

Interacción y Empleabilidad: Análisis de las Herramientas y Canales para la Inserción Laboral en Colombia

Interaction and Employability: Analysis of Tools and Channels for Job Integration in Colombia

María Fernanda Avellaneda-Quintero ^{1*}; Jorge Esteban Parra-Briceño ²

¹ Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia;

² Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia;

* Correo para correspondencia: mfavellaneda@udistrital.edu.co

Resumen

En este análisis parte de la interacción y la comunicación a través de las herramientas para la empleabilidad, integrando jóvenes y potenciales empleadores en el mercado laboral. Se pretende dimensionar las formas y canales de búsqueda más recurrentes y efectivos, desde contactos y capital social hasta plataformas públicas o privadas, formales e informales, emergentes y transitorias para la empleabilidad. Se realiza con el fin de evidenciar problemáticas a resolver desde tres vías: el buscador de empleo, el potencial empleador y el promotor de plataformas públicas o privadas, permitiendo encontrar falencias en la promoción de las herramientas, la poca institucionalidad en la promoción del empleo, la falta de inversión en los canales de búsqueda y la segmentación de las herramientas de búsqueda de empleo por tipo de cargo. Este análisis relacional pretende dar apertura a los actores en la inserción laboral y su participación en las diferentes estrategias teniendo en cuenta el dinamismo del entorno y las tendencias laborales.

Palabras clave: redes sociales, interacción, empleabilidad, jóvenes, canales de búsqueda.

Abstract

The starting point for this analysis is interaction and communication through employability tools, integrating young people and potential employers in the labor market. It is intended to dimension the most recurrent and effective forms and channels of search, from contacts and social capital to public or private, formal and informal, emergent and transitory platforms for employability. This is done with the purpose of highlighting problems to be solved from three perspectives: the job seeker, the potential employer and the promoter of public or private platforms, making it possible to find shortcomings in the promotion of tools, the lack of institutionalization in the promotion of employment, the lack of investment in search channels and the segmentation of job search tools by type of position. This relational analysis aims to open up the actors in labor insertion and their participation in the different strategies, taking into account the dynamism of the environment and labor trends.

Keywords: social networks, interaction, employability, youth, search channels.

Introducción

El análisis de los canales de búsqueda surge de la necesidad de trabajo desde los buscadores de empleo y potenciales empleadores. Por lo tanto, constituye “el puente” que crea la relación de formalidad laboral ya que permite la interacción entre los implicados conociendo las condiciones, requisitos, y competencias disponibles para satisfacer necesidades de empleo y cubrir necesidades de las empresas. Por lo tanto, su existencia se debe al fenómeno del desempleo, situación en la que las personas con edad, competencias y deseos de trabajar no ocupan ni consiguen un puesto de trabajo. (Mankiw, 2012). Las escuelas económicas y sociales se han interesado por hacer esta característica del individuo un factor de medición expresado en la tasa de desempleo, de este modo, se ha convertido en uno de los problemas principales de la economía puesto que refleja en la sociedad el bienestar y el poder adquisitivo de los individuos (Bildirici et al., 2012). De acuerdo con cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia (DANE, 2024), para el mes de julio de 2024, la tasa de desocupación del total nacional fue 9,9 %, mientras que en julio de 2023 fue 9,6 %. Por su parte, la tasa global de participación se ubicó en 64,2 % y la tasa de ocupación en 57,8 %. En el mismo mes del año anterior estas tasas fueron 64,8 % y 58,6 %, respectivamente.

Los canales para buscar empleo son herramientas que facilitan esta tarea en el mercado laboral y su estudio es poco común en países y regiones en desarrollo. Además de su existencia e identificación resulta central evaluar su efectividad y su tendencia por sectores económicos, jerarquización de cargos y rangos salariales; factores que influyen en el tipo de empleo que se oferta y el perfil que se dispone para suplirlo.

De acuerdo con Uribe et al. (2007), el problema central del uso de canales de búsqueda de empleo es la información imperfecta que puede existir en el mercado, y las posibles restricciones que implican el proceso de búsqueda (tiempo disponible, información sesgada, costos de búsqueda, etc.). Esto se debe en parte al carácter heterogéneo de los individuos frente a sus características, habilidades, preferencias y

recursos, lo que ocasiona que el uso de dichos canales sea diferenciado entre individuos permitiendo que se presenten casos que no correspondencia como personas que tienen características laborales aceptables pero sin acceso a canales de búsqueda relacionados llevando a la población a aceptar empleos que no les satisface o que no estén acorde a sus características, experiencia y expectativas; en contraste a una persona que tenga acceso a canales de búsqueda oficiales y más eficientes con respecto a su perfil y sus expectativas en el mercado laboral (Weller, 2003). Situación similar se presenta en los canales de búsqueda empleados por las empresas, vale la pena preguntarse por la efectividad de sus convocatorias y procesos de selección con base en los canales de búsqueda utilizados. Este factor de no correspondencia puede afectar en el desempleo, relacionándose con la frustración hacia la búsqueda de empleo, la sobre cualificación de perfiles y la promoción de ofertas laborales poco afines con respecto a las competencias, experiencias y expectativas de los buscadores de empleo.

En el presente artículo se desarrolla una búsqueda de bibliografía relacionada con los canales de búsqueda y las herramientas utilizadas en los procesos de inserción laboral. En un primer apartado se detalla la metodología utilizada para la revisión sistemática de producción académica para luego, abordar los resultados y el análisis a través de la categorización de temáticas y perspectivas encontradas. Por último, se presentan conclusiones que esperan fomentar la investigación de esta temática, su relevancia para cerrar las brechas de empleabilidad y la centralidad de los análisis de efectividad alrededor de su uso acorde con las características de los participantes en la interacción.

Metodología

El presente artículo de revisión parte del interés por encontrar relaciones entre la producción científica y bibliográfica y el problema práctico que enfrentan empresas y buscadores de empleo con respecto a las herramientas y canales para la inserción laboral en Colombia, con el fin de ofrecer una visión que contribuya a mejorar los procesos de empleabilidad en el contexto colombiano.

Metodológicamente, para la construcción de este artículo se realizó una revisión de bibliografía que parte de la definición del problema siendo este lo suficientemente claro para corresponder con los intereses de los autores y aportar en la comprensión de su abordaje (Gómez et al., 2014). La búsqueda se realiza a través de la base de datos académica Web of Science utilizando la siguiente ecuación de búsqueda en el filtro de temas: (“search methods” AND “employment” OR “employability”); se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 1

Resultados de la búsqueda bibliográfica según la siguiente ecuación (“search methods” AND “employment” OR “employability”).

Paso	Buscador	Resultado (documentos)	Filtro
1	Web of Science	6.828	Filtro de tema con la expresión de búsqueda
2	Web of Science	4.744	Periodo de tiempo: 2019 - 2024
3	Web of Science	4.407	Filtro de tipo de documento: Artículo, <i>data paper</i> , <i>book chapters</i>
4	Web of Science	38	Filtro de país o región: Colombia

Nota: Elaboración propia.

Como parte de la identificación y análisis inicial, es de resaltar que el filtro por país “Colombia” arroja resultados que corresponden al 0.86 % de la totalidad de artículos, data papers o capítulos de libros que Web of Science recopila con periodo de tiempo entre el 2019 y el 2024 acorde con el tema central de este artículo.

Posterior a la aplicación de esta búsqueda y sus filtros, se realiza una revisión de pertinencia de estos artículos frente al interés de desarrollo de los autores logrando decantar de 38 producciones académicas a 13; es de destacar que se añadieron por bola de nieve un total de 15 artículos más. Este resultado comprendió procesos de organización y análisis preliminar de la información encontrada.

Resultados

Los resultados de esta revisión de producción académica se expondrán a través de un análisis cualitativo donde se logran identificar conceptos claves y su desarrollo con la comprensión y abordaje de las herramientas y canales para la inserción laboral en Colombia.

1. El trabajo como relaciones

Es relevante acercarse a la conceptualización del empleo y el trabajo para proceder, puesto que “los significados son un componente de la realidad social, con implicaciones tanto en las acciones individuales como en los procesos grupales y en la sociedad”. (Da Rosa, Chaflin, Baash & Soares, 2010, p. 179). El concepto de trabajo varía de acuerdo con el contexto histórico y social, incluso, su significado varía según las relaciones que lo permiten tanto con el mundo material, implicando transformaciones de la naturaleza y producción; como relaciones de reproducción social en tanto vector de organización, identificación y clasificación de los implicados. (Leite, 1976, como se citó en Soul, 2015). Si bien esta conceptualización no agota los diferentes enfoques o sus perspectivas históricas , permite evidenciar su fundamento en las relaciones que lo soportan.

Partiendo de la base conceptual del trabajo como una serie de relaciones, Felix Requena Santos (1989) aporta con su conceptualización de red social definida como “una red de puntos (actores sociales) vinculados por una serie de relaciones que cumplen determinadas propiedades” (p.12). Por ejemplo, Requena (1989) menciona que las propiedades de una red social como la intensidad de las relaciones, la posición del actor y la accesibilidad de cada uno de estos, repercute en los resultados de las relaciones y en la posibilidad de acción de un actor determinado.

Para José Uribe y Lina Gómez (s.f.) “El análisis de canales formales e informales en la búsqueda de empleo, es un mecanismo para tener una idea del grado de mecanismo de institucionalización del mercado laboral colombiano” (p. 2). Por lo tanto,

se logran identificar al menos tres actores implicados en la conformación del mercado laboral: las personas buscadoras de empleo, los potenciales empleadores y las instituciones estatales. Estos actores, tal como lo menciona Requena (1989) generan relaciones con intensidad, posición y accesibilidad particular que configuran los medios a través de los cuales se gestiona el empleo.

Canales formales: como respuesta a convocatorias, apoyo de entidades para la intermediación laboral, avisos clasificados indican un mercado laboral más institucionalizado y hace que el encuentro entre oferta y demanda sea más ágil. (Uribe & Gómez, s.f., p. 2). En materia de accesibilidad de la información, los canales formales cuentan con información general y pública para los actores que intervienen (Beard et al., 2012; Alon & Stier, 2019, como se citó en López & Botello, 2022)

Canales informales: Más utilizados hasta el 2003 como recomendaciones de amigos o entrega individual de hojas de vida, demuestra un mercado laboral que ajusta con lentitud y con poca eficiencia. Estos canales utilizan información privada que es entregada de forma selectiva. (Beard et al., 2012; Alon & Stier, 2019, como se citó en López & Botello, 2022). Para estos autores los canales de búsqueda de empleo informales surgen de las formas de interacción no reguladas, que pueden darse con información asimétrica.

Como parte de los criterios fundamentales de los canales para la gestión y colocación de empleo se identifican los siguientes (Uribe & Gómez, s.f.): flujos de información, la información que contienen y su asimetría, los tiempos en los que se transmite la información y la accesibilidad a esta. Dichos criterios repercuten en las relaciones dentro del mercado laboral para los tres actores que se proponen puesto que los potenciales empleadores deben dar a conocer sus requerimientos, las personas buscadoras de empleo deben conocerlas con los criterios de veracidad mínimos y, además, deben responder a estas necesidades a través del envío de información sobre su perfil laboral. Esta actividad de respuesta y correspondencia complejiza la efectividad de la relación construida puesto que:

Al mercado de trabajo acuden trabajadores que difieren en sus aptitudes, habilidades y preferencias y que deben invertir tiempo y recursos en conocer las posibilidades de empleo, las ofertas salariales y las características de los puestos vacantes (condiciones de seguridad e higiene, exigencias físicas e intelectuales, ambiente de trabajo, etc.) que les son ofrecidos por los empleadores. Por su parte las empresas no conocen las características reales de los candidatos y deben tratar de descubrirlas antes de proceder a su contratación. Para ello se basan en factores tales como la experiencia, la formación y otras características de la hoja de vida del trabajador. (Uribe & Gómez, s.f., p. 4).

En un esfuerzo por caracterizar la situación de empleo de los egresados de Instituciones de Educación Superior de los Países de la Alianza del Pacífico, en el texto Cuadernos ORL (2021, cap. 7), desarrollado en el marco del Observatorio Laboral Regional de la Alianza del Pacífico (ORL), se tienen como resultado las siguientes cifras frente a los medios utilizados para la búsqueda de empleo en Colombia.

Tabla 2

Porcentaje de medios utilizados para la empleabilidad en Colombia.

Medio	(%) de uso en Colombia
Páginas web y apps de empleo	90.7
Hojas de vida a empresas o empleadores	81.4
Contactos de familiares y amigos	77.5
Redes sociales	63.2
Servicios públicos de empleo	64.7
ETT o de selección de personal	33.3
Consulta de avisos clasificados	37.3
Servicio de empleo de la IES	23.5

Nota: Elaboración propia a partir de los datos de la tabla contenida en el capítulo 7 de Cuadernos OLR (2021. p. 287).

Aplicando la clasificación de medios formales e informales relaciona en párrafos anteriores, aplican como formales las páginas web y aplicaciones de empleo, los servicios públicos de empleo, las Empresas de Servicios Temporales o de selección

de personas, consultas de avisos clasificados y servicios de empleo; y como medios informales, las hojas de vida a empresas o empleadores, los contactos de familiares y amigos y ¿las redes sociales?

Ahora bien, como aporte a la construcción de conocimiento resultante de esta revisión bibliográfica, se propone separar los canales de búsqueda de empleo y los medios a través de los cuales se abordan esos canales. La propuesta surge al encontrar la permeabilidad de las TICs en el mercado laboral que se aborda desde la gestión en redes sociales como LinkedIn, Facebook y sus grupos de interés o el marketplace o entornos formales como las plataformas de empleo de los Prestadores Autorizados y los Servicios Públicos de Empleo. Esta realidad de inmediatez y difusión de la información pone de presente que las nuevas tecnologías transforman el acceso a la información, mejorando significativamente los métodos y el alcance (Durand et al., 2006, como se citó en Alba A. & Botello, 2022, p. 6).

Añadiendo a este análisis, la institucionalidad a través de entes reguladores de las relaciones laborales como el Ministerio del Trabajo para Colombia, se interesa por conocer la transparencia, fiabilidad y legalidad de las que se generan en el mercado laboral. Es por esto que Uribe y Gómez (s.f.) resaltan la importancia de las Agencias Públicas de Empleo como entidades que reducen los costos para los potenciales empleadores y buscadores de empleo, se resaltan específicamente los Centro de Información para el Empleo (CIE) del SENA que para el primer decenio del 2000 contaba con un carácter protagónico. Sin embargo, desde el Ministerio del Trabajo y la Unidad Administrativa del Servicio Público de Empleo se han generado esfuerzos para la construcción de una Red de 206 Prestadores Autorizados para la gestión y colocación de empleo con cobertura en 32 departamentos y 198 municipios del país. Uno de los grandes objetivos es generar visibilidad, cobertura de las ofertas en el mercado laboral y democratización del empleo a través del Sistema de Información del Servicio Público de Empleo (SISE), una plataforma virtual donde los potenciales empleadores pueden publicar sus vacantes y las personas buscadoras de empleo, pueden publicar sus perfiles laborales y datos básicos de identificación. Una de las alternativas de aplicación del canal de búsqueda de empleo centralizada en las

Agencias de Empleo en los jóvenes y la población colombiana, y respondiente con la necesidad de identificar a los actores que intervienen en las redes del mercado laboral, surgen las universidades como el medio para la empleabilidad y como herramienta potencial para conectar las necesidades del sector empresarial y los centros de formación o las universidades a través de las Bolsas de Empleo. (Valencia-Arias et al., 2022).

El boletín de denominado, Colocaciones de Empleo de Jóvenes registrados en el SISE del Servicio Público de Empleo en Colombia entre agosto del 2022 y junio del 2023, arroja resultados interesantes para pensar en quienes utilizan los canales formales intermediados por Prestadores Autorizados y mediados por las TIC's y qué tan efectivos son.

Para iniciar, en el SISE, para el período analizado en el boletín, había 2'442.448 registros. La población joven, comprendida en el rango etario de 18 a 28 años, representó el 31,4 % (aproximadamente 766.928 registros) en el año 2023. Es importante destacar que las cifras de análisis utilizadas en este boletín presentan limitaciones geográficas, dado que el 45 % de los registros de jóvenes provienen de Bogotá y Antioquia.

Con respecto a la colocación, es decir a la efectividad de la gestión en la plataforma para culminar el proceso en una vinculación laboral exitosa, se reportan 205.963 jóvenes colocados de los cuales el 32,3 % no contaba con experiencia laboral y el 21,5 % contaba con menos de un año de experiencia laboral, características que compaginan con la búsqueda del primer empleo formal luego de culminar el bachillerato (50,4 %) y el pregrado universitario (9,5 %).

Frente a las vacantes donde se reportaron las 205.963 vinculaciones laborales formales, el nivel salarial más frecuente corresponde a \$1.000.000 COP con un 79 % del total. El núcleo de conocimiento más relacionado entre los perfiles de los buscadores de empleo y las necesidades de los potenciales empleadores en el periodo analizado fue la administración con 40.077 vinculaciones laborales que

corresponde al 24,9 %, seguida de ingeniería industrial y afines con el 6,3 %.

Este análisis desagregado en salarios y perfiles abre paso a la discusión sobre la sectorización de los canales de búsqueda y su efectividad según el área de conocimiento y la jerarquización del cargo. Bien lo menciona Barro et al. (2001) al poner en el centro de la discusión la forma en la cual el contexto socioeconómico de las personas delimita los canales y mecanismos que utilizan para la búsqueda de empleo. Esta situación puede atender al carácter estructural del empleo y la forma en la cual actúa como vector en la organización, identificación y clasificación de los implicados en la vida social. (Leite, 1976, como se citó en Soul, 2015); factor que puede limitar los contactos y el acceso al capital social, el acceso a herramientas tecnológicas y a oportunidades para el acceso al empleo formal. Esta problemática es catalogada por Valencia-Arias et al. (2022) como un desafío agudo para los países en desarrollo, cuyo análisis y mitigación requiere un proceso más largo.

Atendiendo a la importancia del análisis relacional y de actores, puede aportar a este carácter estructural los canales a través de los cuales los potenciales empleadores o empresas ofertan, publican y gestionan sus vacantes y puestos de trabajo. El capítulo 9 de Cuadernos ORL (2021) proporciona un análisis en porcentaje para la búsqueda de personal en los países de América Latina estudiados. Para efectos de este análisis se adecuó la tabla con datos únicamente de Colombia donde resalta con un 53,4 % el uso de portales de empleo especializados en internet, seguido de recomendaciones/referencias de terceras personas (38,8 %), aspecto relacionado con el acceso a capital social y acciones de networking y redes sociales y/o profesionales en internet (38,7 %). Además de este valioso análisis de tendencias de canales de búsqueda resulta interesante preguntarse por la efectividad de estos.

Tabla 3

Medios en porcentaje, para la búsqueda de personal por parte de los potenciales empleadores en Colombia.

Fuente	Porcentaje de respuestas afirmativas
Portales de empleo especializados en internet	53.4%
Redes sociales y/o profesionales en internet	38.7%
Recomendaciones/referencias de terceras personas	38.8%
Estudiantes en prácticas o becas en la empresa	11.7%
Anuncios en la propia empresa	17.5%
Promoción interna	17.5%
Servicios de empleo e intermediación de las universidades	13.6%
Anuncios en prensa u otro medio de comunicación	5.8%
Agencias de Servicio Público de Empleo	20.4%
Oferta pública de empleo (oposiciones)	12.6%
Empresas de selección de personal	5.8%
Autocandidaturas	7.8%
Asociaciones empresariales, colegios profesionales, etc.	2.9%
Employer branding and inbound recruiting	4.9%
Otro	1.9%
Beca de organismos públicos/universidades/becas de investigación	1.0%
Otras empresas de intermediación privadas	1.9%
Empresas de trabajo temporal	1.9%

Nota: Elaboración propia a partir de los datos de la tabla contenida en el capítulo 9 de Cuadernos OLR (2021. p.348).

Conclusiones

La búsqueda sistemática de producción académica a través de Web of Science evidencia la envergadura del tema a nivel global obteniendo cerca de 4.744 registros entre el 2019 y 2024, sin embargo, los registros se reducen considerablemente al poner como eje central la producción en Colombia. Ante un ambiente de considerable esfuerzo por institucionalizar los canales de búsqueda de empleo en el Servicio Público de Empleo resulta central indagar por la eficiencia de estos y su sectorización con respecto a los requisitos, perfiles y expectativas del mercado laboral.

Así mismo, se identifica que el uso del internet para la búsqueda de empleo está siendo transversal a los canales formales e informales de empleo. De hecho, desde la producción bibliográfica analizada se identifica a la empleabilidad como un sistema

complejo y vivo, con diferentes actores; sin embargo, no introducen dentro de su análisis al internet como un medio relevante y como un mecanismo de difusión y transformación de la información. (Chacón, Sánchez & V. et al., 2020).

Referencias bibliográficas

- Alon, S., & Stier, H. (2019). Job search, gender, and the quality of employment in Israel. En Stratification in Israel.
- Barro, R. J., Grilli, V., & Febrero, R. (2001). Microeconomía: Teoría y política. McGraw Hill.
- Beard, R., Ford, G., Saba, R., & Seals, R. (2012). Internet use and job search. Telecommunications Policy. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2011.12.001>
- Bildirici, M., Ersin, Ö. Ö., Türkmen, C., & Yalcinkaya, Y. (2012). The persistence effect of unemployment in Turkey: An analysis of the 1980-2010 period. Journal of Business Economics and Finance, 1(3), 22-32. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jbef/issue/32419/360515>
- Bohórquez, L., Campechano-Escalona, E., & Ortiz, A. (Eds.). (2021). Contexto y diagnóstico de la empleabilidad y de la inserción laboral en los países de la Alianza del Pacífico. Cuadernos ORL, (1). <https://doi.org/10.18050>
- Chacón-Sánchez, V., Casas-Mateus, D., & Alvarado, L. (2020). Behavior of employability indicators in university graduates. Revista Ingeniería Solidaria. <https://doi.org/10.16925/2357-6014.2020.02.03>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2024). Principales resultados del mercado laboral, noviembre 2023 - enero 2024.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2024). Principales indicadores del mercado laboral, julio 2024. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo>
- Da Rosa, S., Chalfin, M., Baasch, D., & Soares, J. (2011). Sentidos y significados del trabajo: un análisis con base en diferentes perspectivas teórico-epistemológicas en psicología. Universitas Psychologica.
-

-
- Durand, C. (2005). Information and communication technology (ICT) for development of small and medium-sized exporters in Latin America: Peru. CEPAL.
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., & Betancourt-Buitrago, L. (2014). Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructura y sistematización. DYNA. <https://doi.org/10.15446/dyna.v81n184.37066>
- Leite, J. (1976). El vapor del diablo: El trabajo de los obreros del azúcar. Colección de Estudios de Antropología del Trabajo.
- López, A., & Botello, H. (2022). Uso del internet y mercado laboral: Evidencia de la búsqueda de empleo en el Ecuador 2018 - 2019. Revista Tendencias, 23(1). <https://doi.org/10.22267/rtend.222301.190>
- Mankiw, N. (2012). Principios de economía (6ª ed.). Harvard University. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/bd2711c3969d92b67fcf71d844bcbaed.pdf>
- Observatorio Laboral Regional (2021). Cuadernos ORL. Contexto y diagnóstico de la empleabilidad y de la inserción laboral en los países de la Alianza del Pacífico (Vol. 1). Universidad César Vallejo. <https://doi.org/10.18050>
- Requena Santos, F. (1989). El concepto de red social. Universidad de Málaga.
- Unidad Administrativa del Servicio Público de Empleo (UASPE). (2024). Boletín de caracterización de prestadores (Ed. No. 161).
- Unidad Administrativa del Servicio Público de Empleo (UASPE). (s.f.). Colocaciones de empleo de jóvenes registradas en el SISE, de agosto 2022 a junio 2023.
- Uribe, J., & Gómez, L. (s.f.). Canales de búsqueda de empleo en el mercado laboral colombiano.
- Uribe, J. I., Viáfara, C. A., & Oviedo, Y. M. (2007). Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia en el año 2003. Lecturas de Economía, 67(67), 43-70. <https://doi.org/10.17533/udea.le.n67a2020>
- Valencia-Arias, A., Cardona-Cano, R., López-Sánchez, J., Herrera-Giraldo, N., & Valencia, J. (2023). Early labor insertion in Latin America: A perspective from business sector needs. Cogent Social Sciences. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2270717>
-

Weller, J. (2003). La problemática inserción laboral de los y las jóvenes. Naciones Unidas & CEPAL. <https://core.ac.uk/download/pdf/45619615.pdf>