

UN MILLÓN DE JÓVENES

neo

UN MILLÓN DE OPORTUNIDADES

GUÍA PARA EL

ANÁLISIS DE

MERCADO LABORAL



CRÉDITOS

Autora: Míriam Urías Alfaro

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa. Igualmente, no necesariamente reflejan el punto de vista del FOMIN, IYF o de los socios corporativos de NEO o de la Alianza NEO El Salvador.

Copyright ©2017 Banco Interamericano de Desarrollo, en su calidad de administrador del FOMIN. Todos los derechos reservados; este documento puede reproducirse libremente para fines no comerciales. Se prohíbe el uso comercial no autorizado de esta obra.

Instituciones Socias de la Alianza NEO-El Salvador:
Fundación para la Educación Integral Salvadoreña, FEDISAL
Asociación Institución Salesiana, AIS
Asociación AGAPE El Salvador
Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, CAMARASAL
CESAL El Salvador
Fe y Alegría El Salvador
Fundación Salvador del Mundo, FUSALMO
Instituto Nacional de la Juventud, INJUVE
Instituto Salvadoreño de Formación Profesional, INSAFORP
Ministerio de Trabajo y Previsión Social de El Salvador
Plan El Salvador
Catholic Relief Services, CRS El Salvador

LINKS OFICIALES

- www.fedisal.org.sv
- www.jovenesneo.org/neo/es-es/El-Salvador.aspx
• www.facebook.com/NEOEISalvador
• www.facebook.com/NEORregional
- <https://jovenesneo.org/>

4	Introducción	
5	Acerca de la iniciativa NEO	
6	Glosario	
7	Abreviaturas	
8	Consideraciones preliminares	
8	Objetivos del a Guía AML	
8	La importancia de la Guía y los Estudios de Mercado Laboral	
8	La necesidad de contar con una Guía AML	
8	Grupo meta beneficiado por la Guía	
8	Utilidad de los AML	
9	Estructurada la Guía AML	
10	Ciclo de Análisis de Mercado Laboral	
11	Fases de la Guía AML	
11	FASE I: Planificación del estudio	
23	FASE II: Recolección de la información y trabajo de campo	
28	FASE III: Análisis de la información y elaboración de informes	
31	FASE IV: Socialización del AML	
33	Bibliografía	
33	Anexos	
33	Anexo 1: Links de políticas públicas que incentivan al empleo y la inversión en El Salvador	
33	Anexo 2: Links Bolsas de empleo públicas y privadas	
34	Anexo 3: Ejemplo de encuesta dirigida a personas encargadas de RRHH	
34	Anexo 4: Ejemplo de Guía de Grupos Focales	
35	Anexo 5: Ejemplo de presupuesto para ejemplo práctico planteado en esta Guía AML	
35	Anexo 6: Ejemplo de manual del encuestador	

INTRODUCCIÓN

La presente Guía de Análisis del Mercado Laboral muestra una ruta práctica para realizar análisis de mercados laborales a nivel territorial o local, teniendo en cuenta los procesos formativos de los Centros de Formación Profesional de El Salvador.

La estructura de la guía se basa en el desarrollo de cuatro fases, iniciando con la planificación del estudio en la que se definirán los objetivos y alcances del mismo; la segunda fase, corresponde a la recolección de la información y trabajo de campo en donde se describen los pasos para diseñar los instrumentos, gestionar los recursos para el desarrollo del AML y el trabajo de campo. La tercera, describe los pasos para hacer el análisis de la información y elaboración de informes, en el que se desarrolla un taller de hallazgos del estudio; finalmente, la cuarta fase está enfocada a socializar el AML, de manera que se generen acciones concretas producto de la información recopilada, para la constante búsqueda de calidad, eficiencia y colocación de empleo de los jóvenes.

Por último, se incluyen anexos con información relevante y ejemplos de herramientas que podrán servir de base para próximos estudios de mercado en diferentes municipios.

Es importante hacer ver que esta guía, es un ejercicio que permite definir un punto de partida y diseñar la ruta. Dependerá de cada institución prestadora de servicios de empleabilidad juvenil que la aplique el modelo a seguir, en el que podrá incorporar o eliminar algunos pasos o aspectos metodológicos, y tome las decisiones pertinentes sobre si las carreras ofertadas son pertinentes y si los programas de capacitación están alineados con las necesidades del sector productivo.

Esperamos la guía les sea de utilidad en su práctica docente y profesional.

ACERCA DE LA INICIATIVA NEO

NEO es una iniciativa liderada por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a través de su Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y de su división de Mercados Laborales (LMK), la International Youth Foundation (IYF) y los socios: Arcos Dorados, Caterpillar Foundation, CEMEX, Fondation Forge, Microsoft, SESI y Walmart. Es un proyecto pionero en el que empresas, gobiernos y sociedad civil en América Latina y el Caribe trabajan juntos para mejorar las oportunidades de empleo de un millón de jóvenes, la mitad de ellos mujeres, antes del 2022.

En El Salvador, se conformó la Alianza NEO El Salvador, una alianza de empresas, gobierno y sociedad civil bajo la coordinación de la Fundación para la Educación Integral Salvadoreña (FEDISAL) que articula a los actores locales y extranjeros que trabajan para mejorar el empleo juvenil, aumentando su efectividad y transformando la cultura laboral de los empleadores, las instituciones públicas y los jóvenes. NEO El Salvador busca establecer metodologías y procesos de articulación entre el sector productivo, instituciones de formación para el trabajo y el sector público con el propósito de facilitar el acceso de los jóvenes a mejores servicios y proporcionarles las habilidades requeridas por el mercado de trabajo. Se espera así aumentar sus posibilidades de inserción laboral en empleos de calidad e incluirlos como un motor importante de desarrollo del país.

GLOSARIO

A continuación se presenta una recopilación de definiciones que se utilizan en el desarrollo de la Guía AML, la principal fuente ha sido el Banco Central de Reserva y Banco Mundial:

Crítica y Codificación:

Crítica y Codificación: Análisis y verificación de la información recolectada en el formulario con el propósito de detectar errores, omisiones o datos inválidos y corregirlos, haciendo uso de otros elementos que el mismo formulario provee par que la información sea lógica y consistente. Y la codificación es traducir a una expresión numérica o códigos los datos expresados en palabras con el objetivo de transformar la información contenida en el formulario, para su debido procesamiento.

Demanda de trabajo:

Es la cantidad de mano de obra que las empresas necesitan y están dispuestas a contratar a un salario determinado.

Índice de mortalidad:

Valor numérico que expresa la relación entre el número de muertes que se producen en un período de tiempo y el número total de individuos de una población.

Mercado laboral:

Es el conjunto de personas trabajadoras en busca de un puesto de trabajo y de empresas que necesitan y requieren fuerza de trabajo.

Oferta de Trabajo:

Es el conjunto de servicios de trabajo del que puede disponer una sociedad y está determinada por variables como: el crecimiento demográfico, el tamaño de la población, su composición, la tasa de actividad, calidad de vida de la población actividad y las expectativas de participación e incorporación al mercado.

Producto Interno Bruto:

Una medida de flujo total de bienes y servicios producidos por la economía de un país, durante determinado período, generalmente un año. Se obtiene al valorar la producción de bienes y servicios a precios de mercado, excluyendo los bienes intermedios utilizados en el proceso de producción.

Pirámides de población:

Es una forma gráfica de representar datos estadísticos básicos como sexo y edad de la población de un país, que permite realizar comparaciones de una manera fácil y rápida de varios fenómenos demográficos tales como el envejecimiento de la población, el equilibrio o desequilibrio entre sexos y otros efectos demográficos como catástrofes y guerras.

Población económicamente activa:

Grupo poblacional constituido por las personas que estando en edad de trabajar, efectivamente forman parte de la fuerza de trabajo, al mantenerse en una ocupación o buscarla activamente.

Salario :

Art.119 del Código de trabajo de la Republica de El Salvador.

Es la retribución en dinero que el patrono está obligado a pagar al trabajando por los servicios que le presta en virtud de un contrato de trabajo. Considérese integrante del salario, todo lo que recibe el trabajador en dinero y que implique retribución de servicios, cualquiera que sea la forma o denominación que se adopte, como los sobresueldos y bonificaciones habituales; remuneración del trabajo extraordinario, remuneración del trabajo en días de descanso semanal o de asueto, participación de utilidades.

Tasa de crecimiento de la población:

Es una medida del aumento o disminución promedio de la población en un determinado período de años, como resultado del juego de los movimientos migratorios externos, de nacimientos y defunciones.

Tasas de desempleo:

Relación que mide el volumen de desempleo durante un período determinado, representando el porcentaje de la fuerza laboral que no es absorbida por el sistema económico. Se calcula respecto a la población económicamente activa.

Tasas de migración:

Es la razón que se establece para medir la influencia de los movimientos migratorios dentro de la sociedad. Por lo tanto, se calcula en función de las personas que se marchan y las que ingresan dentro de un determinado grupo de población y en un periodo de tiempo concreto.

ABREVIATURAS

7

CAMARASAL	Cámara de Comercio e Industria de El Salvador
CFP	Centro de Formación Profesional
DIGESTYC	Dirección General de Estadística y Censos
AML	Estudios de Mercado Laboral
FUSADES	Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social
INSAFORP	Instituto Salvadoreño de Formación Profesional
IPSEJ	Institución Proveedora de Servicios para la Empleabilidad Juvenil
MINEC	Ministerio de Economía de El Salvador
MITUR	Ministerio de Turismo de El Salvador
MTPS	Ministerio de Trabajo y Previsión Social
PIB	Producto Interno Bruto
PROESA	Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador
ONG's	Organizaciones No Gubernamentales
AML	Análisis de Mercado Laboral

CONSIDERACIONES PRELIMINARES

Objetivos de la Guía AML

Es proporcionar una ruta práctica para realizar análisis de mercado laboral, teniendo en cuenta los procesos formativos de los Centros de Formación Profesional (en adelante CFP), demanda y oferta laboral.

La importancia de la Guía y los Estudios de Mercado Laboral

La Guía AML, describe detalladamente el paso a paso para realizar análisis de mercado laboral en los territorios donde operan proveedores de servicios para la empleabilidad de jóvenes a nivel nacional. Un elemento importante en el análisis del mercado laboral es el desarrollo continuo de los Estudios de Mercado Laboral (AML), estos estudios tienen como propósito:

- Monitorear, evaluar la calidad y actualizar los procesos de formación impartidos. En otras palabras, que la formación esté en consonancia con las demandas del sector empleador para empleo formal y autoempleo.
- Identificar los elementos y variables que el mercado exige a toda persona joven para ser empleable en un ambiente competitivo y cambiante.

La necesidad de contar con una Guía AML

La Alianza NEO-ES en su Acuerdo de Gobernanza establece como principal objetivo el incremento de oportunidades de inserción laboral en empleos de calidad a jóvenes de 17 a 29 años de edad provenientes de municipios en condición de vulnerabilidad social y económica.

Para alcanzar este objetivo el programa NEO-ES plantea entre sus principales líneas de acción el incremento de la calidad y pertinencia de los programas de formación y sistemas de empleabilidad juvenil.

La Alianza NEO-ES establece procesos, metodologías y herramientas que faciliten la articulación entre el sector productivo, instituciones de formación para el trabajo y el

sector público con el propósito de facilitar el acceso de los jóvenes a mejores servicios y proporcionarles las habilidades requeridas por el mercado de trabajo.

En este marco de trabajo es que la Alianza NEO en su Comité Gerencial identificó la oportunidad de fortalecerse el análisis de mercados laborales a nivel de los territorios donde se implementan acciones de desarrollo y empleabilidad juvenil por parte de los socios. En consecuencia, se decide incluir en el diseño del Programa NEO-ES la creación de una Guía práctica que permitiera a los Centros de Formación Profesional conocer oportunidades laborales, demanda de talento y capital humano, y necesidad de procesos formativos innovadores y relevantes al mercado. Para la construcción de esta Guía se retoma el conocimiento y experiencia de los socios de la Alianza NEO-ES, con el fin que la misma sea relevante y pertinente a la realidad territorial, capacidades de personal y la disponibilidad de recursos institucionales. Asimismo, se retoman elementos teóricos-prácticos de expertos nacionales e internacionales en estudios de mercado laboral, que contribuyen a la comprensión y aplicación de nuevos conceptos.

Grupo meta beneficiado por la Guía

La Guía de AML está dirigida a personas:

- Directores ejecutivos de instituciones proveedoras de servicios de empleabilidad juvenil, asimismo a sus gerentes de programas, coordinadores, facilitadores y gestores empleos,
- Autoridades y tomadoras de decisión de instituciones públicas y privadas que diseñan, gestionan y brindan servicios para la empleabilidad de los jóvenes
- Representantes de asociaciones empresariales
- Representantes de Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), entidades de cooperación y donantes.
- Profesionales (facilitadores, docentes, etc.)

UTILIDAD DE LOS AML

Los análisis de mercado laboral, permiten recopilar la información más pertinente posible relativa a las necesidades de mano de obra, tanto en el plano cualitativo como en el cuantitativo, y a evaluarla con miras a hacer corresponder la oferta a la demanda. La información recopilada se

refiere a las profesiones y los oficios ejercidos en el territorio seleccionado, los sectores de la actividad económica, las características de las empresas, así como la coyuntura económica (tendencias, apuestas y prioridades).

Los Análisis de Mercado Laboral, pueden tener una amplia gama de usos, a continuación, se listan algunos de ellos:

- En el mundo laboral sirve, para definir políticas relacionadas con la intermediación laboral.
- Cerrar las brechas entre oferta y demanda de empleo.
- Adecuar perfiles de entrada y salida de la formación profesional para que respondan a la necesidad del mercado laboral.
- Permite identificar tendencias para diseñar o actualizar programas de formación
- Mejorar la calidad de la formación de los CFP a todos los niveles.
- Regular y adecuar los flujos de los Recursos Humanos de una economía para que no haya desequilibrios.
- Establecer políticas de formación en el país.
- Establecer las tasas de reposición que requiere el mercado por temas generacionales
- Identificar nueva oportunidades de inserción productiva, incluyendo los encadenamientos productivos – emprendimientos.

Para las Instituciones Proveedores de Servicios para la Empleabilidad Juvenil la utilidad más valiosa de un AML es:

1. Orientar los procesos de selección de las personas participantes en la formación técnica y para la intermediación laboral.
2. Brinda información de valor para diseñar nuevos programas de formación que respondan a las realidades del mercado laboral
3. Permite actualizar y revisar la calidad de los programas de formación vigentes.
4. Colabora en el proceso de gestión de pasantías.
5. Colaborar en los procesos de intermediación laboral
6. Brinda insumos para el diseño de proyectos ante los organismos de cooperación internacional.
7. Definir criterios e indicadores para la definición de zonas geográficas de intervención.

ESTRUCTURA DE LA GUÍA AML

La Guía presenta el paso a paso para la elaboración de AML en cuatro fases, que muestran de forma gráfica y presentan el objetivo, los aspectos clave, sus participantes y responsabilidades, los productos a obtener y la descripción

de cada paso. Para facilitar la lectura y comprensión de los aspectos claves de la Guía, se utilizan iconos que representan elementos relevantes en el proceso.



ADVERTENCIA

Las advertencias representan llamadas de atención ante escenarios que generan un riesgo en el proceso de elaboración del AML



CONSEJO

Son recomendaciones para tomar en cuenta para dar pasos efectivos en cada proceso.



EJEMPLO PRÁCTICO

Representa un ejemplo de un problema planteado y el desarrollo de sus soluciones en cada una de las fases.

A continuación, se muestra de manera sistémica todos los pasos del proceso.

CICLO DEL ANÁLISIS DE MERCADO LABORAL



FASE I PLANIFICACIÓN DEL ESTUDIO

11

FASE

01

Objetivo de la fase: definir la estrategia, el plan de trabajo y presupuesto del Análisis de Mercado Laboral



Aspectos claves:

- Hacer un análisis previo de factores relevantes del estudio
- Involucramiento de autoridades, la Institución Proveedoradora de Servicios para la Empleabilidad Juvenil (IPSEJ) y equipo técnico del CFP
- Tener claros los objetivos del estudio, medibles, cuantificables, alcanzables.

Participantes:

- Coordinador de la investigación
- Gerente de CFP
- Personal técnico para consulta (gestores de empleo, facilitadores, etc.)
- Trabajadores sociales

Producto:

- Plan de trabajo donde están claramente definidos los objetivos y la estrategia del AML
- Presupuesto

Definir objetivos del AML

Análisis de fuentes secundarias (interna/externa)

Revisión de objetivos

Diseño de plan y estrategia del AML

A continuación, se explica el detalle de cada paso de la fase I:

1.1 Definición de los objetivos del Análisis de Mercado Laboral:

En este paso se busca construir con claridad los objetivos que se pretende alcanzar en el Análisis de Mercado Laboral. Para definir los objetivos se recomiendan las siguientes acciones: definir el alcance y desarrolle un taller de construcción de objetivos.

Defina el alcance del estudio.

Una vez determinada la necesidad de desarrollar un AML, las autoridades de la institución proveedoradora de servicios de empleabilidad juvenil (IPSEJ) debe diseñar el taller de construcción de objetivos y además definir el listado de las personas que participarán en el mismo (podrían tomarse en cuenta: coordinadores, facilitadores, técnicos, etc.). Los participantes deberán tener conocimiento y experiencia en los procesos de formación y de intermediación laboral.



Ejemplo práctico 1:
Alcance del estudio –
Identificación de nuevos
oficios

En la actualidad existen una serie de oficios producto de cambios en el entorno en los últimos años y para los cuales no tiene programas de formación. Esta necesidad se detecta debido a que varias personas jóvenes se han acercado al CFP para pedir información sobre cursos que no existen en la oferta de formación del centro y sobre los cuales el personal no tiene información.

Desarrolle un taller de construcción de objetivos.

El propósito del taller es construir los objetivos y alcances para el AML. En este espacio se podrá identificar apoyos al proceso del estudio (empresas que pueden colaborar, recurso humano

interno que puede incorporarse a las tareas no especializadas, etc.). Considere los siguientes elementos para desarrollar el taller:

ANTES

1. Convocar al personal seleccionado
2. Preparar el espacio físico adecuado para el taller. Se debe tener en cuenta aspectos logísticos, seguridad y comodidad para el equipo de trabajo

DURANTE

3. Identificación y validación del problema
4. Construcción conjunta de los objetivos del AML
5. Proponer y validar los objetivos construidos en función de la misión y visión del CFP

DESPUÉS

6. Redactar los resultados del taller
7. Difundir institucionalmente los resultados

Tome en cuenta que los objetivos de un AML pueden ser muy diversos: diseñar nuevos programas, actualizar programas, mejorar la selección del recurso humano que se forma, medir la calidad de la formación, etc. Piense y discuta con claridad qué quiere hacer.

Al definir sus objetivos, podrá definir su estrategia y plan de trabajo. Si su objetivo está relacionado con la actualización de programas, requerirá una combinación diferente de técnicas y recursos que si lo hiciese para identificar nuevas tendencias de empleo en el mercado laboral.



Ejemplo práctico 2:
Ejemplos de Objetivos
del estudio

General:

Identificar las nuevas oportunidades laborales ofertados por el sector empleador en la región occidental del país.

Específicos:

- Conocer los perfiles de entrada exigidos por el sector empleador para estos nuevos oficios.
- Identificar las cantidades de recurso humano demandado anualmente para al menos dos de los nuevos oficios
- Seleccionar los oficios para los cuales la IPSEJ puede diseñar programas de formación



Advertencia

No olvide establecer con claridad, que construir objetivos para el estudio es la meta en este primer paso, de lo contrario se corre el riesgo de desperdiciar recursos y desgastar al personal técnico. Cuide de no sesgar los resultados que busca desde un principio en la definición de los objetivos

1.2 Análisis de fuentes secundaria

Identifique la información actualizada que existe en fuentes secundarias y que puede contribuir a lograr los objetivos del AML. Esto le permitirá comprender mejor la realidad del sector o áreas del Mercado Laboral que desea estudiar.

Las fuentes secundarias que pueden utilizarse en un AML pueden ser internas y externas. Describiremos a continuación cada una de las fuentes.

Fuentes internas

Uno de los recursos más importantes con los que cuenta las instituciones proveedoras de servicios de empleabilidad juvenil (IPSEJ) como fuente interna, es la información existente de participantes anteriores y actuales, tales como: expedientes, datos de ingreso, registro de los jóvenes en los programas de formación y los datos de los jóvenes graduados.

Contando con la información que existe, el reto primordial para analizar de manera eficiente la información es el desarrollo de bases de datos que permitan sistematizar la información.

Para efectos de analizar aspectos básicos de la oferta laboral (personas jóvenes), se puede considerar los elementos más relevantes de la ficha de registro de ingreso de jóvenes a los Centros de Formación Profesional², tales como:

- Nombre de la carrera ocupacional
- Sexo
- Edad
- Profesión
- Domicilio
- Nivel académico
- Capacitaciones que ha recibido anteriormente
- Experiencia laboral:
 - ¿Ha trabajado antes?,
 - Nombre de las últimas tres empresas en las que ha trabajado;
 - ¿A cuál rama de actividad económica se dedica la empresa en la que ha trabajado más tiempo?
 - ¿En cuál área de las empresas trabaja?
- Expectativas respecto a la formación que espera recibir:
 - ¿Por qué eligió esta carrera?
- Otros que se consideren relevantes para los objetivos del AML.



Ejemplo práctico 3 : Fuente secundaria interna- Ficha de registro

Utilizando la ficha de registro de ingreso de los jóvenes, se podrá obtener información sobre el perfil de las personas jóvenes que ingresan al CFP y verificar si pueden aspirar al nuevo tipo de oficios. Por ejemplo, si la escolaridad de la mayoría es bachillerato y los nuevos oficios exigen nivel “técnico no universitario”, será difícil que al formarlos logren obtener empleo en los nuevos oficios. O, si el rango de edad exigido por la empresa sobrepasa al de los jóvenes del CFP. Por lo tanto, para establecer la oferta es necesario combinar los requerimientos de la demanda en función de edad competencias y nivel académico requerido.

Si el CFP gestiona realimentación de las empresas, puede sistematizar datos que considere relevantes, tales como:

- La distribución de empresas que más demandaron empleo en el territorio,
- El número de empresas que han solicitado jóvenes formados en programas con los que no cuenta.

También existe la oportunidad de captar datos sobre la cantidad de jóvenes que llegan solicitando una capacitación particular que no está en la oferta actual del CFP.



Consejo

La información de los formularios provistos por INSAFORP son completados efectivamente, existen los expedientes completos con información de gran valor en las que se puede destacar: red de apoyo, entrevistas de psicólogos, etc. Propicie que la información este sistematizada para ser utilizada en el estudio.

Fuentes externas

Revise los estudios previos realizados que estén relacionados con los objetivos del AML, identifique políticas públicas relacionadas con los sectores y territorios que incentiven el empleo o la inversión³, identifique informes

de coyuntura⁴, memorias de labores de gremiales, asociaciones de productores, etc. Algunas Organizaciones No

2. Y también puede utilizar el Instrumento A: Ficha de ingreso a los cursos de Formación – NEO – Salesforce

3. Anexo 1: Links de políticas públicas que incentivan al empleo y la inversión en El Salvador

4. Informe de coyuntura de FUSADES y BCR, por ejemplo

Gubernamentales y Cooperación Internacional realizan informes periódicos en tema de jóvenes, empleabilidad, prevención de violencia, gestione su obtención a través de vías

oficiales y también puede consultar las diferentes bolsas de empleo públicas y privadas⁵, con la finalidad de ver tendencias de empleos.



Ejemplo práctico 4 : Fuentes secundarias externas

Sugerencias de Estadísticas y estudios que consultar para identificar donde surgen estos nuevos oficios y en qué magnitud se demandan son:

- Los directorios o censos económicos correspondientes a la zona geográfica de estudios, para identificar las nuevas empresas que han surgido.
- Las estadísticas de PIB e IVAE publicadas por el BCR para determinar cuáles sectores están creciendo más dentro de la economía.
- PROESA, MINEC, MITUR, FUSADES, CAMARASAL, son fuentes de nuevas inversiones realizadas en el país.
- Estudios de mercado laboral de los últimos 5⁶ años que registren nuevos oficios ya sea a nivel departamental o de país.
- Estudios sobre desempeño o evaluación de políticas públicas tales como: la Política Nacional de Fomento y Transformación Productiva del MINEC.
- Base de datos sobre el tejido empresarial. Esto le permitirá determinar si requerirá un diseño muestral o si puede hacer un muestreo dirigido según sus necesidades y enfoque del estudio.

En caso que no exista información secundaria relevante y pertinente a nivel territorial sobre el tema de empleabilidad, consulte a sus socios o funcionarios de campo quienes conocen de primera mano la situación.

Analice el contexto integral del territorio, para poder tener elementos y ampliar su conocimiento sobre la dinámica del

empleo y el desarrollo económico del territorio, esto hará que pueda generar algunas hipótesis.

Gestione la información estadística desarrollando tres factores: 1. Demográficos, 2. Características de la fuerza de trabajo y 3. Factores de crecimiento económico.

1

Los factores demográficos más relevantes pueden ser: la tasa de crecimiento de la población, Índices de natalidad y mortalidad, Tasas de migración, Pirámides de población⁷.

2

Las características de la fuerza de trabajo pueden analizarse datos sobre la población en edad de trabajar como la tasa de actividad, tasas de empleo, tasas de desempleo. También, se investiga datos sobre la participación de la fuerza de trabajo en la que puede desglosarlo por género y por área de residencia.

3

Los factores de crecimiento económico que debe analizar son el PIB por sector económico y por municipio⁸, con la finalidad de identificar los sectores con mayor crecimiento en el territorio.

Con base a estos factores se puede orientar el análisis a conocer:

- Los sectores de mayor crecimiento,
- Los sectores que más empleo demandan,
- Los sectores en crecimiento con demanda de empleos más calificados y mejores remunerados.

También puede emitir conclusiones sobre demanda y crecimiento; para ello, haga el ejercicio de responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los sectores más importantes en términos de empleo y valor agregado?
- ¿Son estos sectores las principales fuentes de crecimiento del PIB y del empleo?
- ¿Cuál es la distribución por género del empleo en estos sectores?
- ¿Los sectores que reportan mayor empleo son los de

mayor crecimiento económico?

- ¿Existen sectores en los que el crecimiento del empleo es mucho más rápido que el crecimiento económico? es decir, ¿el crecimiento del empleo se lleva a cabo a expensas de la productividad y presumiblemente, de los salarios y de los ingresos?
- ¿Cuál es la distribución por género del empleo en estos diferentes sectores?

Una parte del análisis puede ser el salario, la remuneración al trabajo, por sector, por género con el propósito de:

5. Anexo 2: Links Bolsas de empleo públicas y privadas

6. Recuerde que entre más reciente un estudio consultado, la relevancia y pertinencia de sus AML será mayor para la prestación de servicios de empleabilidad juvenil.

7. <http://www.salud.gob.sv/piramides-poblacionales-ano-2015-el-salvador/>

8. [http://bcr.gob.sv/bcrsite/?cdr=30&lang=es;file:///C:/Users/Mirian%20Urias/Downloads/Directorio_de_Unidades_Economicas_2011_2012%20\(1\).pdf](http://bcr.gob.sv/bcrsite/?cdr=30&lang=es;file:///C:/Users/Mirian%20Urias/Downloads/Directorio_de_Unidades_Economicas_2011_2012%20(1).pdf)

- Establecer la brecha salarial de género,
- Conocer el análisis cronológico de los patrones descubiertos y la dinámica en el tiempo (ejemplo: sectores económicos que contratan en su mayoría a

hombres, remuneraciones más atractivas en un sector con alguna característica particular, como el caso del sector de Tecnologías, etc.)

Algunas fuentes de información son:

Encuesta de hogares y propósitos múltiples.

Censo de Población y Vivienda 2007, publicado por la DIGESTYC

Población total, población por edad, densidad poblacional, población extranjera, población con limitaciones, población indígena, indicadores sociodemográficos, índice de masculinidad, analfabetismo, asistencia escolar.

La Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC) ofrece al público en general información sobre las principales características de las actividades económicas desarrolladas dentro del territorio nacional, a través del Directorio de Unidades Económicas 2011 – 2012¹⁰; Unidades económicas y personal ocupado por departamento según sectores económicos, personal ocupado por departamento según sector económico, distribución del empleo por departamento.

Boletines estadísticos del Ministerio de Educación¹¹, bases de centros escolares, medios de contacto del centro educativo público y privado, información sobre comunidad indígena, servicios y programas ofrecidos (ejemplo: alimentación, salud, etc.), servicio de internet, agua potable, infraestructura.

En el caso de investigación a nivel municipal se debe consultar en las Alcaldías correspondientes en las oficinas de

Ordenamiento Territorial, Catastro y Cuentas Corrientes.



Consejo

Verifique que las fuentes de estudios no sean más antiguas de 5 años, porque se corre el riesgo de utilizar información desfasada, en caso de no encontrar información actualizada hacer aclaraciones en el informe.

Revisión de objetivos

Con los resultados anteriores, se cuenta con elementos para validar, cambiar y reorientar los objetivos planteados en el “taller de construcción de objetivos”, de ser necesario, se pueden realizar ajustes para mejorar el alcance del AML. Valide los objetivos planteados con otros funciona-

rios o socios que no hayan participado en el proceso de construcción. Posteriormente ajuste las variables claves, para que estas sean analizadas en todo el ejercicio del estudio. A continuación, se describen algunos ejemplos de que objetivos y variables clave:

Objetivos

Elaborar un análisis de tendencias actuales y proyectadas sobre los sectores y sub-sectores de mayor crecimiento en empleo formal.

Determinar el efecto del crecimiento de los sectores y sub sectores sobre el empleo formal

Determinar las características de las empresas en los sectores de crecimiento para empleo juvenil (tamaño, ubicación geográfica, sub-sector, etc.)

Variables claves

Tendencias de crecimiento por sector y subsector
Estacionalidad del empleo

Efecto del crecimiento de sectores en la generación de empleo
Estacionalidad del empleo

Mapeo de empresas
Caracterización de las empresas de sectores en crecimiento

9. <http://www.digestyc.gob.sv/index.php/temas/des/poblacion-y-estadisticas-demograficas/censo-de-poblacion-y-vivienda/poblacion-censos.html>

10. <http://www.digestyc.gob.sv/index.php/novedades/avisos/aviso-empresa/264-directorio-de-unidades-economicas-2011-2012.html>

11. <https://www.mined.gob.sv/index.php/estadisticas-educativas/item/6116-bases-de-centros>

Identificar posibles aliados en los sectores empresariales para implementar el programa de inserción laboral de las personas jóvenes.	Identificación de empresas aliadas a programas de formación e inserción laboral
Identificar los empleos más disponibles para las personas jóvenes.	Demanda de empleos Perfil explícito, perfil oculto
Determinar los requisitos académicos y en habilidades blandas demandadas por las empresas.	Competencias laborales Habilidades blandas Perfil de ingreso y perfil de salida
Actualizar o diseñar nuevos programas de estudio	Actualización de programas/ renovación de oferta Enfoque de género
Monitorear la calidad de la formación	Mejora continua Seguimiento y monitoreo Sistematización de resultados.

Diseño de plan y estrategia del AML

A partir de este paso, inicia el diseño del plan y la estrategia a seguir para el AML, las acciones sugeridas para el desarrollo de este paso son:

tegia a seguir para el AML, las acciones sugeridas para el desarrollo de este paso son:



Defina el alcance geográfico – Delimitación geográfica.

Implica determinar el espacio geográfico (municipio/departamento) y/o dinámicas territoriales (que dependen de las relaciones sociales y económicas), con ayuda de mapas y/o georreferenciación defina las áreas límites del estudio.

Verifique si se incluye por completo municipios o solo parte de ellos de acuerdo con la dinámica del estudio y sus resultados. Existen casos donde las empresas suelen traspasar las fronteras municipales.

Defina las técnicas de recolección de información primaria a utilizar

Desde la perspectiva estadística, existen dos técnicas de elaboración de estudios de mercado, la primera gran clasificación es por procedencia de los datos y la segunda por tipología de la información a obtener. Por procedencia de

los datos existen fuentes primarias y secundarias, según tipología de la información existen cualitativas y cuantitativas. La técnica más usual de tipo cuantitativo es la encuesta, y de esta existen diferentes tipos, aunque las más usuales son las ad-hoc o a medida, cuyos datos reflejan una buena parte de la información que se busca.

Las técnicas de tipo cualitativo se utilizan para identificar determinadas cualidades de la población, entre ellas: hábitos, preferencias, percepciones y opiniones. Entre las técnicas más utilizadas están: la entrevista a profundidad y semi-estructurada, grupos focales y guías de observación.

A continuación, se presentan algunas técnicas de recolección de información con sus respectivos usos y las estructuras base para cada instrumento:

Usos

Es una serie de preguntas que se utiliza para obtener información de una muestra de personas o instituciones involucradas ya sea del lado de la oferta o de la demanda del mercado laboral.

Esta muestra se diseña bajo métodos científicos establecidos por las ciencias estadísticas.

Estructura Básica

Para nuestro caso, debe de contener al menos las siguientes secciones:

Sección de control: se utiliza para identificar al encuestador que la ha realizado y los resultados de las visitas que fueron necesarias para obtener la información de la encuesta.

Sección de identificación del encuestado/a: en ella se recoleta la información sociodemográfica de la persona que ha contestado la encuesta (edad, sexo, educación, cargo desempeñado, entre otros).

Sección de identificación de la empresa. En el caso de que el sujeto de investigación sea una empresa o institución, esta sección sirve para identificar sus principales características: años de operación, giro económico, cantidad de empleados/as, mecanismos y procedimientos de contratación, medios para divulgar ofertas, procesos de selección usados, etc.

Sección de perfiles. Esta sección permite conocer a detalle cuáles son los oficios que exige la operación de la empresa y los perfiles demandados (edad, sexo, nivel educativo, experiencia previa, competencias, habilidades blandas y duras, etc.). También permite identificar la estacionalidad de su oferta de empleo y los perfiles ocultos (por ejemplo: exclusión de aspirantes por razones de identidad sexual, lugar de residencia, apariencia física).

Sección de proyecciones: indaga sobre los planes futuros de inversión y expansión productiva que podrían generar un incremento de la oferta de empleo en la empresa. En esta sección debe preguntarse sobre los planes de expansión (tiempo en que se realizarán), impacto en el empleo, tipo de requerimientos a futuro, disponibilidad de recurso humano en el mercado, etc.

Sección de encadenamientos: permite identificar demandas insatisfechas o cuellos de botellas en la cadena de valor de la empresa, y que son susceptibles de convertirse en emprendimientos productivos por parte de terceros.

Si la encuesta está dirigida a personas demandante de empleo, la estructura repite la primera y segunda sección. Añadiendo al menos las siguientes secciones:

Sección de perfil profesional. Se refiere a las características que hacen empleable al encuestado/a (formación, experiencia laboral, habilidades blandas y duras).

Sección de percepción del mercado. Indaga las opiniones que tiene sobre el mercado laboral, como, por ejemplo: dificultades, desafíos o facilidades para encontrar empleo, en un sector específico de la economía o en general, aspiraciones (tipos de contrato, salariales, etc.), proyección a futuro (movilidad dentro del mercado, nuevos horizontes de formación profesional, etc.)

Usos

Es una técnica que reúne a un grupo de personas (no mayor a 10 participantes) elegidos con criterio en base a los objetivos del estudio con la idea de conocer a profundidad sus opiniones y percepciones en relación a una o varias temáticas. Permite identificar y profundizar en variables cualitativas sobre las cuáles una encuesta difícilmente puede hacerlo.

El grupo focal debe ser realizado por dos personas. Un facilitador del proceso y otra que tome notas.

Estructura Básica

Se requiere elaborar una guía que debe de contener como mínimo: el objetivo del grupo focal, el perfil de las personas participantes, las características del ambiente en que debe desarrollarse, el protocolo de introducción, las normas de convivencia que regirán su desarrollo, los recursos que se utilizarán (pizarrón, muestras de algún producto, papelógrafos, etc.) temas de discusión (líneas de indagación), y las preguntas que se harán a los participantes.

A manera de ejemplo, puede citarse que para un AML puede hacerse un grupo focal con gerentes de recurso humanos para conocer las razones por las que aplican un perfil oculto en sus procesos de selección y reclutamiento. Esto permitirá saber si se debe a malas experiencias previas, motivos religiosos ideológicos, etc. También puede ayudar a comprender cómo se aplica dicho perfil y cómo pueden superarse las brechas entre oferta y demanda.

Usos

Es una técnica en la que se aborda a una persona en particular para conocer a profundidad sus percepciones y opiniones sobre determinados temas del mercado laboral.

Debe evitarse que sean largas ya que eso puede provocar que la persona abordada desista de continuar. Entre 45 y 60 minutos pueden ser suficientes si se ha preparado adecuadamente la guía de preguntas.

Estructura Básica

Se requiere elaborar una guía de preguntas que debe de contener:

- Una presentación breve del estudio que ayude al entrevistado a comprender el contexto.
- El o los objetivos de la entrevista.
- Las líneas de indagación y preguntas a realizar. Las líneas de indagación son el hilo conductor de la discusión, estas no deben de perderse de vista, ya que arrojarán la información que se busca. En cuanto a las preguntas, son una guía y eso significa que pueden modificarse, eliminarse o añadirse otras según las respuestas que vayan surgiendo por parte de la persona entrevistada.

Un uso razonable podría ser el siguiente: en la encuesta a empresas se identificó a una que tiene planificada fuertes inversiones en el corto plazo y ofrece apoyo para formar el recurso humano que requerirá. La entrevista puede enfocarse a conocer a profundidad el tipo de apoyo que puede dar la empresa a la institución formadora (expertos, acceso a equipo y tecnología, pasantías, recursos financieros, etc.), el período en que puede realizarse tal apoyo, los requisitos para hacerlo (firma de convenios, contrapartidas, etc.).

Usos

Permite comprender a profundidad procesos relacionados con la contratación o el ejercicio de un oficio. Esto implica que hay un observador (el o la investigadora) con un objetivo de estudio claro, y uno o varios observados que realizan un proceso o tareas de interés para el estudio.

La persona observada puede saber o no de la investigación, ello depende de los objetivos del estudio. En ocasiones es conveniente que la persona observada no conozca de la observación para evitar que actúe de manera distinta a la forma en que habitualmente lo hace. En otras ocasiones será necesario que sí lo sepa para garantizar que realiza todos los pasos de un proceso.

Estructura Básica

Debe tenerse una guía de observación o chequeo, según la necesidad y objetivos del estudio.

Un uso de esta técnica puede ser determinar si las charlas o talleres brindados a los jóvenes para enfrentar entrevistas están dando resultados. Esto implicaría ver a los jóvenes enfrentando entrevistas de trabajo reales. Para dicho caso, será necesario ponerse de acuerdo con el empleador y pedirle permiso para hacerla.

Otro uso de esta técnica es determinar las competencias del joven para un nuevo tipo de empleo, acompañando al especialista del área de la empresa en cada uno de los procesos en los que estaría a cargo.

Pueden hacerse uso de dispositivos como la videocámara para lograr la objetividad que se desea.

12. Anexo 3: Ejemplo de encuesta dirigida a personas encargadas de RRHH

13. Datos hipotéticos

14. Anexo 4: Ejemplo de Guía de Grupos Focales



Ejemplo práctico 7 : Técnicas de recolección de información – Identificación de nuevos oficios

La principal fuente de información serán los empleadores, en ese sentido, se plantea enfocar buena parte de las técnicas de recolección en ese sector:

En concreto se realizarán:

1. **Una encuesta dirigida** a personas encargadas de RRHH de las empresas que se identifiquen como generadoras de nuevos oficios¹². La encuesta tendrá al menos las siguientes secciones:
 - a. **Sección de control**¹³.

Encuestador: Juan Pérez	Supervisor: Luis López	Número de visitas realizadas para conseguir la encuesta: 2
Resultado de las visitas: • Rechazo • Encuesta efectiva • Incompleta		

b. Caracterización de la empresa.

Nombre de la empresa: InnovaPrint	Dirección:	Municipio: Sonsonate
Sector económico: Manufactura y confección	Teléfono: 2490-0000	
Tamaño:	Microempresa: hasta 10 empleados/as Pequeñas: de 11 a 50 empleados/as	Mediana: de 51 a 100 empleados/as Grande: mas de 100 empleados/as
Personas a entrevistar: Claudia de Carazo	Cargo: Gerente de Recursos Humanos	
Sexo: Femenino	Teléfono: 2490-0000	Email: ccarazo@innovaprint.com

Por medio de estas preguntas se podrá clasificar a la empresa según diversos criterios: tamaño (según empleados), giro principal, ubicación, teléfonos de contacto, productos o servicios que ofrece, mecanismos de contratación, contacto para futuros enlaces, entre otros.

c. **Perspectivas de crecimiento:** incluye preguntas que permiten determinar si la empresa está preparando inversiones que requerirán más recurso humano.

d. **Oferta de empleos:** es la parte medular, permitirá identificar los oficios para los cuales está emitiendo ofertas la empresa (presente) y para los que emitirá en el futuro inmediato (próximos 6 meses o próximo año). Para cada oficio, deberá recolectarse información relevante como: cantidad de plazas, perfil de ingreso (sexo, edad, nivel de estudios, experiencia exigida, etc.). También se deberá indagar sobre el perfil oculto: revisión de tatuajes, discriminación por domicilio, discriminación por género, etc.

La encuesta debe ser concisa y en la medida posible contener preguntas cerradas. Si el universo de empresas que debe encuestar es muy grande, y sobrepasa los recursos económicos que se disponen, diseñe una muestra estadística que le permita obtener datos confiables.

2. Entrevistas semiestructuradas. Al menos a dos tipos de informantes: una dirigida a empresas que, como resultado de las encuestas, se identifican como las que generan el tipo de oficios para los cuales el CFP puede diseñar un nuevo programa. Los objetivos de las entrevistas serán:

- | | |
|--|---|
| a. Reconfirmar hallazgos de las encuestas. | inducción que puede estar usando la empresa para reducir las brechas. |
| b. Identificar los problemas que enfrentan los empleadores para reclutar recurso humano cualificado. | e. Identificar potenciales apoyos o alianzas para la formación del recurso humano: pasantías, apoyo en diseño de programas de formación, cesión de expertos para que sirvan de instructores en el CFP, entre otros. |
| c. Identificar las brechas más significativas entre perfiles requeridos y perfiles de aspirantes. | |
| d. Conocer los procesos de formación e | |

La segunda entrevista semiestructurada, se debe realizar a centros de formación que existan en la zona geográfica del estudio. Los objetivos de dicha entrevista serán, entre otros:

- | | |
|--|---|
| a. Saber si conocen sobre las nuevas tendencias del mercado laboral y si como producto de ello están diseñando nuevos programas. | c. Si disponen de programas de estudios enfocados a ellas y qué resultados han obtenido (demanda, niveles de colocación, costos, etc.). |
| b. Reconocer facilidades y dificultades en el diseño y puesta en marcha de los programas de estudio. | d. Identificar potenciales alianzas. |

3. Grupos focales con jóvenes¹⁴ Estará enfocada a identificar si un programa para tal oficio podría tener demanda entre la población local. Será importante identificar el perfil del joven que se invitará, para ello debe hacerse uso de los perfiles que se recolectaron con la encuesta. La cantidad de grupos focales puede decidirse tomando en cuenta: el número de nuevos oficios detectados (puede ser un grupo focal por cada oficio), el alcance geográfico del estudio (puede ser un grupo focal por cada municipio) Con estos grupos focales se buscará identificar, entre otras cosas, las siguientes:

- | | |
|--|--|
| a. Aspiraciones laborales. | d. Disponibilidad de horarios. |
| b. Dificultades que pueden encontrar los participantes para emplearse en este nuevo tipo de oficios. | e. Conocer las percepciones y opiniones sobre este nuevo tipo de oficio. |
| c. Costos asociados a la formación: transporte, compra de materiales especializados. | |

Defina el recurso humano y técnico

El equipo responsable del AML debe definir el personal que realizará las acciones necesarias para el éxito del estudio, así como los recursos a utilizar. Esto implica, la integración de un equipo ad hoc para su naturaleza¹⁵, objetivos y plan de trabajo.

Cada estudio para su ejecución tiene requerimientos mínimos de organización. El diagrama siguiente muestra una organización mínima adecuada para crear una unidad o departamento AML:



Las responsabilidades y competencias de este equipo son mostradas en detalle en el siguiente recuadro:

COORDINADOR UNIDAD AML

1. Realizar las contrataciones del equipo técnico
2. Elaborar el plan de trabajo.
3. Representar a la institución en las discusiones técnicas y reuniones ejecutivas que puedan darse durante el proceso.
4. Elaborar los informes técnicos correspondientes.
5. Monitorear y supervisar periódicamente el desempeño del equipo asignado al AML
6. Realizar los cambios de personal que crea necesarios y convenientes.
7. Desarrollar visitas periódicas a campo para verificar la calidad del trabajo que se está desarrollando.
8. Determinar los cuadros, gráficas y tabulaciones de salida para realizar el análisis del AML
9. Revisar las pruebas de consistencia a la base de datos
10. Dirigir el proceso de diseño y conformación de indicadores.

ANALISTA DE INFORMACIÓN - ESTADÍSTICA

1. Apoyar al coordinador en el diseño de las variables/indicadores y la metodología para los levantamientos.
2. Diseñar la boleta de la entrevista.
3. Supervisar el diseño del programa de captura.
4. Orientar al programador en el diseño del programa de captura.
5. Realizar las pruebas de consistencia de la base de datos.
6. Analizar los datos de salida de la base de datos.
7. Realizar el análisis de los datos estadísticos de seguimiento e interpretación de las variables claves.
8. Proponer mecanismos y estrategias para disminuir la tasa de rechazo.
9. Supervisar el trabajo del equipo de crítica-codificación y digitadores.
10. Colaborar en la preparación de los informes técnicos para la contratante.

SUPERVISOR

1. Garantizar toda la logística para desarrollar las capacitaciones, la prueba piloto y el trabajo de campo
2. Supervisar la calidad de digitación
3. Coordinar las reuniones diarias de evaluación con los equipos encuestadores.
4. Elaborar los informes correspondientes.

15. La organización de un departamento de investigación comercial en una empresa. Fundamentos y técnicas de investigación comercial. I. Grande Esteban

ENCARGADOS DE CRÍTICA Y CODIFICACIÓN

5. Recibir diariamente las boletas de campo y garantizar su integridad.
 6. Apoyar la elaboración del plan de trabajo.
 7. Elaborar los manuales de trabajo que se requieran para garantizar la calidad de la consultoría
 8. Garantizar la presencia diaria del personal de campo.
 9. Diseñar las rutas de trabajo y velar porque se cumplan.
 10. Distribuir la carga de trabajo diaria.
 11. Verificar que se realicen los procesos de verificación de calidad establecidos (revisión in situ de boletas, Re encuestas)
 12. Realizar las coordinaciones necesarias en terreno
 13. Ordenar y remitir las boletas a la encargada de crítica y codificación.
-
14. Elaborar coordinadamente los listados de codificación que sean necesarios.
 15. Realizar un análisis de consistencia de la información recabada para cada boleta que le sea asignada.
 16. Conocer y aplicar en sus labores el manual del encuestador y cualquier otra indicación definida por la Jefa de Campo.
 17. Participar en las reuniones diarias de evaluación.
 18. Proponer soluciones a los problemas y deficiencias encontradas en el trabajo de campo.
 19. Elaborar los reportes que la Jefa de Campo indique en relación con los problemas o deficiencias encontradas.

DIGITADORES

1. Conocer y aplicar las normas de digitación establecidas para la conformación de la base de datos.
2. Reportar deficiencias de recolección identificadas y asegurarse de comprender las letras y números plasmados por los encuestadores. En caso de duda, seguir la ruta de consulta establecida.
3. Realizar las copias de resguardo diarias definidas por la normativa de la consultoría.
4. Digitar la totalidad de encuestas asignadas.

PROGRAMADOR

1. Elaborar el programa de captura según las directrices del Coordinador del proyecto.
2. Estudiar y evaluar la estructura de la encuesta y proponer soluciones para optimizar la captura.
3. Realizar las pruebas requeridas antes del inicio de la digitación.
4. Realizar las modificaciones que sean propuestas por los digitadores y la coordinación de la consultoría.
5. Asistir y asesorar a los involucrados en el uso del programa de captura.

Las autoridades de la institución proveedora de servicios de empleabilidad juvenil (IPSEJ) deberán definir ¿Quiénes estarán involucrados en el desarrollo del AML? ¿Con qué recursos materiales y económicos cuenta? ¿Qué servicios se subcontratarán? Esta definición dependerá de algunos factores como: disponibilidad del presupuesto de la institución, capacidad técnica del equipo, alcance esperado del estudio, etc.

En la elaboración del Plan de Trabajo se debe considerar la conformación de un equipo multidisciplinario, en base al tiempo en que se desarrollará y el tamaño del territorio. Lo recomendable es contar con un supervisor por cada tres a cuatro encuestadores.

El plan de trabajo deberá ser construido con base a la combinación de al menos los siguientes factores: la cantidad de encuestas a levantar, el tamaño del territorio, el tiempo y el presupuesto.

Elaboración del cronograma

Elabore un formato que describa las acciones, el recurso humano responsable, tiempo, metas, y otros elementos necesarios que permita visualizar de forma sistémica el avance de las acciones programadas.

Debe distribuir la carga de trabajo en base al tiempo, la cantidad de información a recabar y el recurso humano.

Elaboración del presupuesto

El presupuesto debe considerar la descripción detallada de la inversión a realizar basado en las decisiones previas. Es importante definir el presupuesto considerando: honorarios, viáticos y transporte, material (fotocopias, lapiceros, tablas, papel bond, etc.), servicio telefónico.

El presupuesto debe plasmar la realidad del alcance del estudio¹⁶, es decir, considerando servicios externo o internos; para medir o estimar la eficiencia en la inversión.

16. Anexo 5: Ejemplo de presupuesto para la realización de un AML



Consejo

Es importante recordar que los encuestadores tienen un rol primordial y que requieren ser dotados de las herramientas necesarias para hacer su trabajo de manera eficiente.



Ejemplo práctico 8: Plan de trabajo y Cronograma

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: ENCUESTAS

No de encuestas: 115 empresas	No de encuestadores: 4	No de supervisores: 1
Carga de trabajo diaria: 4 encuestas por encuestador		Tiempo por encuesta: 25 min
Tiempo global por encuesta: 110 min La encuesta contiene 70 preguntas y requerirá de 25 minutos para ser contestada en su versión más compleja a esos 25 minutos se han añadido 30 minutos de desplazamiento para llegar a la empresa y otros 15 minutos de espera para ser atendido		
Promedio de encuestas diarias: 16	Total de días requeridos para el levantamiento de encuestas: 8	Territorio:

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: ENTREVISTAS

No de Entrevistas a encargados de recursos humanos de las empresas: 12	Distribución de entrevistas por tamaño de empresas	Grandes 4 Medianas 6 pequeñas 2
Nota: Un estudio consultado como fuente secundaria indica que nuevos oficios están surgiendo en las grandes y medianas empresas.		
No de entrevistas a centros de formación: 4	Nota: Los Centros de formación porque son los que cuentan con bachillerato técnico que pudiese relacionarse con los oficios que señalan las fuentes secundarias consultadas.	

FASE II RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y TRABAJO DE CAMPO

23

FASE

02

Objetivo de la fase: Recabar toda la información de fuentes primarias.



Aspectos claves:

- A partir de los hallazgos definir el modelo de implementación del AML (interno, externo, mixto)
- Garantizar que todos los instrumentos técnicos respondan a los objetivos del estudio
- Establecer mecanismos de control de calidad sobre los procesos de recolección de información
- Dar seguimiento al cumplimiento del plan de trabajo

Participantes:

- Coordinador de la investigación
- Encuestadores, supervisor, programador, crítica-codificación, digitadores

Producto:

- Encuestas completadas
- Matrices de resultado de grupos focales
- Matrices de entrevistas
- Tablas y gráficos de salida
- Base de datos

Diseño de los instrumentos y manuales



Gestión logística y del recurso humano (interna/externa)



Prueba Piloto*



Trabajo en campo y tabulación de datos

2.1 Diseño de los instrumentos y manuales

Seleccione la batería de instrumentos a utilizar que res-

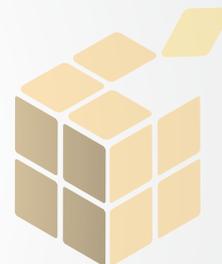
pondan a los objetivos del estudio de mercado laboral y diseñe cada instrumento basándose en las variables identificadas en la fase I.



Consejo

Un factor clave en el diseño es hacerlo en dos momentos, primero, haga un ejercicio borrador de los instrumentos, valide si están incorporadas todas las variables y segundo, reflexione con el equipo AML sobre la forma de recopilar insumos en la formulación de las preguntas y aclarar algunas dudas. Para cada técnica, existen instrumentos de recolección de información y/o de guía, en el siguiente cuadro se presenta una descripción de cada uno:

Técnica	Instrumentos	Responsables
Encuestas	Encuesta Manual del encuestador Plan de trabajo semanal Bitácora de seguimiento	Coordinador de AML Supervisores Encuestadores
Grupos Focales	Guía para grupos focales Términos de referencia	Coordinador de AML
Entrevista a profundidad	Guía de entrevista Términos de referencia	Coordinador de AML
Observación Guiada	Manual de puestos Bitácora de observación Términos de referencia	Coordinador de AML



Consejo

Una opción es que la información sea recopilada por un agente externo o consultor, esto implica que el Coordinador de AML diseñe Términos de Referencia con especificaciones.



Consejo

Se recomienda que el Coordinador del equipo realice personalmente los Grupos Focales, las entrevistas a profundidad y la observación guiada, pues cuenta con el criterio y la experiencia para capturar la información. En este momento es necesario elaborar el manual del encuestador¹⁷ que tiene como propósito facilitar el levantamiento y análisis de información.



Consejo

Recuerde que del encuestador depende el éxito de la recolección de la información, por lo que es indispensable transmitir el fin del estudio, generarles un contexto, nivelar sus expectativas, resolver dudas, ofrecer la guía que le permita tener un radio de acción al capturar las respuestas.

2.2 Gestión logística y del recurso humano

Esta permite organizar los recursos, las gestiones internas y externas para preparar al equipo para el levantamiento de la información:

- Inicie diseñando el perfil y definiendo roles de cada miembro del equipo, dependiendo del modelo de ejecución que decida implementar (interno, externo/subcontratado, mixto). Esta tarea es clave, pues permitirá tener claro los alcances de cada participante del equipo y la dinámica de trabajo será eficiente para lograr los objetivos del estudio.
- Contrate al equipo y diseñe e implemente un taller de inducción. Este taller debe lograr contextualizar al equipo, empoderarlo del tema, comprender los objetivos del estudio y aprender a completar las herramientas. Además, en la dinámica del taller se debe generar espacios de retroalimentación de las herramientas, en base a la

experiencia que el equipo ha tenido en otros estudios.

- Convoque al público meta, es decir: representantes de empresas a encuestar y entrevistar, participantes de los grupos focales y otros informantes clave. Se deberá coordinar horarios con las empresas para la recopilación de información.
- Finalmente, se debe coordinar los recursos logísticos tomando en cuenta los elementos siguientes:
 - Transporte (hacer requisición del transporte interno, o cotizar y contratar transporte externo),
 - Diseño y elaboración de carné, camisas o chalecos de identificación del equipo
 - Viáticos para alimentación (agua, almuerzos, etc.)
 - Presupuesto de saldo para teléfono celular (en caso de que no se recibido en una empresa puede comunicar-

se con el supervisor o avisar a la siguiente empresa para consultar si puede llegar antes)

- Herramienta de levantamiento de información: Tablet con suficiente carga o encuesta impresa, folder, lapicero
- Espacios, regalos y refrigerios para desarrollo de grupos focales

2.3 Prueba Piloto¹⁸

La prueba piloto se realiza cuando ya han capacitado al personal de campo y su finalidad es validar los instrumentos, por ejemplo, verificar si los saltos de preguntas tienen lógica, si las opciones de respuesta son válidas o confunden, si funcionan de manera eficiente los filtros, si permite validar los tiempos efectivos y si se puede recalibrar el tiempo para hacer un plan de visitas de campo.

Desarrolle una jornada de retroalimentación en el que los encuestadores y supervisores compartan su experiencia con el resto del equipo, detallen los obstáculos, aprendizajes, realizando los ajustes respectivos a la herramienta.

La prueba piloto se puede desarrollar encuestando una o dos empresas y los resultados deben ser descritos como parte del informe final, con el fin de mostrar el método científico utilizado.

Realice la impresión de los instrumentos de recolección de información o haga el montaje en medios digitales. Elabore las hojas de ruta, procurando que incluya la siguiente información: Nombre de la empresa, dirección, teléfono de contacto, persona encargada, comentarios u observaciones.

Defina las rutas de trabajo. Tome en cuenta que, ya calibró los tiempos en la prueba piloto, tiene una base de datos depurada con citas agendadas, cuenta con los supervisores y los encuestadores, por tanto, ya puede realizar las rutas distribuyendo la cantidad de encuestas con los recursos que cuenta.

El supervisor utiliza las hojas de ruta semanales como una bitácora y así, da seguimiento a lo que va sucediendo con cada empresa.



Advertencia

Las pruebas pilotos se pueden desarrollar para cada una de las técnicas de recolección de información planteadas en esta guía, todo depende de la experiencia y la cantidad de participantes. Para el caso de la técnica de la encuesta debe partir entregando el material al equipo de supervisores y encuestadores.

2.4 Trabajo en campo y tabulación de datos

Desarrolle el levantamiento de la información (encuestas, entrevistas a profundidad, observación guiada, grupos focales) y supervise la calidad.

En el caso de la técnica de las encuestas, desde el primer día el coordinador de la investigación debe de esperar el regreso de los encuestadores y tener una reunión de evaluación.

Esto permite tomar decisiones sobre temas que acontecen en el desarrollo de la jornada. A partir del segundo día el coordinador debe de reunirse solo con los supervisores. El seguimiento se realiza en base a la cantidad y nivel de exigencia de las encuestas.

Las encuestas deben estar numeradas correlativamente y, en caso de haber sido impresas, estas deben ser completadas con bolígrafo.

¹⁸. La prueba piloto aplica para el desarrollo de las encuestas.



Consejo

Recuerde que los encuestadores son una fuente de información clave a tomar en cuenta, basada en las retroalimentaciones diarias, sistematizadas en bitácoras que permitirán identificar otros temas que influyen en el contexto para analizarlo e incluirlo.



Advertencia

En la medida que avanza el estudio, realice el control de calidad con el supervisor tomando en cuenta lo siguiente:

- Día a día, se debe hacer el trabajo de crítica y codificación.
- Examine los contenidos en las boletas para detectar la mayor cantidad de inconsistencias, errores u omisiones que se puedan presentar, para luego depurar el dato.

Este proceso permite afinar la información recabada en campo, sometiéndola a una revisión exhaustiva antes de que sea transcrita o procesada, lo cual garantiza la calidad de la información.

Otro control de calidad es que si hay un formulario que tiene excesiva cantidad de tachaduras, enmendaduras y preguntas no respondidas, el responsable de crítica y codificación está obligado a reportarlo y solicitar que se vuelva a levantar.

Quando el levantamiento de la información sea a través de una aplicación¹⁹, se tiene la ventaja que los datos ya están digitalizados. La inversión en gestión de calidad es menor en términos de tiempo y recurso humano.

Es importante no pasar por alto las tasas de rechazo y las tasas de no respuesta, sobre todo en temas económicos o de ingreso. Mida permanentemente estas tasas porque eso afecta la calidad de la información.

Entre las soluciones para resolver este problema puede buscar fuentes alternativas o hacer una nota técnica que indica la aclaración de las preguntas rechazadas y/o sustituir la muestra.

Verifique si el estudio se ha concretado de acuerdo a la técnica de levantamiento de información seleccionada y cuenta con los parámetros técnicos, una vez se ha concluido el trabajo de campo.

Limpie, tabule y depure los datos con el apoyo de digitadores, previo a el ingreso a la base de datos.

Haga un primer bosquejo de cómo quiere que la información sea procesada, presentada y analizada, previa a incorporarla al informe final del proceso.



Consejo

El uso de dispositivos electrónicos y aplicaciones eficientiza el levantamiento de la información con reducciones en tiempo y recursos económicos

19. Una recomendación de aplicaciones es Kobo Collect: <http://www.kobotoolbox.org/tags/kobocollect>



Ejemplo práctico
Plan de trabajo
en campo

1. Se capacita al equipo en una mañana y por la tarde se hacen ejercicio de llenado de la boleta para que tanto encuestadores como supervisores se familiaricen con el instrumento.
2. La persona encargada de realizar las citas ha llamado previamente a las empresas y se han concertado visitas. Las empresas fueron seleccionadas por el coordinador garantizando que exista diversidad (por giro, ubicación geográfica, etc.)
3. Realice la prueba piloto, y posteriormente realice una jornada de trabajo en el que se identifican oportunidades de mejora.
Además, se determina el tiempo de desarrollo de los instrumentos para la recolección de la información, por lo que se puede llegar a concluir sobre la necesidad de modificar los días de trabajo en campo y el tamaño del equipo.
4. Durante el período de capacitación y prueba piloto, la persona encargada de llamadas telefónicas también ha realizado las siguientes actividades:
 - a. Encargó las camisas y carnets que portarán los encuestadores.
 - b. Organizó toda la logística para este proceso: alquiler de vehículo, emisión de rutas de trabajo y comenzó a realizar las llamadas para solicitar espacio en la agenda de las personas de RRHH.
5. Si el levantamiento de la información se realiza de manera digital, la persona encargada de informática trasladará la versión final del instrumento a las tablets en las que se recopilará la información.

SEMANAS

Actividades	Responsable	1	2	3	4
Diseño de herramientas y grúas	Coordinador AML	●	●		
Validación de instrumentos	Coordinador AML		●		
Capacitación del equipo de encuestadores y supervisores	Coordinador AML			●	
Gestión de citas	Asistente			●	●
Prueba piloto	Coordinador AML			●	
Taller de retroalimentación de la prueba piloto	Coord. AML y Supervisor				●
Gestión de identificación del equipo (camisetas, chalecos, carnets, etc.)	Coordinador AML		●		
Gestión de logística (transporte)	Coordinador AML		●		
Diseño de rutas de trabajo	Coord. AML y Supervisor			●	
Diseño de la boleta electrónica	Programador			●	

FASE III

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y ELABORACIÓN DE INFORMES

FASE

03

Objetivo de la fase: Analizar la información recopilada y crear un informe que contenga las conclusiones y recomendaciones pertinentes con los objetivos planteados del AML.



Aspectos claves:

- Tener presente los objetivos planteados del AML
- Identificar las variantes que pudieron haber existido con respecto al plan inicial
- Seleccionar adecuadamente las tablas que sustentan las conclusiones y recomendaciones a las que pueden llegar.

Participantes:

- Coordinador de la investigación
- Programador
- Gerente de CFP, gestores de empleo

Producto:

- Informe de Estudio de Mercado Laboral

Diseño de tablas y gráficos de salida relevantes del estudio

Análisis de la información

Taller de presentación de hallazgos- lluvia de ideas

Redacción del informe

3.1 Diseño de tablas y gráficos de salida relevantes del estudio

Con la información tabulada previamente y los cruces de variables realizados se debe plasmar los resultados del estudio de forma clara y precisa en gráficos sencillos de interpretar. Estos datos deben facilitar la interpretación de los resultados y permitir establecer hallazgos, conclusiones y tendencias.

3.2 Análisis de la información

Analizar según Kerlinger²⁰ significa establecer categorías,

ordenar, manipular y resumir los datos. Por lo tanto, en esta etapa se procede a racionalizar los datos colectados a fin de explicar e interpretar las posibles relaciones que expresan las variables estudiadas.

Haga un análisis de la información recopilada en cinco pasos:

1. Describa la naturaleza de los datos a ser analizados.
2. Explore la relación de los datos con la población de estudio. Relacione las variables estudiadas.
3. Cree un cuadro resumen del análisis de la información para facilitar la comprensión de los datos.
4. Pruebe (o refute) la validez del modelo

5. Emplee un análisis predictivo para ejecutar escenarios que ayudarán a orientar las acciones futuras.

El objetivo del análisis es identificar tendencias y/o patrones para extraer conclusiones y recomendaciones.



Consejo

El análisis debe expresarse de manera clara y simple utilizando lógica tanto inductiva como deductiva. En esa línea, es importante que en el análisis estén las personas claves y tener espacios de reflexión con las personas de campo, quienes proporcionan información que no necesariamente está en una encuesta, gráficos o entrevistas, pero que es relevante para las estrategias de intervención.

Prepare un resumen a ser presentado en el taller de presentación de hallazgos

3.3 Taller de presentación de hallazgos

Realice un taller de presentación de hallazgos con el equipo del AML, incluyendo al Gerente del CFP. Desarrolle cada uno de los hallazgos identificados en respuesta de las variables del AML, utilizando los gráficos e interpretaciones obtenidas y plasmadas en el resumen.

Posteriormente recopile opiniones de hipótesis generadas en el taller, genere apertura para recibir y tomar nota de conclusiones, proponga la estructura del AML y valide el enfoque que tendrá dicho estudio con las autoridades. Considere los siguientes elementos para desarrollar el taller:

ANTES

1. Convocar al personal seleccionado
2. Preparar el espacio físico en donde se desarrollará el taller. Se debe de tener en cuenta aspectos logísticos, seguridad y comodidad para el equipo de trabajo.
3. Diseñar la presentación de los hallazgos identificados

DURANTE

4. Presentación de hallazgos a los participantes
5. Construcción conjunta de las conclusiones y recomendaciones
6. Validación de la estructura y enfoque del AML
7. Lecciones aprendidas y buenas prácticas desde diferentes perspectivas: coordinación interna, empresarios, jóvenes y actores claves.

DESPUÉS

8. Redactar los resultados del taller

3.4 Redacción del informe del AML

Redacte el informe tomando una base que incluya el siguiente contenido:

- Introducción
- Contexto
- Objetivos del estudio
- Metodología: (descripción de las actividades)
 - Estudio y preparación de las condiciones para el levantamiento de la información

- Levantamiento de información
- Análisis y presentación de resultados.
- Resultados del estudio:
- Conclusiones: y recomendaciones
- Índices de tablas y gráficos
- Anexos: formulario de encuesta, guías, citación de actores entrevistados, etc.
- Índice de tablas y gráficos
- Bibliografía



Ejemplo práctico No 8: Sobre los contenidos del Estudio de Mercado Laboral.

Además del contenido propuesto en el párrafo anterior para este ejercicio se incluye algunos elementos de valor. Por ejemplo, en el contexto, se incluyó el análisis del mercado laboral a nivel nacional y en el mismo se hace un análisis en la situación de los jóvenes en el territorio de estudio.

En los resultados del estudio, se estructuró considerando un análisis sectorial, tendencias actuales y proyectadas de los sectores de mayor crecimiento con empleo formal, análisis sobre los empleadores y sus procesos de contratación y un análisis de los perfiles

20. Kerlinger, 1982, p.96

y oficios más ofertados y competencias vinculadas. Algunas de las tablas incluidas en el estudio son:

- Estadísticas del mercado laboral salvadoreño para el segmento de 15-24 años (año 2012)
- Tasas de crecimiento del PIB Según Subsector Económico (serie de 11 años calculada a precios constantes de 1990)
- Subsectores con mayor cantidad de ofertas de empleo emitidas en el sistema de intermediación laboral del MTPS (Años 2011-2015)
- Comparación entre meta y encuestas efectivas según sector
- Cantidad de empresas que participaron en el estudio según Municipio y Tamaño
- Características de los procesos de contratación utilizados por las empresas
- Cantidad de jóvenes atendidos anualmente según mecanismo de contratación y tamaño de la empresa.
- Habilidades y conocimientos más exigidos en las empresas
- Debilidades y deficiencias que presentan las personas jóvenes contratadas según las personas de RRHH y especialidad en el oficio.



Consejo

Lo importante es que este tipo de informes sirvan para tomar decisiones, corregir políticas, desarrollar nueva oferta de formación, actualizar la oferta existente, retirar productos obsoletos, actualizar las competencias de la planta de facilitadores, redefinir procedimientos que ayuden a mejorar la calidad de servicios que brindan los CFP.



Ejemplo práctico No 9: Resumen de tabulación (preparación de taller de presentación de hallazgos)

Luego de procesar las encuestas y las entrevistas, se identificaron varios datos importantes:

- Se identificaron 3 nuevos oficios, pero de ellos sólo exige el nivel de formación que imparte el CFP. Los otros dos requieren educación universitaria.
- Hay 5 empresas que contratan el tipo de oficio que es de interés del CFP.
- Además, se prevé que para los dos próximos años la demanda de recurso humano de estas empresas podría llegar a las 135 personas.
- Existen 2 empresas que están dispuestas a colaborar pasantías y 1 que puede aportar un experto para diseñar un programa de estudios.
- Los jóvenes, principalmente mujeres, dicen que están interesadas en formarse para emplearse en el oficio. La totalidad de ellas están desempleadas y por tanto, tienen disponibilidad a tiempo completo para formarse.
- La información brindada por las empresas indica que, aunque el sexo del perfil de ingreso es indistinto, prefieren que sean hombres.

FASE IV SOCIALIZACIÓN DEL AML

31

FASE

04

Objetivo de la fase: Presentar los resultados del AML para que permitan desarrollar realimentación y mejora continua en los Centros de Formación Profesional.



Aspectos claves:

- Seleccionar los actores claves del territorio interesados en las mejoras de la formación profesional.
- Apertura del CFP a escuchar retroalimentación y adquirir aprendizajes en función de mejorar su desempeño y asumir nuevos retos.
- Garantizar que los resultados del AML generen cambios en el CFP
- Que los resultados del AML contribuya a la gestión de conocimiento de la institución (lecciones aprendidas, mejores prácticas)

Participantes:

- Coordinador de la investigación
- Gerente de CFP
- Actores claves seleccionados

Producto:

- Informe de reacciones, puntos de vista recopiladas de la presentación.
- Informe de lecciones aprendidas y buenas prácticas del desarrollo del AML
- Estrategia de implementación del CFP a partir de los resultados encontrados

Planificación y diseño de presentación



Selección y convocatoria a actores



Presentación del informe

4.1 Planificación y diseño de presentación

Planifique la difusión de los resultados del estudio. Realice un evento de presentación ante un público selecto, diseñe una presentación que sea atractiva, convincente y memorable. Depende de la estrategia que defina el CFP, puede hacer una sola presentación con todos los actores involucrados o puede hacer varias presentaciones según perfiles de actores, es decir, una presentación solo para

empresarios, otra solo para actores claves del territorio, otra para los jóvenes, etc.

Sistematice las lecciones aprendidas y buenas prácticas del desarrollo del AML y busque posicionarlas dentro de la institución.



Ejemplo práctico No 10:
Borrador de resultados
del AML - Difusión del
estudio

32

El encargado del proceso desarrolló un taller con el personal del CFP para exponer los resultados del estudio.

Las conclusiones más significativas fueron los siguientes:

- El CFP está interesado en diseñar un nuevo programa, se calcula que hacerlo puede costar \$40,000 y echarlo a andar (equipamiento, formación de instructores/as) puede costar otros \$100,000
- Un 25% de los jóvenes que este año se han formado en el CFP cumplen el 75% de los requisitos que pide el perfil de ingreso de las empresas. Más de la mitad son mujeres.
- Hay dos instructores que tienen conocimientos y experiencias previas relacionadas con este oficio.
- Se identificó una fuente de financiamiento que podría aportar los fondos para el diseño e implementación, pero debe formularse el proyecto antes de junio.
- Por tanto, se decidió formar un equipo encargado de formular el proyecto y presentarse por los fondos.

4.2 Selección y convocatoria de actores

Debe actualizar las bases de datos de entrevistados y aliados del CFP que participaron durante el AML y considere tomar en cuenta a los siguientes representantes de instituciones:

- Empresas entrevistadas
- Autoridades del territorio. Municipales y del gobierno central
- Instituciones educativas
- Representantes de comunidades, gremios empresariales y cooperativas
- ONG vinculadas a la temática
- Otras instituciones relacionadas a la temática

4.3 Presentación del informe

Gestione un local adecuado al evento y desarrolle la presentación de los resultados del estudio. Si es conveniente entregue un resumen escrito a cada participante, también puede publicarlos en su página o a través de las redes sociales que posea.

Enfóquese en describir con claridad las conclusiones, recomendaciones y presente la Estrategia de implementación del CFP a partir de los resultados encontrados.

- Diagnóstico del mercado laboral y perfil económico y productivo. Departamento de Sucre, Colombia. Ministerio de Trabajo, Fundación Panamericana para el Desarrollo. Hernando Jaimes Amorocho.
- Análisis de diagnóstico del empleo, Una guía metodológica. Sector de Empleo – Oficina Internacional del Trabajo – OIT. Edición 2012
- Las políticas de Desarrollo Productivo y el Desarrollo Económico Territorial, Francisco Albuquerque, Madrid, enero de 2015
- La ingeniería de la formación profesional y técnica. Gobierno de Quebec. Ministerio de Educación. 2004.
- Fundamentos y técnicas de investigación comercial, Idelfonso Grande Esteban. Madrid.

ANEXOS

Anexo 1: Links de políticas públicas que incentivan al empleo y la inversión en El Salvador

A continuación, se presenta links de algunas políticas públicas:

Sostenibilidad ambiental. Política energética. Uso eficiente de Agua, Energía y Materiales, Gestión de Residuos

<http://energiasrenovables.cne.gob.sv/downloads/1.PoliticaNacionaldeEnergia20102024.pdf>

Fomento de la cultura emprendedora

<http://www.conamype.gob.sv/wp-content/uploads/2014/08/Pol%C3%81tica-de-Emprendimiento.pdf>

Política de innovación (sistemas regionales de innovación). Estrategia de inversiones. <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/icap/unpan029744.pdf>

https://www.google.com/sv/search?q=estrategia+de+inversiones+en+el+salvador&oq=estrategia+de+inversiones+en+el+salvador&gs_l=psy-ab..3...27288.30801.0.31389.18.17.0.0.0.0.291.1605.1j10j1.12.0....0...1.1.64.psy-ab..8.0.0.lmlMi-7b3b2o

Desarrollo territorial. Fomento de la Integración Productiva. Política Nacional de Fomento a la diversificación y transformación productiva

<http://www.comures.org.sv/GUIA-DESARROLLO-ECONOMICO-LOCAL.pdf>

<http://www.minec.gob.sv/descargas/politica-nacional-de-fomento-diversificacion-y-transformacion-productiva/>

Anexo 2: Links Bolsas de empleo públicas y privadas

Para el abordaje de las bolsas de trabajo privadas se sugiere contactar a las siguientes a nivel nacional:

- <http://www.tecoloco.com.sv>
- <https://www.sv.computrabajo.com>
- <https://www.unmejorempleo.com.sv>
- <https://acciontrabajo.com.sv/empleos>
- <https://www.buscojobs.com.sv>
- <https://www.opcionempleo.com.sv/ofertas-empleo-el-salvador-114376.html>
- <http://www.empleospublicos.gob.sv>
- <http://www.renaceempleo.gob.sv/>
- <https://www.encuentra24.com/el-salvador-es/empleos-ofertas-de-trabajos>
- <https://sv.jooble.org>
- <http://nuevotrabajo.info/ofertas-de-empleo/8>
- <http://www.industriaelsalvador.com/index.php/bolsa-de-empleo/>
- <https://tuchance.org/sv>
- Fan Page de empleos por departamento, verificando previamente su prestigio y buen funcionamiento

Análisis puede orientarse a:

- Sectores con mayor demanda de empleo
- Perfiles demandados vs. Perfiles de jóvenes captándose.

Anexo 3: Ejemplo de encuesta dirigida a personas encargadas de RRHH

Descargar documento en: www.jovenesneo.org

Anexo 4: Ejemplo de Guía de Grupos Focales

Objetivo:

Conocer las opiniones y percepciones de los jóvenes en relación la calidad del proceso de formación que recibió en el CFP y los apoyos y dificultades que ha enfrentado para insertarse en el mercado laboral.

Composición del grupo:

10 participantes que han cursado los programas de “Asesor de Ventas” y “Display de Supermercado”. La mitad debe ser hombres y la otra mitad mujeres; la misma proporción deben aplicarse para los criterios de emplead@s/desemplead@s, cuidando que los empleados/as estén ejerciendo el oficio para el que fueron formados. Siempre llenar hoja de asistencia.

Agenda:

- Presentación de participantes.
- Presentación de la agenda de trabajo.
- Normas para el desarrollo de la sesión.
- Desarrollo del grupo focal.

Preguntas sobre formación

1. ¿Por qué optaron por un curso de FP?
2. Al solicitar tu inscripción te explicaron claramente ¿qué aprenderías y en qué áreas podrías trabajar?
3. ¿Qué dificultades tienen para continuar estudios formales?
4. ¿Si decidieran volver a tomar un curso de FP ¿de qué sería y por qué tomarían ese?
5. Para salir bien formados en el oficio de Asesor de Ventas/Display ¿cuántas horas creen que debería durar el curso de FP? Pedir que expliquen la disminución o aumento de horas.
6. ¿Qué le añadirían o quitarían al curso de FP que recibieron? Y ¿Por qué?
7. ¿Su curso incluía la realización de pasantías laborales? Si la respuesta es sí ¿puede comentarme en qué le ayudó? Si la respuesta es no puede comentarme si lo considera necesario o no.

Preguntas sobre inserción laboral

8. ¿Qué ha sido lo más difícil al momento de buscar empleo?
9. ¿Cómo ubican o conocen de oportunidades de empleo?
10. ¿En qué aspectos creen que han fallado en las 2 últimas entrevistas de trabajo?
11. ¿Qué apoyo creen que necesitan en este momento para encontrar empleo?
12. Para los y las que tienen empleo ¿qué ha sido lo más difícil para adaptarse y cumplir con las exigencias del empleo actual?
13. ¿Por qué dejaron su último trabajo?

Sobre competencias

14. DISPLAY: ¿qué método les enseñan para hacer inventarios? ¿Le ha servido?
15. PARA ASESOR DE VENTAS: ¿les enseñan a usar equipos de oficina? (fotocopiadoras, office, impresoras, cañón)

Anexo 5:
Ejemplo de
presupuesto, para el
desarrollo de un AML
para un período de
3 meses.

A continuación, se presenta un ejemplo de presupuesto. Para crear un es importante tomar en cuenta que este está sujeto a variables de: tamaño y profundidad del estudio, rigurosidad científica, recursos económicos y humano con el que cuenta la institución, entre otras:

RUBROS PRESUPUESTARIO	CANT.	VECES	COSTO	SUBTOTAL
Personal				\$9,000.00
SALARIOS				\$8,200.00
Coordinación de consultoría	1	3	\$2,000.00	\$6,000.00
Coordinación de logística	1	1	\$500.00	\$500.00
Jefe de campo y logística	1	1	\$400.00	\$400.00
Supervisores de campo	1	1	\$400.00	\$400.00
Encuestadores	3	1	\$300.00	\$900.00
HONORARIOS				\$800.00
Informático	1	1	\$500.00	\$500.00
Diseño gráfico de informes	1	1	\$300.00	\$300.00
Fase I: Estudio y preparación de la fase de campo				\$330.00
Desarrollo de reuniones/sesiones de trabajo (combustible)	1	3	\$5.00	\$15.00
Capacitación personal de campo	1	9	\$3.00	\$27.00
Impresión/reproducción de boletas	8	50	\$0.15	\$60.00
Impresión de manuales del encuestador	10	4	\$0.05	\$2.00
Equipo de papelería para equipos encuestadores	1	1	\$50.00	\$50.00
Camisetas	1	9	\$14.00	\$126.00
Prueba piloto (combustible)	1	1	\$20.00	\$20.00
Prueba piloto (alquiler de vehículos)	1	1	\$30.00	\$30.00
Fase II: Levantamiento de información				\$670.00
Combustible (Santa Ana)	4	1	\$25.00	\$100.00
Combustible (Soyapango, Mejicanos y San Salvador)	5	1	\$20.00	\$100.00
Alquiler de vehículos	12	1	\$30.00	\$360.00
Revisitas (alquiler de vehículo) (10%)	1	1	\$40.00	\$40.00
Revisitas (combustible) (10%)	1	1	\$20.00	\$20.00
Saldo telefónico	1	2	\$20.00	\$40.00
Combustible para reuniones	2	1	\$5.00	\$10.00
Fase III: Elaboración de informes				\$26.00
Reuniones de presentación de resultados	2	1	\$5.00	\$10.00
Impresión de informes	2	40	\$0.10	\$8.00
Memoria USB	1	1	\$8.00	\$8.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$382.50
Papelería	1	1.5	\$20.00	\$30.00
Transporte/combustible	1	1.5	\$20.00	\$30.00
Contabilidad	1	1.5	\$40.00	\$60.00
Servicios básicos	1	1.5	\$50.00	\$75.00
Alquiler	1	1.5	\$125.00	\$187.50
SUBTOTAL				\$10,408.50
Imprevistos (5%)				\$520.43
SUBTOTAL + IMPREVISTOS				\$10,928.93

Anexo 6:
Ejemplo de manual
del encuestador

Descargar documento en: www.

UN MILLÓN DE JÓVENES

neo

UN MILLÓN DE OPORTUNIDADES



CON EL APOYO DE:

