

CAPLEA



GOBIERNO
de
CANTABRIA

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y JUVENTUD
DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD



1er ANIVERSARIO
Mayo 2003

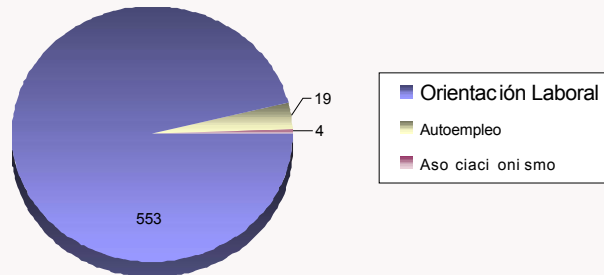


CAPLEA (Centro de Asesoramiento y Promoción Laboral, Empresarial y Asociativa) es un servicio de la Dirección General de Juventud, organismo del Gobierno de Cantabria, dependiente de la Consejería de Educación y Juventud.

CAPLEA C/Menéndez Pelayo,,8 (pasadizo) 39006 SANTANDER. Teléfono 942 31 47 84 -caplea@iespana.es

Un año trabajando por el empleo juvenil en Cantabria

Desde el inicio de su actividad Caplea ha ofrecido atención personalizada a 576 jóvenes cántabros, en su mayor parte desempleados. La distribución por áreas de dichas acciones de asesoramiento quedan reflejadas en el siguiente gráfico:



Servicio de Orientación Laboral

Un total de **480 jóvenes** hicieron uso de nuestros servicios de asesoramiento y orientación laboral, procediéndose al mismo tiempo al registro de la correspondiente ficha con los datos personales de cada usuario para un eficaz seguimiento y control de los mismos.

La orientación de estos jóvenes ha ido encaminada fundamentalmente hacia la búsqueda de empleo. No obstante también se ha realizado asesoramiento sobre becas, formación, trabajo en el extranjero, etc. En el gráfico adjunto puede verse en porcentaje la distribución de las consultas recibidas por su contenido:

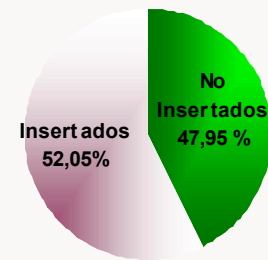
■ Búsqueda de Empleo ■ Formación ■ Aulas de Intermediación ■ Trabajo en el Extranjero ■ Becas



Aulas de Intermediación Laboral

Finalizado el ejercicio se han realizado un total de 6 Aulas de Intermediación Laboral, en las que han participado un total de 73 jóvenes desempleados cántabros, a una media de 12 alumnos por aulas. Las fechas y resultados de cada una de estas aulas han sido las siguientes:

- 07/10/02-22/10/02; 4 inserciones de 8 participantes.
- 11/11/02-31/12/02; 10 inserciones de 12 participantes.
- 20/01/03-31/01/03; 10 inserciones de 20 participantes.
- 17/02/03-07/03/03; 5 inserciones de 13 participantes
- 01/04/03-23/04/03; 5 inserciones de 12 participantes.
- 19/05/03-30/05/03; 4 inserciones de 8 participantes.



El número total de inserciones conseguidas es de 38, lo que supone un porcentaje de **inserción final del 52.05%**.

Visitas a empresas

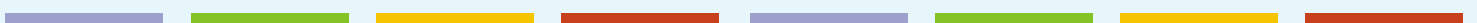
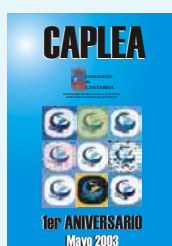
Las visitas a empresas han perseguido dos objetivos fundamentales: localizar ofertas de empleo para las aulas de intermediación laboral y conocer el mercado laboral de la región cántabra.

Desde el comienzo de las actividades de Caplea se han visitado un total de **345 empresas**, pertenecientes a muy distintos sectores: comercio, albañilería, pintura, jardinería, industria, hostelería, construcción y otros,. Los datos recogidos en las entrevistas han sido clasificados y almacenados en una base de datos que servirá para conocer qué empresas y sectores demandan más empleo en la región.

Asimismo, esta base de datos servirá como punto de partida de las aulas del siguiente año, permitiendo realizar labores de fidelización y seguimiento de las mismas a través de correo, teléfono, fax o correo electrónico.

Boletines CAPLEA de información sobre temas de empleo

En este primer año se han editado 4 boletines de información de Caplea. Dichos boletines han sido enviados regularmente a través de correo electrónico a un total de 106 direcciones de las empresas, entidades públicas y privadas, asociaciones y personas con las que Caplea ha mantenido contacto en estos meses. Asimismo, el boletín queda a disposición de cualquier persona que desee recogerlo en las oficinas de Caplea.



¿Es viable tu proyecto empresarial?

El estudio económico-financiero o plan de viabilidad es la traducción en términos económicos del resto de elementos que integran el plan de empresa, especialmente el plan de marketing, el plan operativo, la planificación de recursos humanos y el plan jurídico. Esa cuantificación debería permitir verificar la viabilidad económica del proyecto en su conjunto, así como descubrir, en su caso, las necesidades de financiación externa. El plan de viabilidad se compone de diferentes estados y, sin perjuicio de otros apartados, se señalan a continuación los contenidos más habituales:

- **Plan de inversiones y de financiación inicial.** Permite responder a cuáles son los capitales necesarios para la puesta en marcha del proyecto y si la empresa será capaz de reunir esos capitales. Su propósito es determinar las necesidades iniciales para afrontar el proyecto y la forma en que esas necesidades se financiarán.

- **Cuenta de resultados provisional.** Este segundo estado

ofrece respuesta a la siguiente pregunta: ¿La previsión de actividad de la nueva empresa va a producir los ingresos suficientes para cubrir los gastos y cargas que representan los medios materiales, humanos y financieros empleados?

- **Plan de tesorería.** El objeto de este tercer elemento estriba en determinar si los ingresos de caja a lo largo del año permitirán hacer frente a los pagos del mismo periodo.

- **Balance provisional.** En este caso el propósito reside en proporcionar una fotografía de la situación económico-financiera del negocio en el futuro.

- **Plan de financiación a tres años.** Su objeto es responder al siguiente interrogante: ¿La solidez financiera prevista en el plan de financiación inicial tendrá continuidad a lo largo del desarrollo de la empresa?

- **Punto de equilibrio.** Refleja el nivel de actividad de la empresa que permitirá, gracias al margen empresarial aplicado, cubrir todos los gastos del negocio. Por debajo de este punto la empresa generará pérdidas

Las empresas valoran más la experiencia y la capacidad de comunicación al contratar

La experiencia profesional y la capacidad de comunicación son los valores que más tienen en cuenta las empresas a la hora de seleccionar personal. El sexo, la edad y la situación familiar de los candidatos son decisivos cuando la experiencia y la capacidad comunicativa es similar entre varios candidatos.

E&E / Madrid. Un estudio realizado por los profesores Nuria Chinchilla y Steven Poelmans del IESE para la Fundación Adecco sobre los criterios de selección de las empresas españolas desvela que las características que más se tienen en cuenta en los procesos de selección son la experiencia de los candidatos y su capacidad para comunicar. En segundo lugar entran en juego otros factores como el sexo, la situación familiar y la edad, que se convierten en decisivos cuando las principales condiciones de selección son parecidas entre varias personas.

Cuando la experiencia y la capacidad comunicativa son similares, antes se elegirá a una persona joven y, en el caso de que todos los sean, será un hombre antes que una mujer quien resulte elegido. En el caso de que todos los candidatos sean mayores el factor sexo es indiferente para los seleccionadores.

La situación familiar ofrece situaciones opuestas según el sexo, ya que si se trata de un hombre joven, casado y con hijos será elegido en el 93 por ciento de los casos frente al 7 por ciento si se trata de una mujer. La combinación de estos factores en las mujeres supone, según este estudio, el estado más penalizado en las contrataciones. Si la mujer es joven se prefiere que esté soltera y sin hijos y si es mayor que esté casada y que tenga hijos.

Jóvenes y mayores

Respecto a la edad de los candidatos las oportunidades se equiparan hasta cierto punto si se trata de trabajadores mayores ya que se contrataría en un 55 por ciento a hombres y en un 45 por ciento a mujeres.

Otra de las conclusiones que destacaron los profesores es que también influye en el proceso de contratación el sexo del seleccionador. Los hombres dan más importancia a la experiencia que las mujeres, mientras que cuanto mayor es la persona que toma la decisión, menor es la importancia que le otorga al factor de la edad.

En la muestra también se analiza si el tipo de empresa condiciona la contratación de personal. Si son grandes o emplean a muchas mujeres, la situación familiar del solicitante es menos importante, mientras que cuanto más competitiva sea menos valorará el sexo, la edad o la familia.

Asimismo, las empresas con "cultura familiarmente responsable", las que concilian la vida laboral y personal de sus asalariados, tienen mejor organización, menos movilidad laboral y menores conflictos con los trabajadores.

Por tanto, Chinchilla destacó como conclusiones que sólo existe discriminación positiva para los jóvenes, no por sexo, y que la maternidad "actual o potencial" es casi siempre criterio de penalización

Sobre la formación “online”

Cada vez más, las compañías optan por ofrecer cursos online a sus empleados sustituyendo así las clásicas clases presenciales. La formación a través de la red es más rápida y barata, la eficacia depende de si se acompaña de las medidas adecuadas.

por **Laura Flores, de InfoJobs.net**

Atrás quedaron los tiempos en que las empresas huían de la formación online. “La gente perderá el tiempo navegando por Internet” o “el ordenador no puede sustituir a un profesor” eran algunos de los argumentos en contra de la enseñanza a través de las nuevas tecnologías. El tiempo ha demostrado, y las cifras de ventas de programas formativos basados en la red también, que es posible aprender online y además, que si se hace en las condiciones adecuadas y con un buen curso es igual de eficaz, más barato y rápido. Las compañías han apostado fuerte por este tipo de formación ya que entre las ventajas citadas, permite a los responsables de Recursos Humanos llevar una mejor y más ágil gestión de la formación que reciben los empleados.

Ahora bien, como empleados, ¿qué debemos exigir a un curso online? Este cambio de orientación de la formación debe seguir un proceso gradual. No todos nacemos sabiendo utilizar un programa formativo en red pero tampoco todos los cursos están suficientemente bien hechos para que les saquemos el máximo provecho.

La técnica

Un primer punto, que parece obvio al hablar de un curso online, parece que se les olvida a muchas empresas. Un programa de formación en red exige que el departamento técnico de la compañía tome parte de la decisión de su compra e implantación. De lo contrario, pueden surgir problemas técnicos que dificulten el uso del programa y desmotiven a los alumnos. Cuando un empleado se encuentra con inconvenientes en el momento de acceder a los módulos clases- del curso o al solucionar los tests de evaluación, etc. lo más probable es que abandone el curso sin haberlo finalizado.

El contenido

El contenido de un curso online debe ser adaptado al medio a través del cual se va a dar a conocer. No se puede trasladar todo el cuerpo teórico de una clase presencial a un CD y darlo por listo. El contenido online debe ser original, creativo y atractivo. Las largas parrafadas despistan al alumno que al estar operando a través de Internet no tiene que dar explicaciones a un profesor ni prestarle atención. Además, cuando leemos algo en papel comprendemos el 70%; si leemos el mismo texto en pantalla el tanto por ciento baja a 25.

¿Dónde están los compañeros y el profesor?

Uno de los inconvenientes a los que se enfrenta la formación online frente a la presencial es la falta de un profesor y de unos compañeros con los que interactuar. Aunque se ha demostrado que no es imprescindible una presencia humana para aplicar los conocimientos teóricos a la realidad empresarial. En numerosas compañías se utilizan talleres de dirección empresarial online y muchos cursos incorporan simuladores que permiten llevar la teoría a la práctica con la misma efectividad que si los alumnos estuvieran rodeados de compañeros. Asimismo, los chats y foros permiten establecer discusiones si cabe tan reales como las presenciales.

Sin embargo, a pesar de todas las capacidades de la técnica, es imposible suplantar a una persona por lo que es aconsejable que siempre exista alguien preparado para orientar y ayudar en caso de problemas concretos. Un simple teléfono de contacto en caso de problemas puede ser de gran ayuda.

Formación sobre formación

Otro aspecto fundamental que se descuida aún, cuando se está hablando de formación, es la enseñanza sobre esa formación: aprender a utilizar el programa formativo. No hay que olvidar que en muchas profesiones no se precisa el ordenador para nada y en las que sí, muchas veces es como usuario y no se usan dispositivos con algún grado de dificultad. Es imprescindible cierta formación sobre cómo emplear el curso y es más, tener muy en cuenta en la decisión de compra la facilidad de uso del programa.

Dispersión

En toda formación se agradecen los 10 minutos de descanso para conocer a los compañeros e intercambiar impresiones sobre el contenido dado, hacer preguntas, etc. Un buen curso debe facilitar ese contacto con los compañeros que, si bien puede alejarse un poco del aprendizaje estricto de la materia, ayudará a mantener una buena atmósfera que seguro se traduce en motivación.

A pesar de que cada vez son más las empresas que optan por ofrecer cursos online a sus empleados, la formación presencial no ha desaparecido ni se augura que lo haga al menos en muchos años. La mejor estrategia es combinar ambas posibilidades y aprovechar lo mejor de cada una de ellas.