", y que "la probabilidad para un individuo de alcanzar un nivel social elevado es mayor, cualquiera que sea su nivel de instrucción, si el estatus social de" la familia" es más elevado. Así mismo, Ibáñez Pascual (1999: 14) señala que los estudios de los padres tienen una fuerte influencia en las posibilidades de inserción laboral de los hijos. Cuanto más crece el nivel de estudios de los padres menos posibilidades hay de que los hijos dejen los estudios, en tanto que la orientación de los padres hacia la continuidad educativa de los hijos es mucho más alta. Además, las posibilidades de permanecer estudiando a tiempo completo son mayores y más ordenadas, "a medida que aumenta el prestigio ocupacional del padre".

Y, finalmente, nos queda el recurso del capital social y su derivado, las redes sociales. En este trabajo partimos de una idea ya contrastada, y es que los familiares, los amigos y contactos son el recurso más utilizado de cara al empleo como nexo eficaz y eficiente entre la demanda y la oferta de empleo. Se trata de un recurso asociado a la disponibilidad de información de la situación del mercado laboral. El capital social está influenciado por características estructurales de las relaciones sociales tanto de los padres como de los hijos. No todos los contactos tienen el mismo valor como facilitadores del acceso al mercado laboral. Martín Aranaga (2000: 228), citando el trabajo de Degenne y Forsé (1994), y utilizando las aportaciones de Granovetter (2000; 2003), afirma que las relaciones sociales, la red social, no funciona de la misma forma en todos los casos. Es decir, al igual que el resto de recursos estratégicos, se encuentran mediatizadas por factores no siempre controlables por los individuos. Para ello realizan las siguientes afirmaciones:

1.- Las posibilidades de conseguir el resultado esperado tras la utilización de la red social aumentan a medida que el contacto utilizado tiene un estatus social más elevado.

2.- Las posibilidades de éxito en la asignación del recurso, entre individuos de similar estatus social, se encuentran determinadas por el tipo de red que se utilice. Aquel que sólo utilice la red de lazos débiles

tendrá mayores posibilidades que el que sólo utilice la red de lazos fuertes, ya que las posibilidades de acceder a más y mejor información aumentan de forma importante.

3.- El estatus social influye en la efectividad de la red. Una persona de estatus elevado puede obtener buenos resultados tanto utilizando lazos débiles como fuertes, mientras que una persona con estatus bajo lo conseguirá en mayor medida utilizando lazos débiles.

En suma, como señala Requena Santos (2001: 2), "la disponibilidad de amigos es una consecuencia directa de la localización física y de la ubicación de los individuos en la estructura social" y ya sabemos que, en relación a esto la familia es clave.

2.- La utilidad de la red social

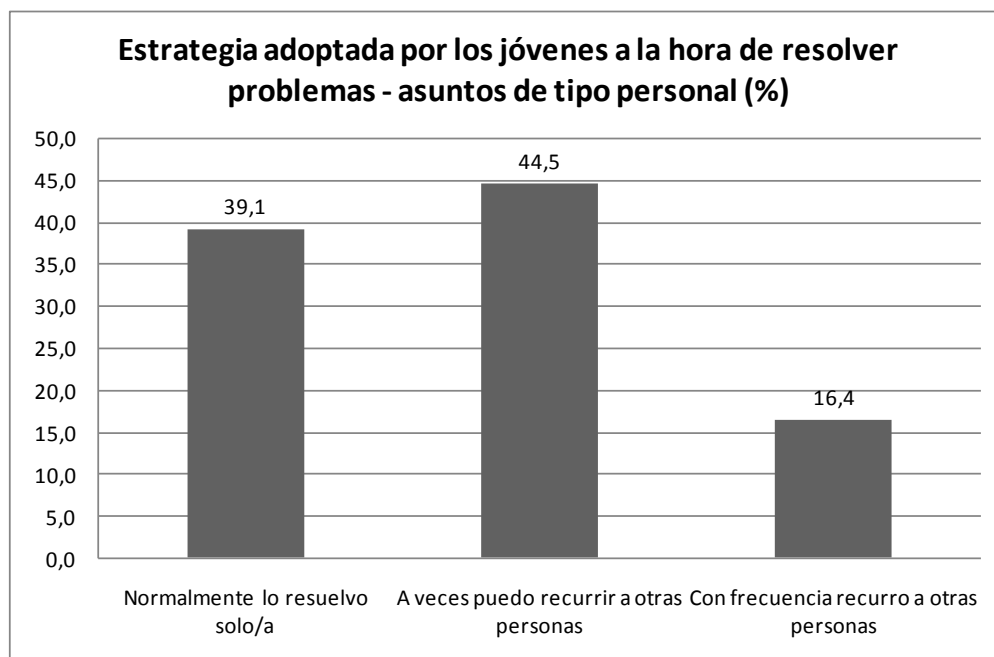
Usar la red social es darle a ésta un valor utilitario en tanto que genera un beneficio que revierte sobre el individuo pero que, al tiempo, contribuye al entretejido social de relaciones entre personas. La red social es la red de relaciones en la que los individuos desarrollan la mayor parte de su vida cotidiana.

¿Es útil la red social? La respuesta es afirmativa, y lo es en tanto ésta permite al individuo amortiguar no sólo las consecuencias de los problemas de su vida diaria, sino que alarga su influencia hasta la propia inserción y transición a la vida adulta de los jóvenes. Para que esto sea así, para que los jóvenes asuman el valor de la red en este elemento trascendental, deben experimentar el valor de la misma en aspectos de su vida cotidiana, ya que desde lo micro podemos dar el salto a lo macro.

Cuando una persona tiene un problema, lo más común es que acuda a su entorno más cercano buscando poder solucionarlo o, simplemente, la comprensión, el apoyo y, sobretodo, la confianza necesaria para seguir adelante. La red social, ese entorno que dibuja círculos alrededor de la persona sobre la base de la consanguinidad o la amistad, amortigua y da el apoyo social y psicológico que las personas necesitan. ¿Cómo actúan las personas jóvenes cuando tienen un problema? ¿Lo resuelven solos o se sirven de su entorno social para hacerlo? En el Gráfico 1 vemos cómo la mayoría de los jóvenes recurre a otras personas para resolver los problemas o asuntos de tipo personal con mayor o menor frecuencia. Si bien hay muchos jóvenes (en torno al 40%) que dicen que normalmente resuelven los problemas por sí mismos (el propio concepto de "normalmente" no implica "siempre"), para la mayoría la red, el entorno, recurrir a otras personas que le rodean, se convierte en la forma de amortiguar dichos problemas.

Este importante valor que dan los jóvenes al entorno como espacio en el que solucionar los problemas personales, nos obliga a pensar que si el paro es un grave problema tanto de España como de los jóvenes (como viene reflejado en todos los estudios de juventud y en el conjunto de los Barómetros del CIS), y si la aspiración de la mayoría, que es encontrar trabajo y alcanzarlo con seguridad y estabilidad es cada vez una meta más difícil, estamos ante un problema-asunto de tipo personal. En ese caso, según la mayoría ¿a quién hay que acudir ante un problema de este tipo? La respuesta es clara y directa, a otras personas, pues esas otras personas resultan útiles para resolver los problemas personales, y el paro, el desempleo son un problema personal.

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del fichero de microdatos del “Sondeo sobre la juventud española” – Estudio 2733 (2007) del Centro de Investigaciones Sociológicas (www.cis.es).

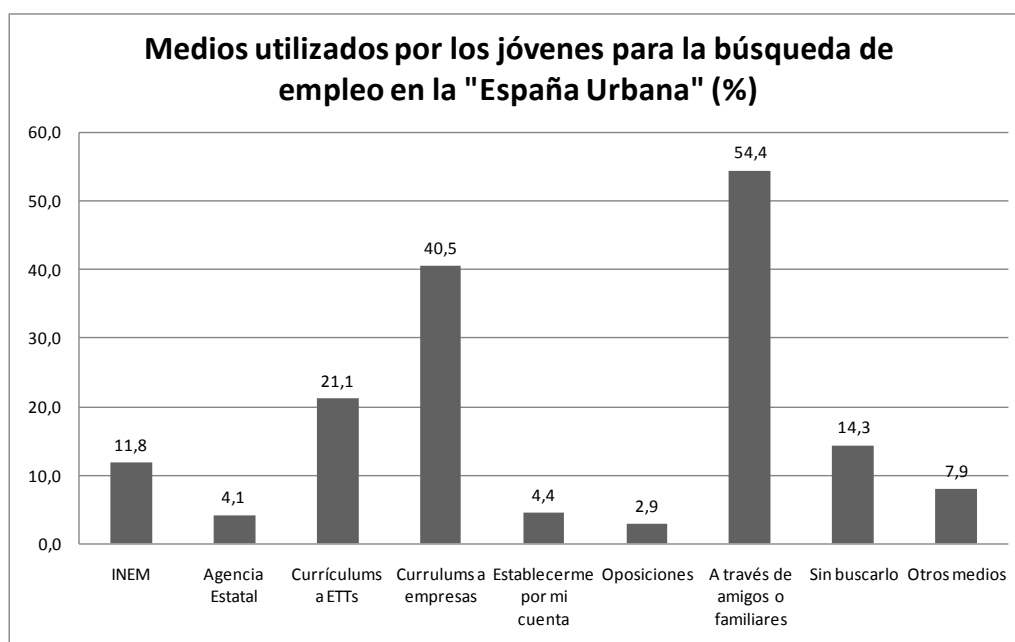
3.- Los medios para la búsqueda del empleo

Cuando una persona, en nuestro caso un joven, se plantea que quiere encontrar un trabajo, pone en marcha los recursos estratégicos entretejidos a largo de su socialización tanto primaria como secundaria. Y, ¿cuáles son los medios utilizados por los jóvenes a la hora de buscar empleo? La respuesta la encontramos en el Estudio “Los jóvenes y el mercado de trabajo en la España Urbana: resultados del Observatorio de Inserción Laboral 2005/2006”, que realizó el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) y Bancaja en el año 2006. Según los datos de ese informe (Gráfico 2), los jóvenes de la que ellos denominan “España Urbana”⁴⁶ utilizan como medio fundamental para buscar empleo los amigos o familiares (la búsqueda a través de la red es utilizada por el 54,4% de los jóvenes). En segundo lugar, estaría la propia iniciativa de los jóvenes que buscan empleo dejando currículums en empresas: a la empresa directamente o a través de una empresa de trabajo temporal (ETT). Así mismo, estarían aquellos que no fueron a buscarlo sino que más bien “el trabajo vino a

⁴⁶ El estudio de IVIE y Bancaja forma parte de una serie longitudinal que se inició en el año 1996 y que culmina en el año 2006. Se trata de un estudio que en sus primeras ediciones se centraba sólo en los jóvenes de la Comunidad Valenciana, pero que en el año 1999 incluyó a los jóvenes de Madrid y Barcelona. En el estudio de 2005 incluyeron también dentro de la muestra a los municipios de más de 50.000 habitantes, denominando a esa parte de la muestra como “España Urbana”, y realizando en esta delimitación teórica un total de 2.969 encuestas, lo que da fe de la calidad de los datos dado su alto grado de representatividad estadística. Si bien somos conscientes de que no se recoge información del conjunto de la juventud española, sí creemos firmemente que las conclusiones a las que llegan marcan tendencias que podrían ser extrapolables a ese conjunto ya que, si en las zonas urbanas la red social tiene la importancia que tiene, más aún lo en los ámbitos más pequeños (localidades de menos de 50.000 habitantes).

ellos” (14,3%). Un nuevo dato llamativo es que los medios oficiales de búsqueda de empleo son escasamente utilizados por los jóvenes, sólo el 11,8% utilizó el INEM para buscar trabajo. Lo que parece claro es que la ineficacia del sistema público de búsqueda de empleo lleva a los jóvenes a no usarlo, en tanto que ineficacia asumida y aprehendida. Establecerse por su cuenta o estudiar para obtener una plaza laboral por oposición son las dos opciones de búsqueda de empleo menos utilizada por los jóvenes.

Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe “Los jóvenes y el mercado de trabajo en la España Urbana: resultados del Observatorio de Inserción Laboral 2005 (2006), Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas y Bancaja (www.ivie.es).

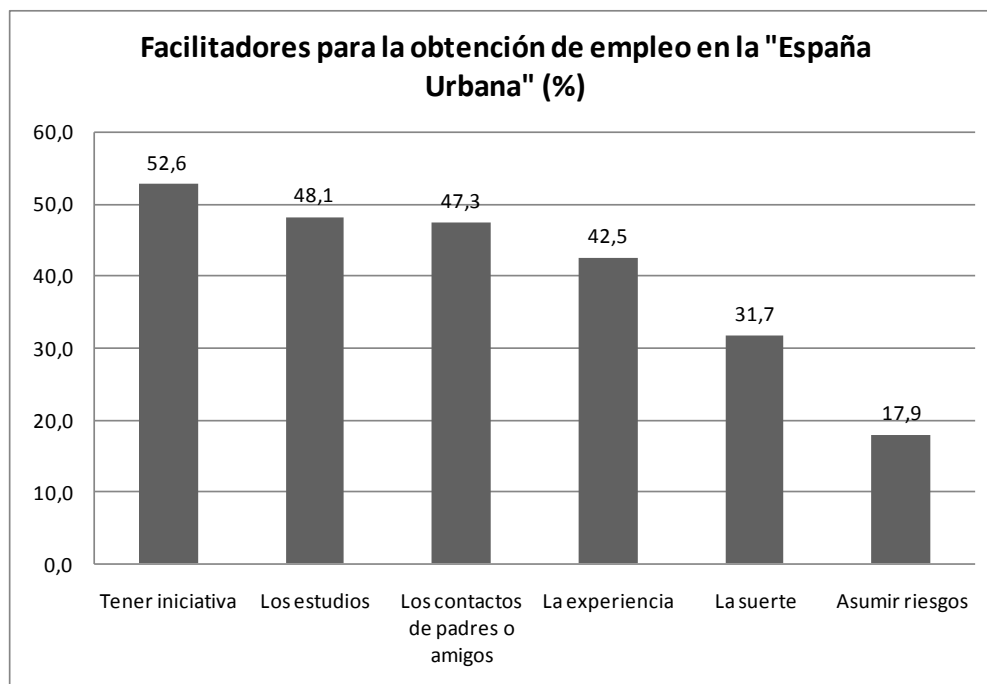
4.- Recursos facilitadores y dificultadores para la obtención de empleo

Más allá de los métodos de búsqueda, es de nuestro interés conocer cuáles son los recursos propios y ajenos, aquellos cuya posesión o no facilitan a los jóvenes la obtención de empleo en España.

El citado informe de IVIE y Bancaja (2006) ofrece una panorámica muy interesante sobre cuáles son esos facilitadores para la obtención de empleo en la “España Urbana” (Gráfico 3). Preguntados los jóvenes sobre cuáles son los tres elementos principales que les han facilitado encontrar un empleo, los resultados obtenidos son muy esclarecedores de qué atributos propios o externos hay que tener para poder contar con mayores posibilidades para encontrar trabajo como paso de inicio al proceso de transición a la vida activa. Los tres principales facilitadores para que los jóvenes obtengan el empleo en la “España Urbana” son tener iniciativa (52,6%), los estudios (48,1%) y los contactos de padres o amigos (47,3%). Estamos por tanto ante una suma de facilitadores sumamente interesantes y que ponen de manifiesto que aquellos jóvenes que quieren encontrar empleo en España deben articular una conjunción entre la propia iniciativa del joven (estar activado en la búsqueda de empleo, buscar activamente como actitud individual el empleo), los estudios realizados (que actúan como credenciales que abren o cierran puertas en el mundo laboral) y la red social (como espacio que pone en contacto

nodos de información, nodos de oferta y demanda). Una de las claves del comportamiento estratégico en la utilización de las redes sociales está precisamente en esto, de cara al éxito en la transición: saber unir en un mismo fin (conseguir un empleo) la disposición al trabajo, la formación alcanzada y la red social de la que se dispone y en la que se ha invertido.

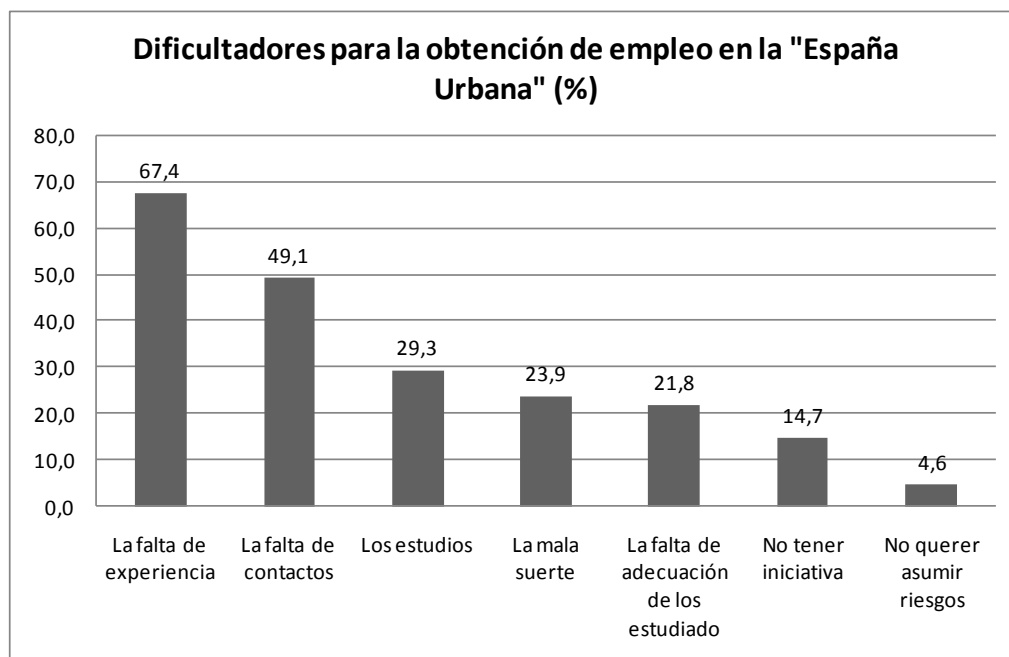
Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe “Los jóvenes y el mercado de trabajo en la España Urbana: resultados del Observatorio de Inserción Laboral 2005 (2006), Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas y Bancaja (www.ivie.es)

Junto a estos tres facilitadores básicos encontramos otro muy importante y este es el de la experiencia. En el estudio 2631 del CIS (2006) cuando se pregunta a los jóvenes por las razones que explican el paro juvenil se señalaba que, entre éstas, se encuentra el hecho de que los empresarios no contratan a gente sin experiencia. Los datos que manejamos ahora confirman esa opinión. Es decir, aquellos jóvenes a los que se les ha preguntado sobre qué aspecto les facilitó el acceso al empleo, ratifican que la experiencia puede ser un plus que ayude a la entrada al mercado laboral. También llama la atención que el 31,7% considere que un aspecto tan volátil como la suerte pueda actuar como facilitador del empleo. Estar en el sitio adecuado y en el momento adecuado, cruzarse con la oportunidad, parecen actuar también como viento a favor del acceso al empleo. Finalmente vemos que el facilitador “asumir riesgos” es el que menos preponderancia tiene. Es lógico porque, como debemos recordar, un ejemplo de asunción de riesgos es el hecho de establecerse por su propia cuenta, crear una empresa, etc., hecho que, como sabemos, es uno de los métodos de búsqueda menos utilizados.

Gráfico 4.



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe “Los jóvenes y el mercado de trabajo en la España Urbana: resultados del Observatorio de Inserción Laboral 2005 (2006), Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas y Bancaja (www.ivie.es).

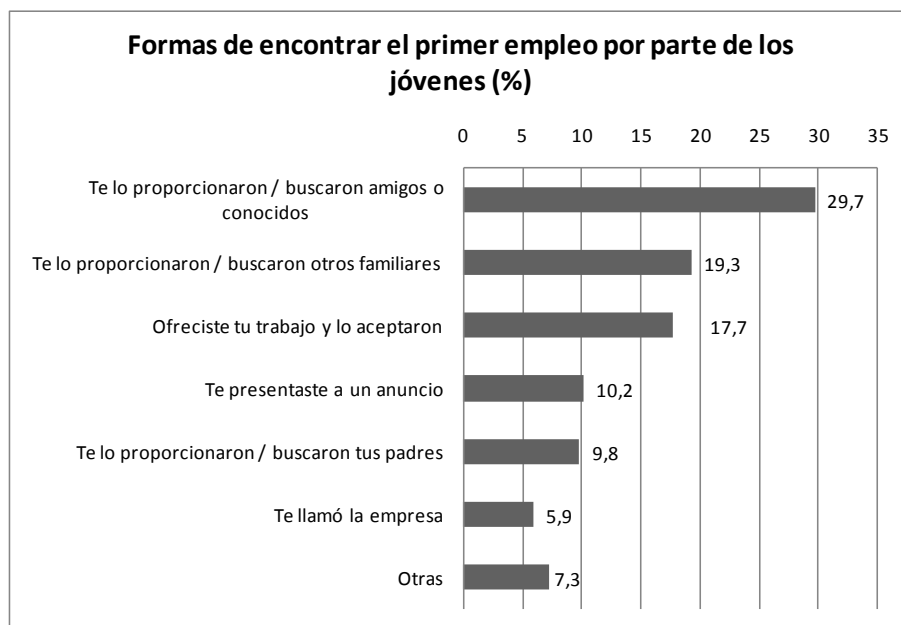
No sólo es interesante saber cuáles, en opinión de los jóvenes, son los principales facilitadores para la obtención de empleo, sino también qué aspectos, factores o elementos que no se poseen pueden dificultar la obtención del trabajo. Los datos que nos aporta el estudio de IVIE (2006) son muy sugerentes al respecto (Gráfico 4). El 67,4% de los jóvenes considera que la falta de experiencia es el principal dificultador para la obtención de empleo. En este punto, y volviendo al estudio 2631 del CIS (2006), esa era precisamente la principal razón del paro juvenil en España según los propios implicados, los jóvenes. A la falta de experiencia se le une, en segundo lugar, la falta de contactos (49,1%), o lo que es lo mismo, no tener red social para el acceso al empleo dificulta sobremanera esa entrada al mercado laboral. Los estudios ocupan el tercer lugar (29,3%), quedando la mala suerte y la falta de adecuación de lo estudiado con un 23,9% y un 21,8% respectivamente. Finalmente estarían el no tener iniciativa y no querer asumir riesgos. Así, y a modo de ejemplo de conclusión, podemos concluir que la red facilita el acceso al empleo y no tenerla lo dificulta.

5.- Mecanismos y estrategias de acceso al empleo

Ya sabemos que los jóvenes cuando tienen un problema acuden a su entorno más cercano y sabemos que cuando de encontrar un empleo se trata, el medio más utilizado es el entorno de familiares y amigos, es decir, ese mismo entorno más cercano. Pero, a partir de ahí, ¿cómo realmente encuentran empleo los jóvenes en nuestro país? Y más en concreto, ¿cuál es la vía, el mecanismo, la estrategia más utilizada por los jóvenes españoles a la hora de encontrar, por ejemplo, su primer empleo?

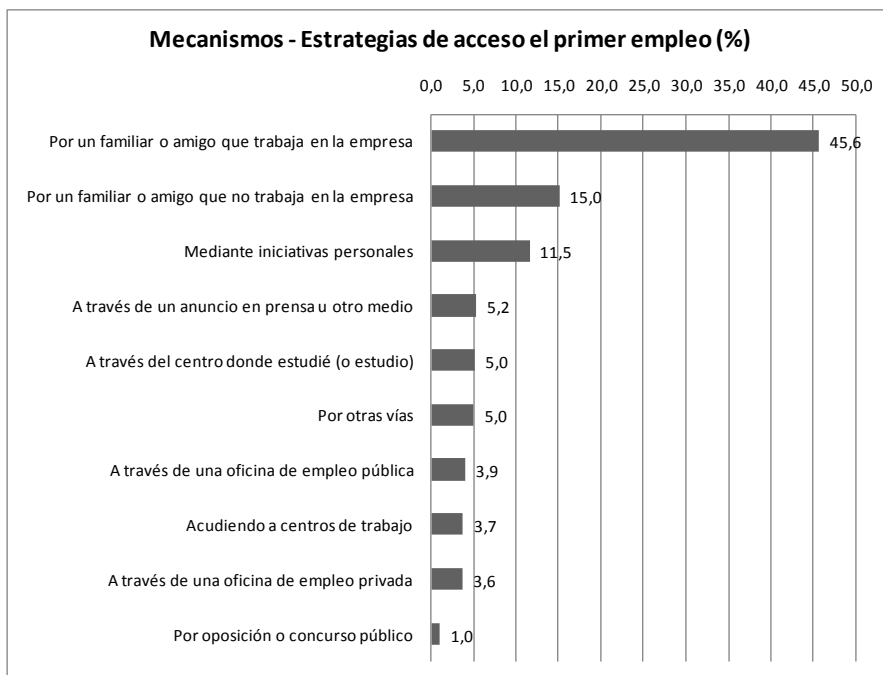
La red social, la familia, los amigos y contactos, la estrategia de búsqueda a través de la cual los jóvenes mayoritariamente encuentran su primer empleo. Pero esta conclusión no se basa en un solo estudio. En concreto hemos encontrado datos en tres investigaciones diferentes que vienen a confirmar esa conclusión. La primera (Gráfico 5) con datos del INJUVE 2008, la segunda con datos del Estudio 2733 del CIS (Gráfico 6), la tercera con datos del Informe de la Juventud en España de 2012 (INJUVE, 2012) (Gráfico 7).

Gráfico 5



Fuente: Elaboración propia a partir del capítulo II "Economía, empleo y consumo" del Informe de la Juventud en España (2008), INJUVE, Ministerio de Igualdad.

Gráfico 6



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del fichero de microdatos del “Sondeo sobre la juventud española” – Estudio 2631 (2006) del Centro de Investigaciones Sociológicas (www.cis.es).

Gráfico 7



Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del fichero de microdatos del “Informe de la Juventud en España” (2012), INJUVE.

El conjunto de los resultados de los últimos tres y cuatro gráficos deja patente que la red social es en nuestro país, la estrategia de acceso al mundo laboral más utilizada. La red social, el entorno familiar, los amigos, parecen ser el escenario en el que los españoles jóvenes se mueven con más facilidad de cara a la consecución del objetivo de inserción laboral.

En todos los estudios el porcentaje de los que encuentran empleo a través de la red social, es elevado. Son especialmente llamativos en cuanto a la importancia de la red para acceder al primer empleo los estudios 2631 del CIS y el INJUVE (2008). En el primero, el porcentaje de jóvenes que afirma haber encontrado empleo a través de amigos o familiares que trabajaban o no en la empresa en la que encontró el empleo llega al 60,6%. Por su parte, los datos del INJUVE (2008) indican que el 58,8% de los jóvenes españoles encontró su primer empleo a través de conocidos, familiares o a través de los padres mientras que en el INJUVE (2012) (en el peor momento de la crisis económica) el porcentaje de los que encontró el empleo a través de la red social descendió al 32,1%.

Pero de ese conjunto de datos no sólo nos debemos quedar con los que se refieren al uso de la red social. En concreto nos referimos al uso como medio de acceso al empleo de los mecanismos formales tales como las Oficinas Públicas de Empleo. En el caso del estudio del CIS 2631 sólo el 3,9% de los jóvenes encontró empleo por esta vía y en el INJUVE de 2012 ese porcentaje se sitúa en el 1,9%. Lo que sí parecen confirmar estos datos es que ni el medio es utilizado para buscar ni, al final, resulta ser una vía interesante para encontrar empleo.

Frente a este caso, tener propia iniciativa, presentarse en persona a solicitar un puesto de trabajo, parece ser una vía que da ciertos resultados en el proceso de acceso al mercado laboral. En el caso del estudio del INJUVE DE 2008, el porcentaje de jóvenes que utilizó esta estrategia para encontrar empleo y lo consiguió ascendió al 17,7% siendo en el estudio de 2012 de un 19% y quedando en el caso del Estudio del CIS 2631 en el 15,1%⁴⁷. Recordemos que uno de los facilitadores era, precisamente, el “tener iniciativa”.

6.- Conclusiones: La eficiencia y eficacia de los medios – estrategias para la inserción laboral de los jóvenes

Llegados a este punto, lo que tenemos muy claro es que la red social es uno de los mecanismos más utilizados, tanto porque facilita la entrada al mercado laboral, como porque recorta los tiempos de acceso. La red social, aparentemente, se muestra muy eficaz de cara al acceso al mercado laboral. Pero no hemos analizado aún su eficiencia⁴⁸, es decir, si hay o no correspondencia entre el método utilizado para la búsqueda de empleo y que al final se haya obtenido el mismo a través de ese método o estrategia de búsqueda. En definitiva, los métodos y estrategias son eficaces, ahora de lo que se trata es de ver si en verdad son eficientes.

El estudio sobre “Los jóvenes y el mercado de trabajo en la España Urbana” de IVIE (2006) nos proporciona una forma de medir dicha eficiencia y unos resultados muy esclarecedores. Se indica en

⁴⁷ En este caso, sumamos los porcentajes de “mediante iniciativas personales” y “acudiendo a centros de trabajo”, ya que ambas opciones se corresponden con mecanismos propios de acceso al empleo.

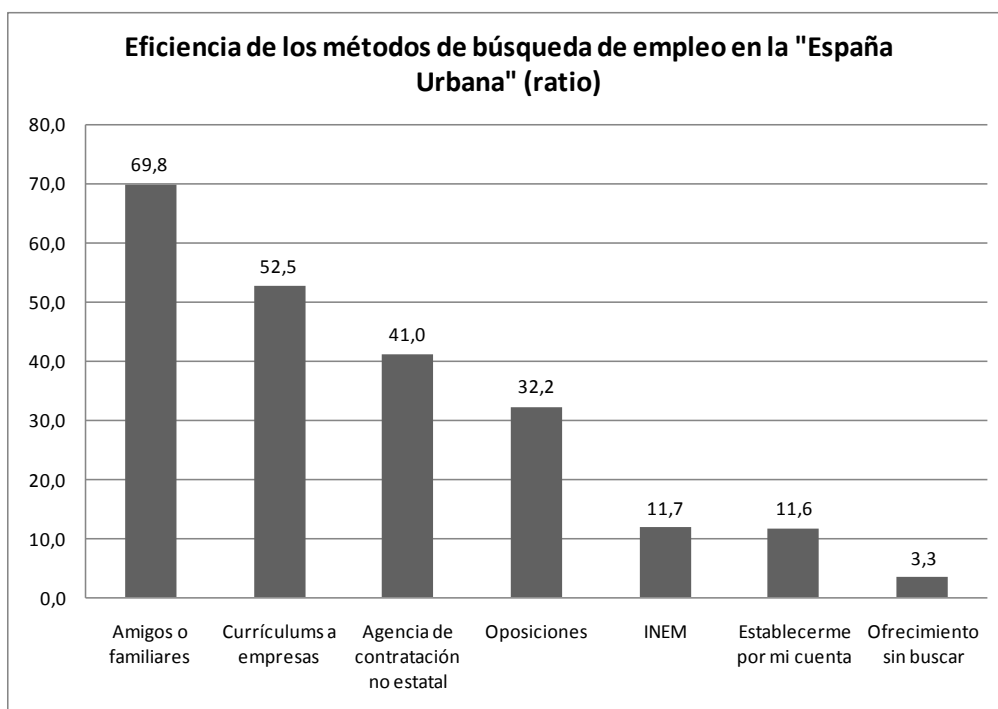
⁴⁸ Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española se entiende por eficacia “la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera”, en nuestro caso el acceso al mercado laboral, mientras que la eficiencia se define como “la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado” o, en nuestro caso, la capacidad con la que, a partir de cada uno de los medios de búsqueda se alcanza el objetivo.

este estudio, y estamos de acuerdo, que no sólo debemos quedarnos en conocer cuáles son los métodos de búsqueda más utilizados, sino que debemos conocer cómo, más allá del método, se ha accedido al empleo. La forma en que se mide esta relación es un ratio resultante del cociente entre la frecuencia con que un determinado método de búsqueda ha sido eficaz para conseguir un empleo y la frecuencia de sujetos que lo han utilizado para buscar empleo, multiplicado todo por 100 (IVIE, 2005: 171).

Partiendo de estas consideraciones metodológicas tenemos que indicar que los datos (Gráfico 8) son especialmente llamativos. El ratio de eficiencia de las redes sociales, de los amigos y familiares es el más alto del conjunto de los métodos de búsqueda, situándose en casi el 70% (en concreto el 69,8%). Es decir, que casi 7 de cada 10 o, lo que es lo mismo, casi 70 de cada 100 jóvenes que utilizaron la red social para buscar empleo lo consiguieron. Estaríamos ante la estrategia de inserción laboral más eficiente.

También el envío de currículums a empresas aparece como un método ciertamente eficiente en el 52,5% de los casos. Las agencias de contratación no estatal (como pueden ser las ETTs) tienen un ratio de eficiencia del 41%, las oposiciones de un 32,2%, el INEM sólo del 11,7%, mientras que establecerse por su cuenta un 11,6%. Si nos detenemos un momento en este último dato nos encontramos con un hecho a destacar: las enormes dificultades con que cuentan los empresarios españoles, y en nuestro caso los emprendedores jóvenes, para poder establecerse por su cuenta, ya que poco más de 1 de cada 100 que lo intentó lo consiguió.

Gráfico 8



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe “Los jóvenes y el mercado de trabajo en la España Urbana: resultados del Observatorio de Inserción Laboral 2005 (2006), Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas y Bancaja (www.ivie.es).

¿Y qué ha sucedido con motivo de la crisis económica? ¿Siguen siendo eficaces los medios – estrategias de búsqueda y acceso al mercado de trabajo en el caso de los jóvenes? No contamos con datos que nos permitan calcular este interesante ratio que acabamos de analizar pero sí tenemos el estudio del INJUVE de 2012 que, en plena crisis, preguntó en qué medida consideraban que era probable que perdieran el empleo en los próximos 12 meses. Si cruzamos esa percepción con la variable medio por el cual encontró el empleo actual comprobamos (Tabla 1) que es menor la probabilidad sentida – percibida de perder el empleo por parte de los jóvenes que participaron en este estudio cuando dicho empleo vino de la mano, fue proporcionado por parte de la red social del joven.

Tabla 1

Probabilidad de perder el empleo en los próximos 12 meses según medio por el cual encontró el empleo actual (en %)

Probabilidad de perder el empleo en los próximos 12 meses	Muy probable	Bastante probable	Poco probable	Nada probable	No sabe	No contesta
Te llamó la empresa	19,4%	11,1%	39,1%	16,1%	12,5%	1,8%
Ofreciste tu trabajo y lo aceptaron	12,5%	19,1%	36,7%	17,8%	11,7%	2,1%
Te presentaste a un anuncio	10,9%	19,9%	40,7%	14,9%	11,6%	2,0%
Ingreso por oposición	8,5%	8,5%	36,6%	40,8%	4,2%	1,4%
Te lo proporcionaron/buscaron tus padres	7,6%	16,6%	40,0%	17,9%	15,2%	2,8%
Te lo proporcionaron/buscaron otros familiares	6,6%	11,7%	40,1%	17,5%	22,6%	1,5%
Te lo proporcionaron/buscaron amigos o conocidos	5,6%	13,8%	45,5%	15,0%	17,5%	2,5%
Por la oferta de empleo (INEM)	28,9%	21,1%	36,8%	5,3%	7,9%	
A través de empresas de trabajo temporal	15,2%	19,0%	24,1%	8,9%	20,3%	12,7%
De otra forma	9,5%	18,1%	29,5%	27,6%	14,3%	1,0%
No contesta	3,2%	10,6%	19,1%	7,4%	6,4%	53,2%
Total	10,9%	15,7%	38,0%	16,9%	13,7%	4,8%

Fuente: Elaboración propia a partir de la explotación del fichero de microdatos del “Informe de la Juventud en España” (2012), INJUVE.

Por tanto, y a la vista de los resultados y análisis presentados, concluimos que el proceso de entrada al mundo del trabajo está mediado por hechos de múltiples vértices. Por una parte, sin duda dependerá de los recursos propios y familiares del joven a la hora de enfrentar el proceso de inserción laboral. Dependerá, además, de los medios que haya utilizado y de cómo haya alcanzado finalmente el empleo. Pero, sin lugar a dudas, y esta es una nueva hipótesis a desarrollar en posteriores trabajos, dependerá del grado en el que el joven conozca el mercado de trabajo al que quiere acceder y, con ello, maneje información al respecto de cuáles son los facilitadores y dificultadores para la búsqueda y el acceso al mundo laboral.

BIBLIOGRAFÍA

BOUDON, R. (1983), *La desigualdad de oportunidades. La movilidad social en las sociedades industriales*, Barcelona, Laia.

CARABAÑA MORALES, J. (1993), “Educación y estrategias familiares de reproducción” en GARRIDO MEDINA, L. y GIL CALVO (eds.), *Estrategias familiares*, Madrid, Alianza.

DEGENNE, A. y FORSÉ, M. (1994), *Les réseaux sociaux*, París, Armand Colin.

GRANOVETTER, M. S. (2003): “La fuerza de los vínculos débiles. Revisión de la teoría reticular” en REQUENA SANTOS, F. (Ed.), *Análisis de redes sociales. Orígenes, teorías y aplicaciones*, Madrid, CIS: pp.196-230.

GRANOVETTER, M.S. (1974): *Getting a job. A study of contacts and careers*, Harvard University Press, Cambridge Mass.

GRANOVETTER, M.S. (2000): “La fuerza de los vínculos débiles”, *Política y Sociedad*, nº 33, pp.41-56. (El original es: GRANOVETTER, M.S. (1973): “The Strength of Weak Ties”, *American Journal of Sociology*, nº 78, pp. 1360-1380).

IBÁÑEZ PASCUAL, M. (1999): “Recursos de mercado y familia de origen en el proceso de inserción laboral”, *RIS*, nº 24, pp. 7-26.

MARTÍN ARANAGA, I. (2000): “Las redes sociales de acceso al empleo. El papel de la familia”, en SIMÓN ALFONSO, L. y REJADO CORCUERA, M.M. (coord.), *Familias y bienestar social*, Valencia, Tirant lo Blanch: pp. 219-246.

REQUENA SANTOS, F. (2001): *Amigos y redes sociales: Elementos para una sociología de la amistad*, Madrid - CIS - Siglo XXI.