



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO DE GRADO

**“LAS REDES SOCIALES COMO APOYO AL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN
DE PERSONAL”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA COMERCIAL

AUTOR:

GERMÁN RUBÉN ENRÍQUEZ LOYO

DIRECTOR:

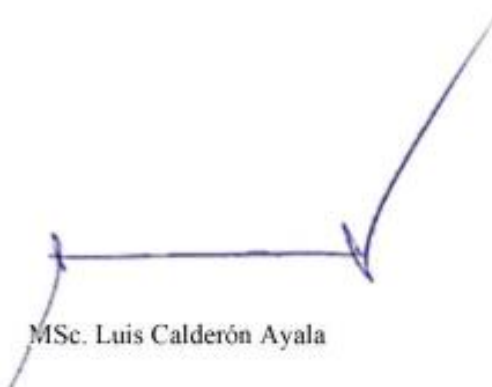
MSC. LUIS CLEMENTE CALDERÓN AYALA

IBARRA, 2022

ACEPTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director del Trabajo de Grado asignado por las autoridades pertinentes, considero que la investigación presentada por el egresado **GERMÁN RUBÉN ENRÍQUEZ LOYO** para optar por el título de **INGENIERO COMERCIAL**, cuyo tema es **“LAS REDES SOCIALES COMO APOYO AL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL”**, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometida a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Efectuado, en la ciudad de Ibarra a los 17 días del mes de junio del 2022.



MSc. Luis Calderón Ayala

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD	1002757035	
APELLIDOS Y NOMBRES	ENRÍQUEZ LOYO GERMÁN RUBÉN	
DIRECCIÓN	ISLA SANTA ISABEL 19-76 Y MACHALA - IBARRA	
E-MAIL	grenriquezl@utn.edu.ec	
TELÉFONO FIJO	06-2644385	TELÉFONO MOVIL 0989076902

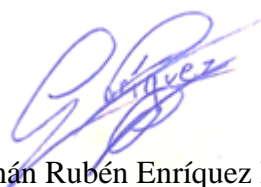
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“LAS REDES SOCIALES COMO APOYO AL RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL”
AUTOR (ES)	ENRÍQUEZ LOYO GERMÁN RUBÉN
FECHA	17/JUNIO/2022
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA	INGENIERIA COMERCIAL
ASESOR / DIRECTOR	MSC. LUIS CLEMENTE CALDERÓN AYALA

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar los derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad Técnica del Norte en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, 07 de septiembre del 2022

EL AUTOR:


Germán Rubén Enríquez Loyo

AGRADECIMIENTO

A Dios, que me ha guiado durante cada etapa de mi vida, brindándome fuerza para continuar mi proceso de formación profesional y personal.

A mi familia, que me han dado apoyo, fortaleza y consejo para mantenerme firme en mi camino profesional.

A mis amigos, amigas, compañeros y compañeras de la universidad con quienes compartí muchos momentos inolvidables.

A todos los docentes que formaron parte de mi proceso estudiantil brindándome sus conocimientos, enseñanzas, habilidades y experiencias siendo una pieza fundamental en mi carrera universitaria.

A la Universitaria, por permitirme formar en sus aulas y prepararme para una vida llena de retos.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a mi madre Rosa Loyo quien puso tanto esfuerzo, esmero y sacrificio para que pueda cumplir una más de mis metas, que con su amor incondicional me enseñó que todo se puede lograr con perseverancia y esfuerzo.

A mi sobrina Emily Enríquez que con todo mi cariño deseo que le sirva como ejemplo para cumplir las metas que se proponga y aliente sus deseos de ser una gran profesional.

Además, quiero dedicar este trabajo de investigación a mi novia Haily Carrillo quien en todos estos años ha tenido la suficiente paciencia y el amor para ayudarme en los momentos buenos y malos de mi proceso estudiantil, y ha sido un pilar fundamental para seguir adelante.

Por último, a mis mejores amigos (Kevin, Eliana, Milena y Diego) por ser parte de mi vida ayudarme a no desfallecer en este proceso y brindarme su apoyo en cada momento.

Las redes sociales como apoyo al reclutamiento y selección de personal

Índice de contenidos

Índice de contenidos	1
Índice de tablas	3
Índice de figuras.....	3
Resumen.....	5
Abstract	6
Introducción	7
Antecedentes	7
Problema de Investigación	9
Justificación.....	13
Objetivos de la investigación.....	16
Objetivo General	16
Objetivos Específicos.....	16
Pregunta de Investigación	16
Capítulo I: Marco Teórico	17
Fundamentación Teórica.....	17
Teorías Base de la Investigación.....	17
Teoría de la Administración de Recursos Humanos	17
Teoría de las Relaciones Humanas	18
Teoría de Recursos y Capacidades	18
Teoría del Clima Organizacional.....	19
Teoría de Redes Sociales	20
Marco Conceptual	20
Reclutamiento.....	20
Selección de personal	24
Redes Sociales	26
Empresas en la web	28
Reclutamiento y selección de personal por internet	30
Fundamentación Empírica	32
Reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales.....	32

Capítulo II: Metodología de la Investigación	36
Tipo de investigación	36
Métodos de Investigación.....	36
Determinación de variables.....	37
Determinación de conceptos.....	38
Instrumento de Investigación	38
Descripción de Datos	39
Unidad de análisis.....	39
Recolección de datos.....	40
Procesamiento de la información	40
Capítulo III. Análisis y Discusión de Resultados	41
Principales Resultados Obtenidos de la Investigación.....	41
Datos generales de la unidad de análisis	41
Reclutamiento de personal.....	42
Selección de personal	48
Calidad.....	52
Rendimiento.....	59
Potencial	63
Descripción de resultados.....	68
Logro de los objetivos planteados.....	71
Limitaciones y alcance de la investigación.....	72
Capítulo IV. Conclusiones y Recomendaciones.....	73
Conclusiones	73
Recomendaciones.....	74
Bibliografía	1
Anexos	9
Anexo 1. Entrevista.....	9
Anexo 2. Evidencia fotográfica de investigación de campo.....	12
Anexo 3. Enlace a evidencia de audio, documental y codificación de entrevista.....	14

Índice de tablas

Tabla 1. Variables de estudio.....	37
Tabla 2. Panel de expertos que validaron el instrumento de investigación	39
Tabla 3. Unidad de análisis	39

Índice de figuras

Figura 1. Desarrollo del reclutamiento	23
Figura 2. Proceso de Reclutamiento	24
Figura 3. Proceso de Selección	25
Figura 4. Pasos de la selección de personal	26
Figura 5. Usuarios en las redes sociales	27
Figura 6. Giro del negocio de la unidad de análisis	41
Figura 7. ¿Qué medios utiliza la empresa para difundir ofertas de empleo?	42
Figura 8. ¿Cuáles son comúnmente los problemas que tiene al momento de llenar una vacante?	43
Figura 9. Al momento de captar personal ¿la mayoría de las personas cumple con las expectativas que tiene en cuanto a capacidades y aptitudes para el puesto que está ofertando? ¿Qué porcentaje cumple esa expectativa?	44
Figura 10. Porcentaje de cumplimiento de expectativas	45
Figura 11. Para cubrir un puesto de trabajo vacante usted ¿toma en cuenta al personal interno de la empresa o prefiere un personal nuevo? ¿Por qué?	46
Figura 12. ¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de personal ha empleado? ¿Por qué?	48
Figura 13. ¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de personal que usted utiliza?	49
Figura 14. Por lo general ¿cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece a un nuevo personal?	51
Figura 15. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal por los métodos tradicionales o a través de redes sociales? ¿Por qué?	52
Figura 16. ¿Qué tan eficiente cree usted que es el proceso de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales?	53
Figura 17. ¿Cuáles cree usted que son los aspectos positivos del uso de las redes sociales para el proceso de captación y selección de personas?	54
Figura 18. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección? ¿Por qué?	56
Figura 19. ¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de personal? ¿Por qué?	57
Figura 20. ¿Cuál método cree que se desarrolla en el menor tiempo para el proceso de reclutamiento y selección de personal; las redes sociales o los métodos tradicionales? ¿a qué se debe esto?	59
Figura 21. Mencione el porcentaje efectividad que ha tenido el uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección de personal	60

- Figura 22.** ¿Cree usted que tiene algo que ver que una persona deje de trabajar en la empresa, con el método de reclutamiento por el que fue captado ya sea este tradicional o por redes sociales? _____ 61
- Figura 23.** ¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del personal contratado a través de redes sociales? _____ 62
- Figura 24.** ¿Existen diferencias de los empleados que han sido contratados al utilizar redes sociales con los contratados por métodos tradicionales? ¿Cuáles son? _____ 63
- Figura 25.** ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de personal? _____ 64
- Figura 26.** ¿Considera que reclutando a través de cualquier red social se obtiene el mismo resultado o considera que una es más efectiva que las demás al momento de buscar candidatos a un puesto de trabajo? _____ 65
- Figura 27.** De acuerdo con su experiencia ¿qué iniciativa o idea podría usted aportar para que el reclutamiento a través de redes sociales tenga mayor aceptación y que además permita que sus resultados sean más efectivos? _____ 67

Resumen

Las redes sociales son un medio digital ampliamente utilizado por el cual las personas buscan satisfacer sus necesidades sociales de interacción como lo son la búsqueda de empleo. Por ello, el propósito de la investigación fue determinar el papel de las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal. Se aplicó una entrevista presencial a los gerentes, jefes y personal de recursos humanos de las empresas con presencia digital dentro de la ciudad de Ibarra. Los datos fueron procesados mediante el análisis cualitativo y el proceso de paradigma codificado de la investigación descriptiva para facilitar el estudio de resultados. Los hallazgos revelaron que en la actualidad los postulantes no cumplen con los requisitos para la obtención de un puesto de trabajo pues el 75% de los entrevistados lo menciona, lo cual afecta a la calidad de los procesos. Además, se determina que las redes sociales son un papel muy importante en estos procesos para la incorporación del personal idóneo, ya que en su utilización facilitan varios aspectos, como lo son el rendimiento, el cual los entrevistados determinan en un 75% de ellos que el uso de redes sociales es bastante eficiente, además son un potencial para las empresas pues 63% menciona que todas las organizaciones en un futuro utilizaran este método ya que mejora y facilita la captación de postulantes.

Palabras clave: Redes sociales, Reclutamiento y Selección de personal, Captación de personal, Puesto vacante.

Abstract

Social networks are a widely used digital medium by which people seek to satisfy their social interaction needs such as job search. Therefore, the purpose of the research was to determine the role of social networks in the recruitment and selection processes of personnel. A face-to-face interview was applied to the managers, heads and human resources staff of companies with a digital presence within the city of Ibarra. The data were processed through qualitative analysis and the coded paradigm process of descriptive research to facilitate the study of results. The findings revealed that currently the applicants do not meet the requirements for obtaining a job because 75% of the interviewees mention it, which affects the quality of the processes. In addition, it is determined that the social networks are a very important role in these processes for the incorporation of the personal ideal, as that its use facilitates several aspects, such as performance, which the interviewees determined in 75% of them that the use of social networks is quite efficient, are also a potential for companies as 63% mentioned that all organizations in the future to use this method as it improves and facilitates the recruitment of applicants.

Keywords: Social networks, Recruitment and Selection of personnel, Recruitment of personnel, Vacant position.

Introducción

Antecedentes

En la actualidad el reclutamiento y la selección de personal son fundamentales para la captación de nuevo personal, de esta manera Bolaños (2020) afirma que, en la administración de los recursos humanos y de los procesos que este conlleva, las personas se transforman en el componente primordial de las empresas y su rasgo distintivo estratégico ante otras. A través del tiempo la administración del recurso humano se ha ido perfeccionando y creando nuevos enfoques en vista de que el ser humano sigue evolucionando y con ello la forma de interactuar con las organizaciones (Díaz et al., 2017). La práctica del reclutamiento y selección de individuos tiene sus inicios a partir del instante mismo de construcción de una organización, y es implementada a partir de inicios del siglo XX, quizá no a partir del profesionalismo y la metodología con la que en la actualidad se ejercen, sin embargo, el evento de reclutar e integrar personal es un hecho común a cada una de las empresas de todos los tiempos (Rossi, 2019). Según el estudio realizado por INEC (2018) durante el mes de marzo del año 2018 a nivel nacional, el 70,5% de la población está en edad de trabajar. El 68,1% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa; y de la población económicamente activa, el 95,6% son personas con empleo.

El constante deseo nato y primordial de relación entre individuos es contante en la evolución del hombre, con ello se ha ido actualizando una y otra vez la manera de interactuar entre personas por medio de la tecnología desembocando en lo que se conoce hoy como redes sociales (Cordero & Lahuerta, 2018). Las redes sociales se han convertido en todo un fenómeno de masas, prácticamente pues los individuos a los que les ha tocado vivir durante el siglo XXI,

poseen a su disposición un grupo de aparatos y recursos por medio de los que tienen la posibilidad de comunicarse de manera instantánea y directa, sin intermediarios (Tejada et al., 2019). Cada día se producen en el mundo millones de interacciones a través de redes sociales, como Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, entre otras. Nos hallamos, entonces, ante un fenómeno particular que, está teniendo un especial impacto en las relaciones entre las empresas y los consumidores (López et al., 2018). Las redes sociales son extensamente usadas en Latinoamérica, según Matassi & Boczkowski (2020) el 26% de las naciones que componen esa zona poseen una inserción de redes sociales superior al 70% (Argentina, Chile, Costa Rica, Ecuador, Perú, Uruguay). Y más de un 52% tiene una inserción que va del 50% al 69% (Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, El Salvador, México, Panamá, Paraguay, Portugal, República Dominicana).

Actualmente las exigencias de las organizaciones por disponer de los mejores candidatos para un puesto de trabajo los han llevado a adoptar diversas herramientas y maneras para captar y atraer a los talentos más idóneos, dejando de lado los procesos clásicos por su escasa eficiencia, y dando paso a la implementación de instrumentos y novedosas técnicas tecnológicas (Salinas & Malpartida, 2020). El aumento de la tecnología, el internet y demás artefactos tecnológicos que recaen de manera directa en el área de los Recursos Humanos, dio paso a oportunidades significativas para las organizaciones con el propósito de apresurar y hacer más eficientes los procesos de adhesión de su personal (García et al., 2016). En dicho sentido la innovación tecnológica vino permeando las prácticas de administración del talento humano, donde para la situación del proceso de reclutamiento y selección, la utilización de las redes sociales se ha localizado como un recurso con un uso cada vez más extendido en la zona empresarial en todo el mundo (Osorio, 2020). Las redes sociales permanecen enfocadas hacia la búsqueda de perfiles,

lo que ha surgido como un nuevo procedimiento para reclutar candidatos por lo cual los expertos de Recursos Humanos tienen que aprender a usar las redes sociales para atraer y reclutar aspirantes de manera más inmediata construyendo sociedades de contactos, debido a que hallan en la tecnología un aliado estratégico para la eficiente administración de individuos en la compañía (Ruiz & Ruiz, 2018). Según una investigación española realizada por Infoempleo (2016), el 73% de los individuos en las redes sociales sigue páginas de organizaciones por sus ofertas de trabajo, en tanto que el 78% usa estas redes para encontrar un trabajo; los individuos creen en un 48% que las organizaciones utilizan este medio como reclutamiento y selección de personal. Las redes favoritas para encontrar trabajo son LinkedIn con un 66% y Facebook con un 50%.

Según un análisis realizado a empresas ecuatorianas por Heredia et al. (2020) los medios de reclutamiento investigados presentan que las redes sociales son en su mayoría aprovechados por las medianas y empresas pequeñas en un 42%, consecutivos de las microempresas y después por las organizaciones. En un estudio realizado a la pequeñas y micro empresas en la ciudad de Quito, al momento del reclutamiento de hojas de vida a postulantes se dio a conocer que como consecuencia LinkedIn, Facebook y Twitter todos los individuos a cargo del proceso de reclutamiento supieron expresar que optan por estas redes sociales debido a que poseen más abertura según su criterio y no producen un precio adicional, además saben cómo manejarlos Google+ con un 82%, Instagram y YouTube con un 92%, y Reddit con un 49%.(Hidalgo, 2021)

Problema de Investigación

El mundo sigue su curso en la actualización de procesos organizacionales, lo cual provoca que estas se enfrentan a diversos cambios, requiriendo de novedosas tácticas para

impactar en el mercado y obtener el candidato que aportará aquel componente que potencie a las industrias actuales (Chávez & Robles, 2016). Las organizaciones hacen frente a una competencia en la atracción de talentos, y por esto los expertos de los Recursos Humanos tienen que aprovechar las ventajas y los beneficios que dan las tecnologías en el marco del reclutamiento y selección (García et al., 2016). Las organizaciones se topan con un problema al elegir a su personal, más que nada en la situación de puestos que requieren un análisis profundo sobre el perfil de los candidatos (Hanze, 2020). El problema está en captar personal, en cómo se hace el reclutamiento y la selección, y por qué medios tecnológicos se va a hacer. Como se conoce, el mercado laboral no es estático y el desarrollo en todos los campos organizativos es bastante veloz (Martínez & Vargas, 2019). En Ecuador las grandes organizaciones han involucrado estos procesos para la contratación y reclutamiento del personal a través de medios digitales en un 40% y las pequeñas y microempresas en un 13% (Aucay & Herrera, 2017).

El cubrir un puesto vacante comprende para las organizaciones un esfuerzo estratégico importante el cual va ligado completamente a la producción, esto quiere decir trabajar acorde a los lineamientos filosóficos y políticos de la organización, dejando de lado la necesidad y urgencia que demanda el puesto lo cual comprende un riesgo a la productividad (Rossi, 2019). Este paso simula ser fácil, pero se transforma a mediano y largo plazo en un problema que podría involucrar pérdida en la producción, desfasajes legales, y conflictos internos en la organización (Guzmán et al., 2018). En Latinoamérica existe un déficit de expertos especializados en diversas áreas, además, se conoce que hay puestos vacantes por cubrir, pero los trabajadores no cuentan con las capacidades y habilidades que requieren las organizaciones (Salinas & Malpartida, 2020). El cubrir un puesto vacante se convierte en una tarea difícil de realizar por la falta de postulantes

que cumplan con los requisitos necesarios, a la vez representa una gran desventaja en la producción al tener insuficiencia de personal que satisfaga las necesidades operacionales.

Las empresas requieren constantemente de la captación de postulantes para facilitar un desarrollo provechoso para la empresa, indistintamente sean las áreas en las cuales necesitan al personal, para ello se sirven de metodologías concretas que logren facilitarles el proceso de reclutamiento y selección de personal (Rossi, 2019). Actualmente, es necesario un profesional que tenga aptitudes y capacidades las cuales aporten a la empresa creando un crecimiento organizacional, por consiguiente, algunas entidades u empresas se les hace difícil poder contratar el personal correcto para el puesto (Sama, 2020). El principal problema que tiene la organización al instante de darle trabajo a un nuevo personal es la expectativa en si van a tener las capacidades y aptitudes necesarias para el cargo que desempeñará y si este aportara a la empresa de forma positiva (Rivera, 2019). La captación de postulantes comprende un arduo trabajo hasta completar el volumen de personas necesarias para la obtención del postulante adecuado lo cual hace que la empresa se quede estancada en el proceso y no exista un desarrollo satisfactorio de acuerdo con la eficacia que se quiere alcanzar.

En las fuentes de reclutamiento, la manera tradicional con el paso del tiempo y los cambios constantes del medio ha cometido desaciertos en los procesos de reclutamiento y selección de personal, llevando a la organización a minimizar la productividad, aumentar los costos de contratación, desvinculación e inversión en costos de formación, incrementado la rotación de personal (Cañón, 2020). Actualmente las exigencias de las organizaciones por adaptarse a los nuevos métodos han llevado a adoptar diversas herramientas y maneras para atraer a los talentos más idóneos, dejando de lado los procesos tradicionales por su escasa eficiencia (Salinas & Malpartida, 2020). La manera de reclutar a los individuos va

modificándose según su edad, esto se puede percibir ya que los individuos que son considerados como la generación de Millennials son catalogados como el futuro de las empresas, el medio que más grande impacto y alcance tiene sobre ellos es el internet, ya que dichos usuarios ya poseen un grado de habitualidad elevado con respecto al entorno tecnológico (Bourne, 2018). Las empresas corren el riesgo de convertirse en obsoletas al no adaptarse a este nuevo mundo tecnológico por lo cual tienen que actualizar los medios y métodos para la captación de nuevos talentos.

En el proceso de selección que utilizan las organizaciones, los inconvenientes son desencadenados como resultado de la falta de eficiencia en su ejecución (Bolaños, 2020). Poder seleccionar el perfil correcto de manera eficiente y de acuerdo a los objetivos de la organización es lo más determinante para el futuro del manejo empresarial, por consiguiente, el punto de vista estratégico y operativo, debería hallarse alineado a la filosofía y política universal de la organización (Rossi, 2019). Diversos procesos fueron actualizándose en las empresas, uno de ellos, es la revisión de los curriculum vitae que reciben en formato de papel los expertos del área de selección de personal lo cual lo hacen por medio de las redes sociales (Díaz et al., 2017). Existe una gran cantidad de métodos para el proceso de selección, las empresas utilizan los que se le hacen más eficientes para que ellos los cuales van de acuerdo con el puesto vacante que quieren llenar para no correr el riesgo de obtener un postulante que no va de acuerdo con el cargo.

Las empresas establecen estrategias de acuerdo con las muchas necesidades que poseen, no obstante, se debe priorizar en la filosofía, valores y cultura, pues estas organizaciones afrontan nuevos desafíos para la supervivencia en los mercados en los cuales se muestra la evolución (Salinas & Malpartida, 2020). La prioridad de las organizaciones es lograr contratar a

gente que se vaya a quedar en la compañía un largo tiempo, seguido por el tiempo que se dispone para emplear las vacantes (Villalta, 2020). Las empresas analizan correctamente los tiempos que tienen los procesos para contratar a un personal nuevo para no estar constantemente en la búsqueda de postulantes, lo cual ocasiona a las empresas pérdidas y gastos innecesarios que creen un déficit que afecten la posición en la que está establecida una empresa dentro de un mercado.

Para poder contar de forma satisfactoria con los resultados de contratación en una organización, el método de reclutamiento y selección de personal debería no solo cumplir con el número de personal solicitado en el instante crítico, sino además llevar a cabo con los perfiles requeridos, que brinden seguridad al proceso (Bolaños, 2020). En la administración de los recursos humanos el proceso de reclutamiento es fundamental debido a que es dependiente a que la organización cuente con personas capaces, calificados y preparados, lo cual atribuye a las compañías prestigio y competitividad (Salinas & Malpartida, 2020). Es fundamental satisfacer las políticas y procesos de selección existentes pues tienen que ser medibles y producir indicadores para saber si la metodología usada cumple con su objetivo, que es elegir al candidato adecuado (González, 2017). Al implementar los procesos de reclutamiento y selección de personal las empresas corren el riesgo de que no se cumplan con las expectativas de satisfacción que tienen, por lo cual se debe tomar en cuenta cada paso a seguir correctamente y así obtener un resultado idóneo para contratar.

Justificación

La revolución tecnológica es una realidad que ha generado gran relevancia en los procesos de reclutamiento y selección de personal que realizan las organizaciones, es por ello

que se hace más evidente en las empresas el uso de las redes sociales, pues entregan un mejoramiento constante al momento de contratar debido a que otorga soportes digitales que minimizan el precio y el tiempo por esto lo hace eficiente (Hidalgo, 2021). Las personas cada vez utilizan menos los medios tradicionales; se prevén que en un futuro dejen de realizarlo. 80% de los expertos en recursos humanos colocan anuncios en internet para encontrar candidatos, y el 96% de los solicitantes lo utilizan para buscar empleos (Díaz, 2019). La mayor parte de los profesionales en materia de Recursos Humanos piensan que para después de poco tiempo, la atracción y el reclutamiento se realizarán solo por medio de las redes sociales o tecnologías análogas. (Matos, 2021).

Al estudiar el reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales se contribuye al conocimiento de los beneficios, didáctica, características y cualidades que se obtienen de estos procesos los cuales contribuyen al alcance, búsqueda de candidatos tanto a nivel nacional como internacional, facilidades de comunicación, efectividad, agilidad de procesos y tiempos de contratación, segmentación, panorama empresarial, y facilidad de procesos (Monedero & Lamoca, 2020).

El estudio de los procesos de reclutamiento y selección de personal aporta a las organizaciones que van optando por el uso de medios tecnológicos y van obteniendo presencia digital, las cuales han reemplazado casi por completo con técnicas que combinan las redes sociales y el Internet (Guzmán et al., 2018). La red social centrada en el trabajo como es LinkedIn, la cual ha pasado en 10 años de 36 millones de miembros en todo el mundo a los recientes 543 millones que anuncia su propia web, en vista de que cada vez más organizaciones potencian su portal corporativo demostrando un aspecto llamativo al objeto de captar y retener a los empleados más talentosos (Gómez García, 2019).

En la presente investigación se aborda el análisis a las organizaciones con presencia digital en la ciudad de Ibarra, con la finalidad de extraer información que aporte al conocimiento y a futuras investigaciones referentes al reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales. Se selecciona la unidad de análisis en función de la presencia que han tenido en el proceso de captación de personal, pretendiendo explicar que en la actualidad las personas optan por utilizar las redes sociales para la búsqueda de empleo.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar el papel que tienen las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal en las empresas con presencia digital de la ciudad de Ibarra.

Objetivos Específicos

- Analizar la dinámica actual de los procesos de reclutamiento y de selección de personal en las empresas con presencia digital de la ciudad de Ibarra.
- Identificar el rendimiento que tiene el uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección de personal 2.0.
- Caracterizar las potencialidades del uso de las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal 2.0.

Pregunta de Investigación

¿Cómo apoyan las redes sociales en el manejo, rédito y potencial de los procesos de reclutamiento y selección de personal en las empresas con presencia digital de la ciudad de Ibarra?

Capítulo I: Marco Teórico

Fundamentación Teórica

El marco teórico de la presente investigación está basado en la información necesaria y fidedigna la cual ayuda a comprender y entender eficazmente, como es que las redes sociales son un apoyo para las empresas que las utilizan para la búsqueda y selección de nuevo personal el cual complementará a la empresa. Información la cual se fundamenta en el análisis de la literatura existente como son los artículos científicos y libros que se encuentran en las fuentes de datos de internet como Scholar Google, Dialnet, Scopus, etc., además de páginas web con información confiable la cual amplía la información de la investigación.

La base teórica se inicia partiendo desde las teorías que sustentan esta investigación tomando en base los temas orientados a la administración de recursos humanos y el análisis de la calidad en el personal, de autores relevantes en estos temas como son Chiavenato, Mayo, Barney, Lozares, entre otros, además se tiene la conceptualización de los indicadores que comprenden dichos temas así como también los procesos que se realizan, y por último se obtienen de datos de estudios similares realizados en entornos muy parecidos al que se aplica esta investigación los cuales dan lineamientos que se analizarán más adelante.

Teorías Base de la Investigación

Teoría de la Administración de Recursos Humanos

La teoría de la administración de Recursos Humanos se apoya en planificar, organizar, ejecutar, dirigir y mantener el control de técnicas capaces de fomentar el desarrollo eficiente del personal (Chiavenato, 2011). Del mismo modo analiza los procesos necesarios para el manejo

del personal o recurso humano que integra las organizaciones como lo son el reclutamiento, selección, capacitación, indemnización y evaluación (Benavides & Salmerón, 2016). La administración de recursos humanos es un área drásticamente sensible a la mentalidad que prima en las empresas, es dependiente de la cultura que exista en cada organización, así como de la cultura organizacional que se adopte, y por igual es dependiente del giro de la organización, de las propiedades internas, y de sus procesos (Aguilar et al., 2018). Es parte íntegra para el desarrollo de la compañía, por consiguiente, maneja el buen desarrollo y funcionamiento adecuando que está desempeñando en sus funcionalidades con el personal (O. Hidalgo & Arévalo, 2020).

Teoría de las Relaciones Humanas

La teoría de las relaciones humanas fue realizada por Elton Mayo (1925) y sugiere que la parte de mayor relevancia y destacada de una empresa es la humana (Peiró, 2021). Esta teoría muestra el valor del personal en la organización considerando sus necesidades y fines, además que estudia la conducta y efectos del trabajo, por lo cual al conocer la manera en la que se desenvuelve el trabajador en el ambiente laboral, se puede conocer los requisitos necesarios para cada puesto, con lo cual se permite el reclutamiento y selección de personal (Rivera, 2015). Es fundamental destacar que el ser humano con su trabajo y colaboración en la organización coopera al triunfo de la compañía, es por ello que se debería destacar su importante papel (J. Sandoval, 2015).

Teoría de Recursos y Capacidades

Esta teoría define a la organización como una recopilación exclusiva de recursos y habilidades que no se pueden mercar y vender libremente en el mercado, examina qué recursos y

habilidades son los que realizan a una compañía concreta distinta, o sea, qué recursos y habilidades tienen la posibilidad de constituir una fuente de ventaja competitiva para la organización (Saavedra et al., 2010). Los recursos tienen la posibilidad de clasificarse en físicos, humanos y organizacionales. Los físicos son tecnología, equipamientos e instalaciones; la ubicación geográfica y entrada a las materias primas. Los humanos son entrenamiento, vivencias, criterio, sabiduría e interacciones; la intuición de los directivos y de los trabajadores. Los recursos principales en la organización integran la estructuración formal, planeación, control y coordinación de los sistemas (Fierro & Mercado, 2012). Las organizaciones que posean recursos y habilidades estratégicas para el funcionamiento de una actividad definida van a ser más eficientes y, por consiguiente, van a poder obtener mejores rendimientos económicos, tendiendo a internalizar dicha actividad (Álvarez, 2007).

Teoría del Clima Organizacional

Rensis Likert (1968) en su teoría del clima organizacional menciona que la conducta de los subordinados es provocada por la conducta administrativa y por las condiciones organizacionales que ellos mismos perciben (Sandoval, 2004). Por consiguiente, asegura que la interacción va a estar definida por la percepción del clima organizacional como, por ejemplo: las determinaciones del ambiente empresarial, la tecnología y a la composición del sistema organizativo, la jerarquía que la persona ocupa en la empresa y el sueldo que gana, la personalidad, reacciones, grado de satisfacción y la percepción que poseen los subordinados y jefes del clima organizacional (Acuña & Quinto, 2018). Esta teoría es bastante dinámica y explicativa sobre el clima organizacional; indaga en el surgimiento y establecimiento del clima participativo con el cual se puede facilitar la eficiencia y eficacia personal y empresarial.

Además, se establece que el fin es analizar la naturaleza del clima y su papel en la eficacia organizacional (Rodríguez, 2016).

Teoría de Redes Sociales

La Teoría de las Redes Sociales trata de un grupo bien delimitado de actores, individuos, conjuntos, empresas, sociedades, comunidades globales, etcétera, vinculados unos a otros por medio de una interacción o un grupo de interacciones sociales (Lozares, 1996). Esta teoría debería su origen a la confluencia de diferentes teorías psicológicas, sociológicas y antropológicas al igual que a modelos matemáticos en los cuales se sustenta la formalización de la misma como ocurre con otras teorías (Ávila, 2012). Con la evolución del tiempo una red social es un lugar en la web cuya finalidad es permitir a los usuarios tener relación, comunicarse, compartir contenido y producir sociedades; o como un instrumento de democratización de la información que transforma a los individuos en receptores y en productores de contenidos (Urueña et al., 2011).

Marco Conceptual

Reclutamiento

Es un proceso por el cual la compañía se ocupa de atraer candidatos cualificados con el perfil correcto para los puestos vacantes (González et al., 2021). Se apoya en buscar al mayor número de candidatos interesados en un puesto de trabajo pues se pretende cubrir, durante un tiempo previsto. En otros términos, el reclutamiento de candidatos es la fase inicial del proceso de provisión de los recursos humanos necesarios que da paso a la selección y siguiente contratación y adhesión de los trabajadores en la organización (Mababu, 2016). En la organización el reclutamiento es además una forma de proyectar su imagen, por lo consiguiente

poseen políticas establecidas para el reclutamiento, varias prefieren medios discretos y formales, a medida que otras optan por la difusión de su imagen y su filosofía a partir de la publicación de anuncios (Veintimilla & Velásquez, 2017). Cuando se habla de reclutar a candidatos para otros puestos de la compañía, el departamento de Recursos Humanos. se encargará de gestionar y coadyuvar con las diferentes áreas para escoger al que mejor se adapte a las necesidades del puesto a cubrir y a las necesidades de la organización principalmente (Rodríguez & Calcerrada, 2020).

Fuentes de reclutamiento. Las fuentes de reclutamiento son los sitios en los que candidatos idóneos, tienen la posibilidad de cubrir los puestos vacantes en la organización. Dichos sitios tienen la posibilidad de hallarse en la organización, por lo cual son llamados fuentes internas; o bien, las localizadas fuera de ella, que son denominadas fuentes externas (Aguilera et al., 2019). Las internas corresponden a la entidad u organización, que generalmente son las más convenientes, respondiendo a políticas de rotación o de promoción. Las externas poseen muchas posibilidades, como, por ejemplo: oficinas o agencias de trabajo, centros de información, prácticas de alumnos, presentaciones, parientes de los trabajadores, trabajadores ocasionales, anuncios en la prensa o en la radio, documento de demandas a la entidad y organizaciones de la competencia (Martínez & Vargas, 2019). En estos lugares se tiene la posibilidad de descubrir los recursos humanos necesarios. Uno de los pasos más relevantes del proceso de reclutamiento es la identificación, selección y mantenimiento de las fuentes en las que se puede hallar los candidatos que posiblemente reúnan los requisitos establecidos por la organización (Jaramillo & Urquiza, 2018).

Medios de reclutamiento. Los medios de reclutamiento son canales que comunican al mercado de recursos humanos sobre las vacantes accesibles en el mercado de trabajo (Aguilera et

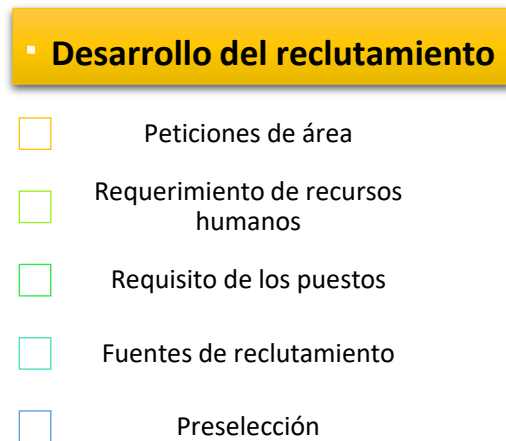
al., 2019). Dichos medios son de enorme utilidad por su potencialidad de difusión, puesto que penetran en diversos ambientes. Son capaces de transmitir información tanto a construcciones socioeconómicas bajas como altas, y además a élites expertos y tecnológicas, empresas de mano de obra o de personal enormemente calificado y, en fin, a diversos estratos sociales y educativos (Jaramillo & Urquiza, 2018). Hay diversos medios de reclutamiento, no obstante, su elección es dependiente del perfil de que se quiere cubrir y de las políticas (Ríos & Alarcón, 2018). El reclutamiento interno se lo va a hacer saber publicando en la cartelera oficial de la compañía o enviando a los correos electrónicos de todos los trabajadores que laboren dentro de ella, y para ofrecer posibilidad a otras personas a ser parte de la organización se puede optar por medios de comunicación como: Anuncios en periódicos locales, agencias de reclutamiento, Internet, contactos con universidades, carteles o anuncios en sitios visibles (Veintimilla & Velásquez, 2017). El internet y las redes sociales se usan cada vez más para detectar, atraer y reclutar candidatos que se encuentren interesados. La contratación por medio de las redes sociales se convirtió en un desafío para las organizaciones que apuestan por integrar la tecnología en sus prácticas comunes de administración de recursos (Mababu, 2016).

Procesos de reclutamiento. Para realizar con el reclutamiento de manera eficiente, el proceso debe contar con personal especializado que cumpla con este papel, para hacer dicho proceso teniendo presente todas las variables en relación y, principalmente, cumpliendo con la eficiencia que requiere el proceso (Bolaños, 2020). Cuando el departamento delegado de hacer el proceso de reclutamiento está reportado sobre el requerimiento, el mismo hace 2 procesos los cuales son: el principio el cual establece las necesidades del departamento donde nace la vacante; y terminación que es una vez que se tiene a los candidatos aptos para el cargo (Morán & Sañay, 2019). El proceso de reclutamiento comprende lo que se debe hacer para descubrir y contratar a un

nuevo talento en una organización. Cada paso tiene sus especialistas, tecnología y base de conocimientos (Baque & Cevallos, 2017).

Figura 1.

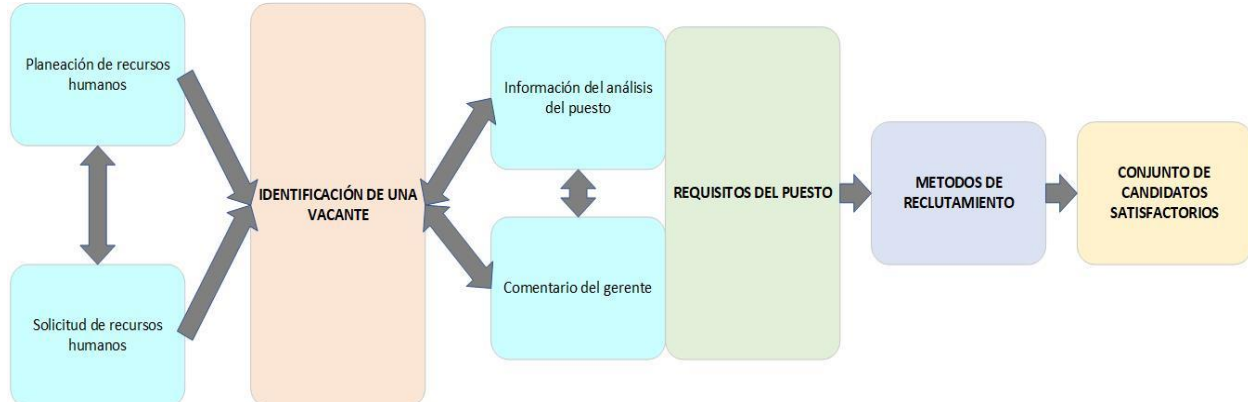
Desarrollo del reclutamiento



Nota. Adaptado de *Diseño de un manual de reclutamiento y selección de personal de la cooperativa de ahorro y crédito universidad de Guayaquil* Morán R, Sañay AUNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, Guayaquil, (2019)

El reclutador inicia su tarea identificando las vacantes que hay en la compañía, por medio del análisis de los recursos humanos faltantes o la demanda específica de los gerentes de línea. Para lograr bien su tarea, el reclutador debería tener en cuenta tanto las necesidades del puesto como el perfil del individuo que lo desempeñará. Cuando considere necesario el reclutador debería pedir información adicional, poniéndose en contacto con el gerente que solicita el nuevo empleado. Las tareas del reclutador se relacionan de forma directa con el ámbito en que se desarrolla el reclutamiento, los canales por medio de los cuales se identifica el ingenio y se busca a los candidatos potenciales y la naturaleza de las demandas de trabajo (J. Rodríguez & Calcerrada, 2020).

Figura 2.
Proceso de Reclutamiento



Nota. Adaptado de Reclutamiento Werther W, Davis k Administración de recursos humanos, el capital humano de las empresas, (2008), 152-185

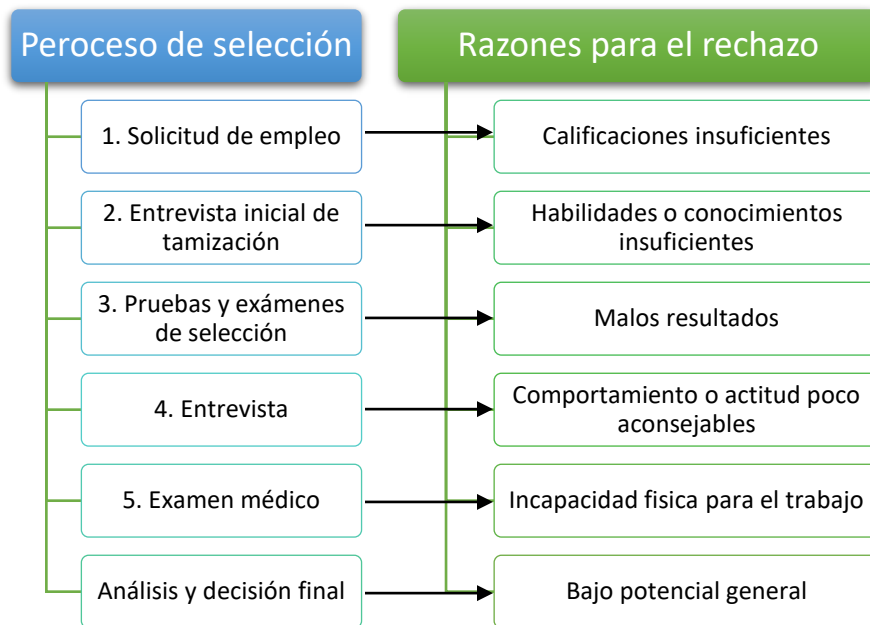
Selección de personal

La selección del personal es un proceso que es llevado a cabo por medio de tareas y técnicas efectivas, consecuente con la dirección estratégica de la organización y las políticas de Administración de Recursos Humanos, derivadas, para hallar al candidato que mejor se adecue a las propiedades requeridas presentes y futuras previsibles de un puesto de trabajo o cargo gremial y de una organización concreta o específica (Martínez & Vargas, 2019). Este proceso se convierte en cierta medida para las empresas importante en su desarrollo, por lo cual pertenece a la metodología que la organización utiliza para conseguir sus metas o fines (Bolaños, 2020). Esta metodología se traduce en una secuencia de pasos e instancias por las que pasan los candidatos a un puesto de la organización y que favorecen a los candidatos más adecuados a que un puesto sean los que al final ocupen (Veintimilla & Velasquez, 2017). La selección del personal es donde se empiezan a utilizar filtros en las vacantes del personal, donde el currículum que incumpla con el perfil del puesto es desclasificado (Ramírez et al., 2018).

Procesos de selección de personal. La selección de personal es una secuencia de etapas o fases por las que deben pasar los candidatos. Conforme los candidatos superan obstáculos pasan a las etapas siguientes. Cuando los candidatos no logran superar las dificultades, son

rechazados y quedan fuera del proceso. Las técnicas más simples, económicas y fáciles están en las primeras etapas, y las más caras y sofisticadas están al final. Por lo general, el proceso de selección utiliza una combinación de varias técnicas de selección y múltiples procedimientos, los que varían de acuerdo con el perfil y la complejidad del puesto a ocupar (Nina, 2016). Este proceso no significa escoger a ciertas personas y discriminar a otras, la selección ofrece la probabilidad de dirigir y categorizar a los individuos según su potencial, y ayuda a cultivar y desarrollar candidatos en la interacción elemental persona / trabajo (Martínez & Vargas, 2019).

Figura 3.
Proceso de Selección



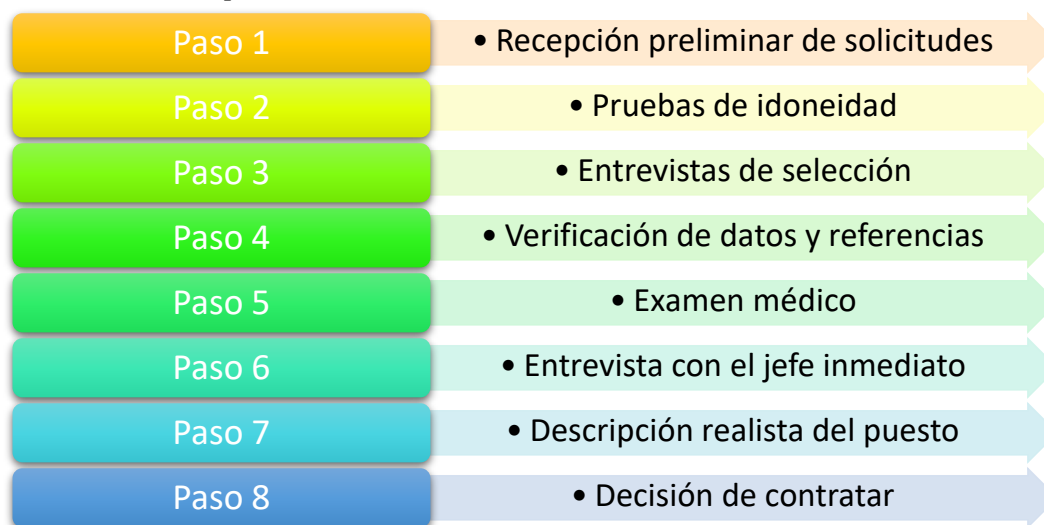
Nota. Adaptado de Diseño de un plan de reclutamiento y selección de personal orientado a los objetivos de la empresa CEI S.R.L. Nina Z *UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS, La Paz, (2016)*

La selección tradicional presta atención al conocimiento que tiene un candidato en un puesto de trabajo y no en las capacidades y reacciones por consiguiente se corre el peligro de descartar a un candidato que, a pesar de no tener conocimiento en un definido puesto de trabajo, sí logre tener las competencias para desarrollarlo. E incluso aquel candidato, que se desecha, podría ser un empleado potencial, pues tiene una reacción o predisposición, y por esto un

ingenio, que quizá el que tenga conocimiento no tenga (Veintimilla & Velásquez, 2017). Mientras que el internet da nuevos conceptos como el de "teleselección" o el "e-recruiting" para hacer alusión a la selección y contratación de personal por medio de Internet. Los postulantes y las organizaciones descubren en Internet un entorno de comunicación e intermediación gremial (Baladán, 2016). El objetivo es determinar los candidatos aptos para cubrir el puesto, para ello la organización diferencia tres tipos de pruebas que cada candidato deberá superar con éxito si quiere lograr el puesto definitivo. Una entrevista personal, que consistiría en una guía de preguntas a realizar para la valoración de un candidato. Pruebas prácticas o teóricas que detallarán las pruebas a realizar a los diferentes candidatos/as que participan en el proceso de selección. Y para concluir, evaluación inicial de la capacitación al puesto, detalla el grado de adecuación del candidato (J. Rodríguez & Calcerrada, 2020).

Figura 4.

Pasos de la selección de personal



Nota. Adaptado de Reclutamiento Werther. W, Davis. K *Administración de recursos humanos, el capital humano de las empresas* (2008) 152-185

Redes Sociales

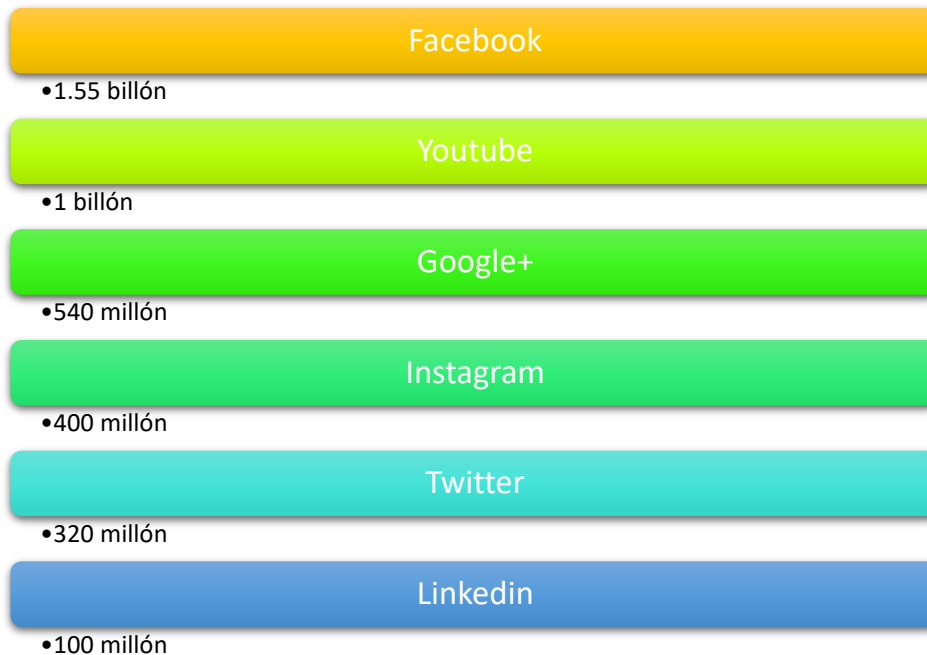
Las redes sociales son espacios digitales que permiten a los usuarios diseñar y visualizar sus perfiles, desde las actividades de compartir textos, imágenes, aplicaciones y otros contenidos,

que promueven entablar una interacción de información/comunicación con otros usuarios de la red (Lara et al., 2018). Componen una de las máximas expresiones de la llamada Web 2.0. y se han convertido actualmente en una de las principales formas de interacción social que permiten el intercambio entre personas, grupos o instituciones, unidas por uno o diferentes tipos de relaciones de diversa índole (Baladán, 2016). De modo que son plataformas de conexión y convivencia social fundamentadas en la construcción y la exhibición pública de la autoimagen, orientadas a la generación de toda clase de lazos sociales fuertes y débiles, y a la construcción de dinámicas de sociabilidad por medio de comportamientos mostrados con diferentes niveles de colaboración y actividad (Ocaña & Freire, 2022).

La trascendencia y veloz incremento de las redes sociales, así como el explosivo aumento del número de usuarios, no es lo exclusivo que establece el interés mundial en ellas, sino componentes como su implementación en diferentes espacios, por ejemplo en las campañas políticas; en la promoción de movimientos sociales; como factor para la vinculación ciudadana, para la obtención de información, para el establecimiento de comunicación siguiente entre personas distantes, para manifestar gustos e intereses, y más que nada para la generación y trueque de contenidos (Ortega & Forero, 2018). Se estimó que 3.96 mil millones de usuarios cuentan con por lo menos una red social, cerca del 51% de los habitantes del mundo. En la situación de Facebook, la más dominante de las redes, con un total de 2.6 mil millones de usuarios, se ha construido en una plataforma de marketing que puede llegar a un tercio de toda la gente mayor de los 18 años en todo el mundo. Además, su primordial aplicación de mensajería, WhatsApp, tiene 2 mil millones de usuarios, igualando en cifras a YouTube (GWI, 2020).

Figura 5.

Usuarios en las redes sociales



Nota. Adaptado de Impacto de las redes sociales en la difusión de servicios tecnológicos en las empresas del Ecuador León J, Bastidas L, Ruiz E *Dominio de la ciencia* (2017) 3(2477-8818) 770-784

Empresas en la web

La llegada de Internet ha hecho modificar las tácticas de comunicación y de marca de la mayor parte de organizaciones que, aunque careciesen de ella, comienzan a preocuparse por ellas mismas (Gómez, 2019). La web se convirtió en uno de los medios de comunicación con más atención a causa de las organizaciones que se lanzan a la conquista de la misma no solamente como un medio de generación de ingresos, sino como una fuente para la difusión de la información y la comunicación (Cañon, 2020). La web puede contribuir a las organizaciones a conseguir una más grande visibilidad, aumentando de esta forma sus beneficios, llegar a nuevos mercados, mejorar sus servicios al comprador, transferir sus productos/servicios de una manera más eficiente, transportar su identidad a la sociedad, favoreciendo la consecución de una imagen positiva y lo cual ello conlleva, dada el valor para las empresas generalmente del entendimiento y reconocimiento de sus marcas, así como para las pequeñas y medianas organizaciones en

especial, por su enorme peso en el tejido empresarial de la mayor parte de las naciones desarrollados (Marín & Cabero, 2019).

La utilización de las tecnologías de información y comunicación en los últimos años ha tomado fuerza y senderos plenamente indescifrables, a partir de la globalización de la información hasta conseguir los negocios mayores e insospechados, la abertura tecnológica ha permitido a las comunidades, a las organizaciones y a los individuos la enorme posibilidad para lograr vender, mercar, comerciar, expresar gustos preferencias, tendencias, dichos entre otros puntos que podría ser extensos poder nombrar (Seo & Lee, 2016). Se genera una sociedad cibernética en el cual se aplican más tecnologías, y gracias a dichos cambios, las empresas se ven forzadas a conformar parte de este evento, cambiando su forma tradicional de publicidad de sus productos o servicios por medio de varios mecanismos como son primordialmente: e-marketing, tácticas de mercadotecnia en las redes sociales y el negocio electrónico (Miranda & Cruz, 2016).

Redes sociales y las empresas. Las organizaciones del siglo XXI siguen transformándose por la globalización del internet y el incremento vertiginoso de las redes sociales y aplicaciones móviles, hecho que ha ocasionado cambios en los entornos interno y externo de las organizaciones, las mismas que tienen que ajustarse a espacios que día con día son más complicados y competitivos, donde los administradores tienen que tener capacidad y experticia para generar tácticas de costo y para llegar a saciar a un nuevo estilo de demandantes, que influenciados por las publicaciones presentadas por medio de los diferentes medios virtuales, permanecen cada vez más informados (Aucay & Herrera, 2017). Las redes sociales en los negocios permiten a cualquiera internacionalmente, manifestar, compartir una crítica o iniciativa en cualquier sitio de la compañía y refinar su táctica de segmentación para llegar a un público objetivo más estrecho (León et al., 2017). La implementación de las redes sociales

profesionalmente en las empresas es un asunto que muestra numerosas aristas en ventaja de que puede producirse una relación entre las características personales y profesionales. Más que nada teniendo presente que en la actualidad las redes no funcionan en forma libre, sino que se interrelacionan y unen sus servicios (Baladán, 2016).

Las redes sociales se utilizan en cada una de las zonas debido al auge de estas tecnologías, las organizaciones permanecen aprovechando sus beneficios, entre lo cual predomina la obtención de información acerca del comportamiento de los clientes para poderlos saciar, por lo cual todos los días son más el número de empresas que invierten en aquellas aplicaciones, para incorporarlas a las tácticas de marketing universal y conceptualizar el posicionamiento de sus marcas (Miranda & Cruz, 2016). Interfaces como las redes sociales, brindan a las empresas la probabilidad de agrandar y replantear varios de sus procesos usuales, como, por ejemplo: la venta, marketing o comercialización de productos y servicios, con el objeto de asegurar a los clientes una óptima calidad de servicio (Hugo et al., 2019). La creciente fama de las redes sociales como Facebook, LinkedIn y Twitter dio origen a oportunidades para el desarrollo de nuevos modelos de negocios electrónicos, principalmente conocido como negocio social. En este sentido, las redes sociales se han convertido en un medio para impulsar y/o emprender el negocio electrónico. De esta forma, el 76% de los usuarios latinoamericanos de Internet han accedido a tiendas comerciales en Internet y el 96% usa redes sociales (CEPAL, 2018).

Reclutamiento y selección de personal por internet

El avance tecnológico va a un ritmo veloz y crea soluciones que logren ser adaptables por las empresas. Las novedosas tecnologías cambian los procesos y hacen que operaciones de diferentes temas sean más sencillos, además que producen una transformación en las

competencias y en los departamentos de Recursos Humanos (Sánchez, 2016). Aunque la tecnología es un factor que no está de manera directa en el sistema de recursos humanos, participa de manera significativa en la administración de éstos (Hugo et al., 2019). Los procesos de reclutamiento y selección permanecen evolucionando e incorporando entre sus herramientas la utilización de las novedosas tecnologías de la información y comunicación, surgiendo así el e-recruitment, que se concibe como el sistema de captación y selección de ingenio por medio de internet que posibilita optimizar los procesos. Por consiguiente, las organizaciones tienen que estar al pendiente de los avances tecnológicos con la intención de aprovechar sus beneficios (García et al., 2016). La utilización del internet provoca que las organizaciones busquen y desarrollen técnicas y pruebas de selección que fomenten la actitud natural del candidato, consigan borrar la subjetividad y garanticen la contratación del candidato que más se acomode al puesto de trabajo y a la compañía (Galián, 2018).

Reclutamiento 2.0. En los últimos años estamos asistiendo a una fundamental transformación en nuestra forma de estar comunicados, todo ello producto del vertiginoso desarrollo tecnológico. Los Recursos Humanos no son ajenos a dichos cambios, y el mejor ejemplo de eso lo pudimos encontrar en los canales de reclutamiento 2.0 (Infoempleo, 2016). El Reclutamiento 2.0 es una práctica que se está consolidando en el área laboral al permitir la identificación, captación y reclutamiento de los candidatos idóneos para llevar a cabo las metas de la organización (Mababu, 2016). La utilización de un proceso de reclutamiento 2.0 en las micros y empresas pequeñas brindará más eficiencia y acertamiento en la contratación del nuevo colaborador además que dejará posicionar la marca de la organización en el mercado y en la mente de los futuros postulantes (Hidalgo, 2021).

Fundamentación Empírica

Reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales

En un estudio realizado por Mababu (2016), a 416 directivos y profesionales de recursos humanos en España, sobre el principal motivo que lleva un departamento de recursos humanos a utilizar las redes sociales en Internet, los participantes ponen de manifiesto que la optimización del proceso de captación, selección y administración del talento como la primordial razón (30%), seguida de la probabilidad de hallar nuevos nichos para encontrar potenciales consumidores (25%). Además, alegaron que usan las redes sociales para actualizarse o estar al día de los nuevos canales de reclutamiento y captación de probables candidatos o empleados.

Hanze (2020), realizó su estudio sobre los procesos de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales a la empresa Tata Consultancy Services Ecuador, en la cual en la información obtenida, se pudo evidenciar que las adquisiciones de nuevo personal entre octubre de 2018 y octubre de 2019 basado en la fuente de reclutamiento, en aquel tiempo se ha incorporado 268 nuevos ayudantes a TCS Ecuador, en los cuales, la mayor parte (67%) fue por medio de redes sociales, incluyendo convocatorias y búsquedas por medio de LinkedIn, Facebook, promoción por medio de WhatsApp, Twitter, portales corporativos de TCS. En menor proporción se poseen los programas de vinculación con universidades, referidos y de apoyo a equipos vulnerables.

Sánchez (2016), realizó entrevistas sobre las herramientas virtuales y su influencia en los procesos de reclutamiento y selección de personal en las medianas empresas de Lima (Perú), en la cual se obtuvo que todos los entrevistados piensan que son innovadores los instrumentos virtuales que emplean debido a que indican que gracias al desarrollo de la tecnología es viable

que aparezcan novedosas herramientas que les permitan hacer sus funcionalidades de reclutamiento y selección. Entre los instrumentos que más resaltan son CompuTrabajo, Bumerán, Facebook y LinkedIn.

García et al. (2018), analizó sobre el impacto del uso de las Redes Sociales Profesionales y Portales de Empleo en los procesos de reclutamiento y selección de talento humano en empresas de subcontratación en Tijuana (México), en la cual los resultados muestran que un 80% de los encuestados estima que las novedosas tecnologías ayudan a mejorar los procesos de reclutamiento y selección de personal en la compañía, mientras tanto que un 20% estima que no hay alguna optimización a lo largo del proceso. Lo anterior sugiere que las novedosas tecnologías son benéficas para esta clase de procesos en una compañía de subcontratación. No obstante, hicieron énfasis de manera verbal que piensan que es fundamental la actualización y capacitación en sus superficies para el funcionamiento de las novedosas tecnologías, debido a que el 30% argumentó continuar usando procesos y fuentes tradicionales por no disponer de los conocimientos suficientes del uso y consulta de novedosas plataformas virtuales para la ejecución de dicho proceso, mientras tanto que el 70% ya las aplica en sus ocupaciones laborales. Del mismo modo, según la tendencia, el 75% argumentó que la selección de talento humano por medio de redes sociales expertos y portales de trabajo, es más positiva comparativamente a medios impresos clásicos (periódico, lonas, carteles, entre otros) en lo que el 25% comentó que no era efectivo.

Espilco (2018), realizó su investigación en una universidad de lima sobre la eficiencia de la metodología de reclutamiento 2.0 comparado con un reclutamiento tradicional, en el cual descubrió que el tiempo empleado en los procesos de reclutamiento y selección de personal es menor al hacer uso del reclutamiento 2.0 a comparación del reclutamiento clásico. El tiempo

usado en el reclutamiento de personal se disminuye en un 50 % realizando uso de las redes sociales y expertos. La proporción de currículos que cumplen con el perfil solicitado es de 55 % al hacer uso del reclutamiento 2.0 a comparación de un reclutamiento clásico en donde solo el 6% cumplen con el perfil anhelado. El precio de horas hombre invertidas es de 13.17 en un proceso de reclutamiento 2.0 lo que es menor al precio invertido en un reclutamiento clásico, ya que hay más curriculums que cumplen con el perfil solicitado lo que ayuda a que la selección y contratación de personal se haga de una forma más expedito y, por ende, se disminuye el tiempo invertido.

En el caso de Heredia et al. (2020), su estudio consistió en los métodos de Reclutamiento y Selección de Personal en las empresas ecuatorianas. Los resultados señalan que las redes sociales son en su mayoría aprovechados por las PYMES (pequeñas y medianas empresas) en un 42%, consecutivos de las microempresas y luego por las organizaciones más grandes; las organizaciones consultoras de personal son requeridas por las grandes organizaciones en un 55%, a diferencia de las PYMES con un 25% y las microempresas con un 20%. Los anuncios en periódicos son usados por las PYMES en un 47%, seguidas de las grandes organizaciones en un 31% y un 22% las microempresas. Los referidos y otros procedimientos de reclutamiento lo aplican en un 41% las PYMES, el 33% y 26% corresponden a las grandes y microempresas respectivamente.

En el estudio realizado Hidalgo (2021), a las pequeñas y microempresas en el Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador) se analizó sobre la participación que tienen las empresas en las redes sociales, dando como resultado el 100% tiene colaboración en LinkedIn y Facebook, mientras tanto que el 82% en Google+, el 100% en Twitter, el 92% en Instagram, en Tumblr el 12% y en Reddit el 45%. Sobre el tiempo que utilizan las redes sociales como instrumento de

selección de personal se obtuvo como consecuencia que el 91% de los encuestados si usa las redes sociales para reclutar hojas de vida especialmente de 1 a 3 años el 23%, de 3 a 6 años un 68% y de 6 años a más un 8% esto prueba que tengan la posibilidad de usar un proceso de reclutamiento mixto donde prevalece el proceso clásico, el 9% otorgó una contestación negativa, o sea usan para otro tipo de ocupaciones irrelevantes al asunto de análisis.

Capítulo II: Metodología de la Investigación

Tipo de investigación

Para ejecutar la pregunta de investigación sobre ¿Cómo apoyan las redes sociales en el manejo, rédito y potencial de los procesos de reclutamiento y selección de personal en las empresas con presencia digital de la ciudad de Ibarra? Se realizó una entrevista a gerentes y personal del departamento de recursos humanos pertenecientes a empresas que tengan presencia digital en la ciudad de Ibarra. Las preguntas son de carácter abierto para obtener mayores datos y se pueda ir detallando su experiencia en el proceso para contratar a un nuevo personal a través de las redes sociales las cuales fueron divididas acorde a sus variables de estudio para facilitar la interpretación y redacción de resultados.

Esta investigación tiene un enfoque de carácter cualitativo en vista de que se interpreta el nivel de apoyo que posee el reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales, recolectando datos no estadísticos desde la perspectiva que tienen las empresas con presencia digital de la ciudad de Ibarra, detallando la situación que ocurre cuando una empresa decide utilizar los métodos no cotidianos para la captación de talento humano.

El alcance de la investigación es descriptivo ya que el estudio se basa en la descripción de un fenómeno específico, y se analiza el léxico y la gramática de las aseveraciones de los gerentes, jefes y personal de recursos humanos realizando una construcción del paradigma codificado por medio de categorías o códigos, que son enlazados entre sí para crear una conjunción de las respuestas similares donde se puede tener claros los elementos esenciales obteniendo una mayor comprensión y análisis por medio de gráficos.

Métodos de Investigación

El método de investigación será deductivo ya que es un instrumento específico a través

del cual se extraen pensamientos lógicos que tienen veracidad por medio de premisas o principios tomados de datos expuestos por los gerentes, jefes y personal de recursos humanos de las empresas con presencia digital de Ibarra sobre el uso de las redes sociales para la captación de personal, los cuales derivaran en una conclusión.

Determinación de variables

En base al estudio de la literatura se alcanzó a operacionalizar las variables de estudio con la finalidad de que la investigación conserve una estabilidad metodológica con los objetivos y problema de investigación. Para ello se tomaron como referencia los trabajos de (Aparicio et al., 2019; Cantor Silva et al., 2018; Fontalvo et al., 2017; Ocaña & Freire, 2022) para operacionalizar la variable independiente, mientras que para la variable dependiente se utilizaron los trabajos (Aguilera et al., 2019; Bolaños, 2020; Flores, 2016).

Tabla 1.
Variables de estudio

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores
Reclutamiento y selección de personal	Reclutamiento	Puesto vacante
		Captación de Postulantes
		Fuente de reclutamiento
	Selección	Método de selección
	Evaluación	Tiempo de contratación
Resultado de contratación		
Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores
Eficacia Organizacional	Calidad	Producción
		Eficiencia
		Satisfacción

		Adaptabilidad
Rendimiento		Desarrollo
Potencial		Supervivencia

Nota. Operacionalización de variables de acuerdo con la base teórica y matriz de consistencia de investigación.

Determinación de conceptos

Reclutamiento y Selección de Personal. Es determinado como actividades planeadas y emprendidas hacia el hallazgo y medición de las particularidades individuales de cada postulante, con el fin de implantar cuáles son los más idóneos para ejercer determinadas funciones en la organización (Flores, 2016).

Eficacia Organizacional. Hace referencia al estado en la que una organización alcanzó las metas anteriormente establecidas, o sea es el indicador que expone la capacidad que tiene la organización para conseguir los resultados esperados (Fontalvo et al., 2017).

Instrumento de Investigación

El instrumento que se utilizó fue una entrevista, la cual se aplicó de manera presencial a la unidad de análisis objetivo. El cuestionario de la entrevista fue elaborado para obtener información sobre el proceso de reclutamiento y selección de personal, conociendo cuales fueron sus resultados al aplicar esta nueva herramienta que es el internet y las plataformas digitales que usan los reclutadores, por lo cual, se formularon preguntas abiertas, a fin de entender que tan favorable resulta esta nueva modalidad de contratación de personal.

El cuestionario se diseñó en función de investigaciones anteriores sobre la selección y reclutamiento de personal con la modalidad de uso de redes sociales, se inició con un banco de 50 preguntas, las cuales fueron enviadas a docente tutor y los dos docentes oponentes afines al tema de investigación.

Tabla 2.*Panel de expertos que validaron el instrumento de investigación*

Nombres	Ocupación	Instrumento
MSc. Mónica Gallegos	Docente FACAUE-UTN	Entrevista
MSc. Rosa Rodríguez	Docente FACAUE-UTN	Entrevista
Melanie Macías	Estudiante egresada – carrera Administración de Empresas FACAUE-UTN	Entrevista
Haily Carrillo	Estudiante egresada – carrera Administración de Empresas FACAUE-UTN	Entrevista

Nota. Panel de expertos que validaron el instrumento de investigación

Posterior a su revisión por los docentes oponentes validando cada una de sus observaciones, se procedió a realizar una mejora y depuración de las preguntas donde el cuestionario alcanzo 20 preguntas.

Descripción de Datos

Unidad de análisis

La unidad de análisis objeto de estudio estuvo constituida por los gerentes y personal de recursos humanos de empresas con presencia digital en la ciudad de Ibarra. La selección se realizó en función al análisis de las redes sociales más utilizadas por las empresas que ofertaron puestos de trabajo y utilizan este medio para la captación de personal.

Tabla 3.*Unidad de análisis*

Empresa	Entrevistado	Cargo
Banco del Austro	Ing. Jenni Pozo	Jefe Administrativo
Banco Solidario	Ing. Betty Terán	Gerente Comercial
Cooperativa de Ahorro y Crédito Ecuacreditos Ltd.	Lic. Fernando Esparza	Jefe de Agencia

Cooperativa de Ahorro y Crédito Atuntaqui	Ing. Raíza Erazo	Analista de Selección
Punto.Net	Lic. Paola Yépez	Jefe de Área/Atención al Cliente
Xtrim TVCable	Lic. Carla Arias	Asistente de Gerencia
Créditos Económicos	Alejandra Pozo	Asesor Comercial
Corporación Jarrin Herrera “JAHER”	Ing. Grace Pozo	Administradora

Nota. Gerentes, jefes y personal de recursos humanos entrevistados

Recolección de datos

La entrevista los gerentes, jefes, y personal de recursos humanos se realizó desde el 13 de junio hasta 16 de junio de 2022 de manera presencial en las empresas detalladas en la unidad de análisis de la investigación, la información suministrada se encuentra en los anexos (Ver anexo).

Procesamiento de la información

Una vez recopilada la información se procedió a realizar el proceso análisis cualitativo de la entrevista, el cual consistió en la transcripción y análisis de las respuestas por medio de la codificación en base a la similitud y concordancia de las respuestas realizadas por la unidad de análisis; para facilitar el análisis y discusión de resultados se procedió a generar gráficos los cuales se muestran en el siguiente capítulo. En las investigaciones cualitativas, la codificación supone también la asignación de un símbolo o marca indicativa a un segmento del cuerpo de registros, generalmente un fragmento textual. Sin embargo, cuando el propósito es la generación de teoría, como ocurre en la estrategia de teoría fundamentada, las categorías conceptuales son precisamente lo que ha de ser desarrollado en la investigación (Seid, 2016).

Capítulo III. Análisis y Discusión de Resultados

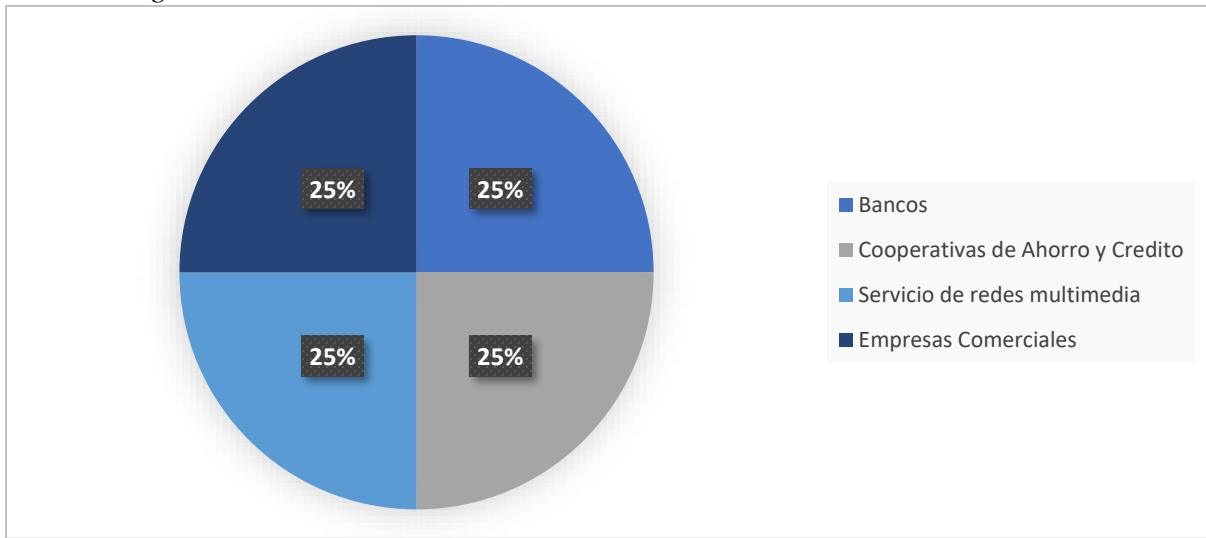
Principales Resultados Obtenidos de la Investigación

Datos generales de la unidad de análisis

En la Figura 6 se representa la variedad del giro del negocio de las empresas con presencia digital entrevistadas como unidad de análisis, donde el 25% fueron entidades bancarias, 25% cooperativas de ahorro y crédito, 25% empresas dedicadas a brindar servicios de redes multimedia y un 25% son empresas comerciales.

Figura 6.

Giro del negocio de la unidad de análisis



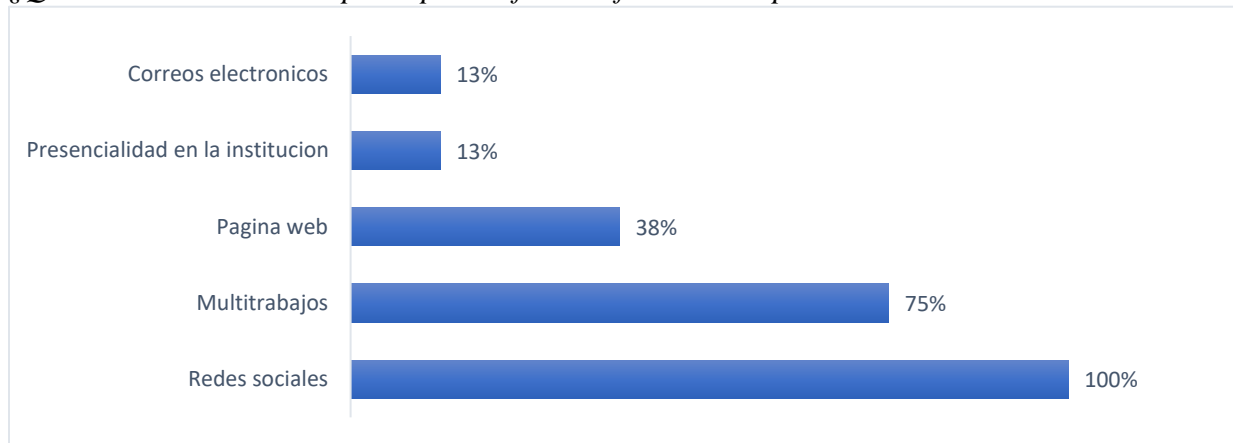
Nota. Valores porcentuales obtenidos de la Entrevista.

A continuación, se muestran los resultados de las preguntas realizadas en la entrevista con relación a cada variable de análisis, los cuales se organizaron conforme con la matriz de operacionalización (Ver tabla 1), por cada variable se desglosan las dimensiones con sus respectivos indicadores, a fin de facilitar la investigación y comprensión de los resultados:

Reclutamiento de personal

Figura 7.

¿Qué medios utiliza la empresa para difundir ofertas de empleo?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

Los gerentes, jefes y personal de recursos humanos entrevistados dieron a conocer que son varios los medios que utilizan a la vez para la difusión de ofertas de trabajo como lo son redes sociales, Multitrabajos, páginas web, correos electrónicos y presencialidad en la institución.

El 100% de las empresas entrevistadas manifestaron que utilizan las redes sociales como el principal medio para difundir ofertas de empleo, mientras que el 75% de estas empresas también ha utilizado la plataforma de Multitrabajos para captar personal, el 38% de igual forma pública ofertas de trabajo a través de la página web empresarial, además el 13% de las empresas prefiere la presencialidad de la institución y el 13% lo hace por medio de correos electrónicos.

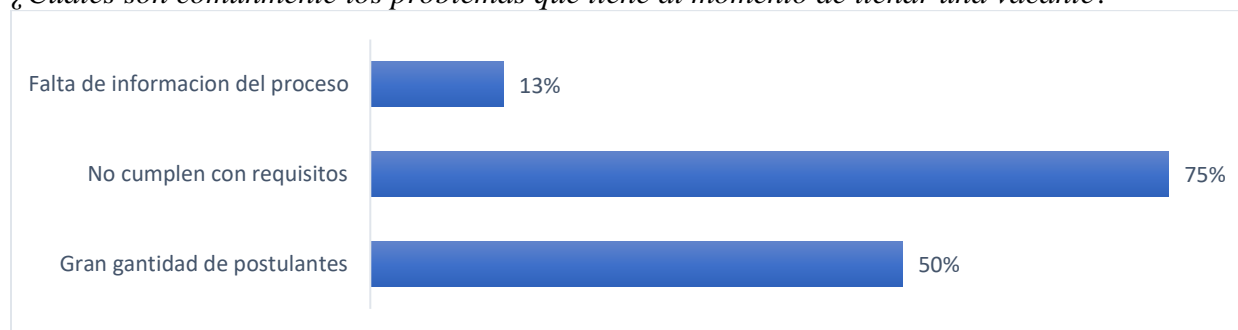
Estos resultados son corroborados por Veintimilla & Velásquez (2017) quienes en su investigación llegan a concluir que los medios para difundir ofertas de trabajo pueden ser anuncios en periódicos locales, agencias de reclutamiento, internet, contactos con universidades, carteles o anuncios en sitios visibles. Además Mababu (2016) afirma que el

internet y las redes sociales se usan cada vez más para detectar, atraer y reclutar candidatos que se encuentren interesados. En la región de América, García Castro et al. (2016) mencionó que ahora las personas son más propensas a buscar trabajo en las redes sociales a diferencia de medios clásicos. Por otro lado Suarez et al. (2021) dice que las compañías usan medios de difusión para dar a conocer su oferta de trabajo, no obstante, prevalece la información voz a voz como primordial medio para difundir que vacantes está requiriendo la organización, seguido en segundo lugar por las redes sociales y el ciber sitio.

De acuerdo con los resultados y a la concordancia de otros autores se da a entender que las redes sociales es el principal método por el cual las empresas difunden sus ofertas de empleo, siendo esta la dinámica que se utiliza en la actualidad.

Figura 8.

¿Cuáles son comúnmente los problemas que tiene al momento de llenar una vacante?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 75% de empresas manifiesta que el incumplimiento de requisitos es el principal problema que tienen al momento de llenar una vacante, seguido por la gran cantidad de postulantes que es el 50% de empresas las cuales tienen este problema, además del 13% de empresas dice que la falta de información también representa un problema.

Diversos estudios sobre la oferta y la demanda de capacidades en Latino América revelan que los empleadores manifiestan serios inconvenientes de escasez de talentos y piensan que la

razón primordial de que la fuerza de trabajo no sea plenamente competente es la carencia de trabajadores debidamente calificados en el mercado (Gontero & Novella, 2021). Según Novella et al. (2019) el principal problema es la carencia de habilidades y de capacidades socioemocionales de los buscadores de trabajo, inclusive la carencia de formación académica y técnica representa un problema fundamental. OCDE et al. (2016) dice que 2 de cada 3 adolescentes latinoamericanos no están calificados para los trabajos que necesitan competencias técnicas, expertos o de administración complicadas. Además, el 50% de las organizaciones aseguran experimentar inconvenientes para llenar un puesto. El plan de los empleadores comúnmente se apoya en contratar a personas calificadas extranjeras para reemplazar este vacío.

Según el análisis de resultados y las investigaciones similares se da a entender que el principal problema para llenar una vacante es que los postulantes no cumplen con los requerimientos para el puesto de trabajo.

Figura 9.

Al momento de captar personal ¿la mayoría de las personas cumple con las expectativas que tiene en cuanto a capacidades y aptitudes para el puesto que está ofertando? ¿Qué porcentaje cumple esa expectativa?



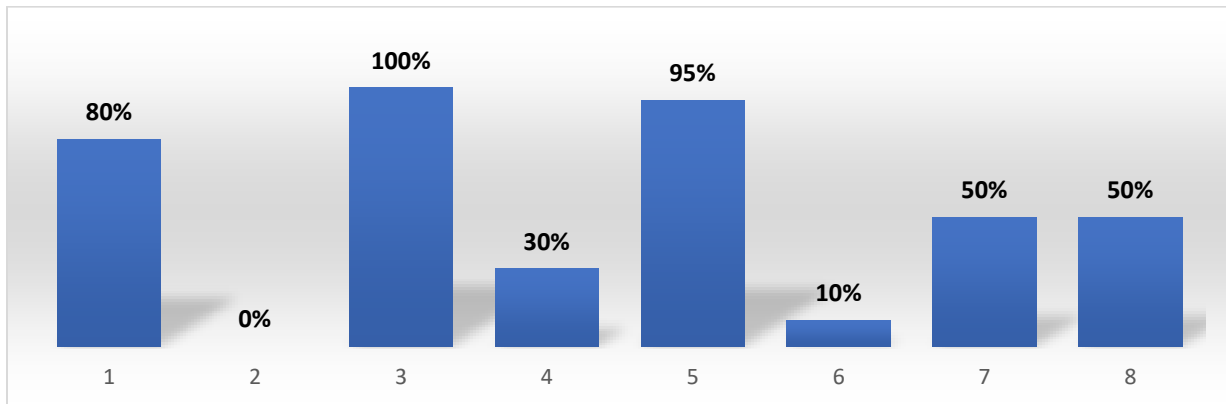
Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

En iguales proporciones las empresas manifiestan que las personas reclutadas cumplen las expectativas que tienen en cuanto a las capacidades y aptitudes, siendo un 50% que, si cumple, así como también un 50% de empresas asegura que no cumple sus expectativas.

De acuerdo con los resultados obtenidos, tienen relación con la investigación de Sánchez (2016) el cual menciona que las herramientas virtuales como las redes sociales permiten encontrar personal que cumpla con el perfil que se está solicitando. Incluso Espilco (2018) menciona que los curriculums cumplen con el perfil requerido al hacer uso del reclutamiento a través de las redes sociales a comparación de un reclutamiento tradicional en donde en menor porcentaje cumplen con el perfil solicitado. Además Ríos & Alarcón (2018) menciona que los empleados ya contratados aspiran compartir sus ideales y fortalezas con compañeros laborales desarrollado a un grado que puedan compartir y hacer debates que se manejen al mismo grado intelectual de los empleados.

Figura 10.

Porcentaje de cumplimiento de expectativas



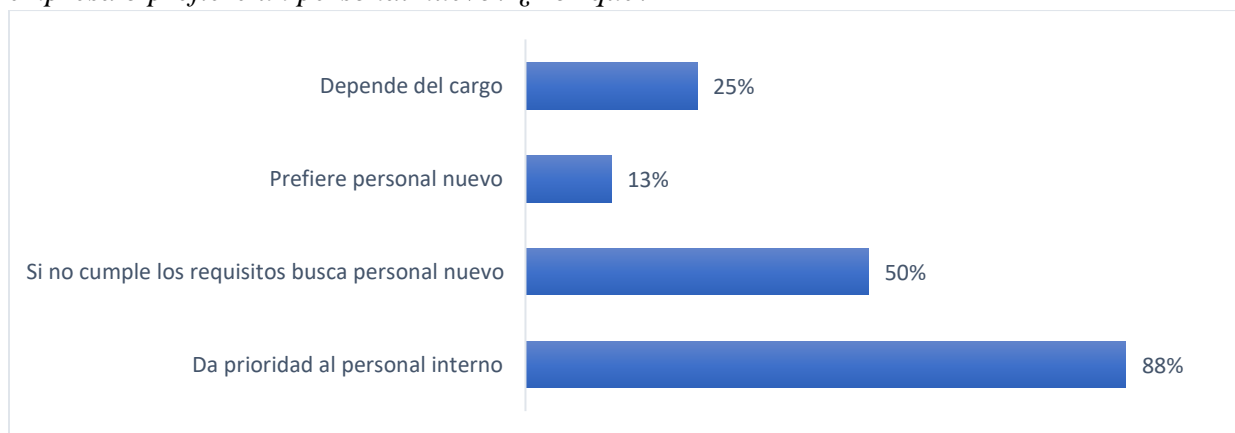
Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

A demás del 50% de empresas entrevistadas que aseguran que las personas captadas si cumplen con las expectativas en cuanto a capacidades y aptitudes, mencionan que entre un 100%, 95% y 80% de sus expectativas ha sido cumplido; mientras que del 50% de empresas que mencionan que sus expectativas no han sido cumplidas, mencionan que representa un 30%, 10% y 0% de las expectativas cumplidas respecto a las capacidades y aptitudes que tienen las personas captadas.

Agreda (2016) dice que principalmente, el éxito en las empresas está ligado al reclutamiento de individuos capaces y con elevados niveles de motivación hacia el trabajo. Además Gómez (2019) comenta que se ha tenido presente a los porcentajes más elevados, en la magnitud reclutamiento, y se ha podido establecer que algunas veces el personal cumple con las expectativas de las organizaciones. De igual forma Ríos & Alarcón (2018) dice que al momento de requerir personal se han tomado presente el grado de estudios académicos para el poder realizar el cargo disponible, en el cual la información que se recibe sobre los postulantes es la que va a permitir conceptualizar condiciones o propiedades diferenciadoras entre los candidatos. Se debería tener una buena información para lograr tomar una buena medida sobre el candidato adecuado para el cargo postulante. Las organizaciones deberían considerar al instante de contratar el intelecto, como consecuencia de una vivencia personal, de una ventaja o ingenio con el que cuenta una persona. El análisis es el criterio primordial para ser contratado, seguido de la experiencia (Suarez et al., 2021).

Figura 11.

Para cubrir un puesto de trabajo vacante usted ¿toma en cuenta al personal interno de la empresa o prefiere un personal nuevo? ¿Por qué?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 88% de las empresas entrevistadas menciona que da prioridad al personal interno para cubrir un puesto vacante, mientras que el 50% también menciona que si no encuentra al personal apto dentro de la empresa opta por buscar un nuevo personal, el 25% de las empresas mencionan que depende del cargo que se quiere cubrir para tomar en cuenta si el personal interno o externo cubrirá esa vacante, y un 13% de las empresas menciona que prefiere un personal nuevo.

En concordancia a lo tratado, Espilco (2018) afirma que un reclutamiento interno es una manera de reclutar personal, de forma más económica, veloz, a la vez que motiva a los empleados. Se estima que un reclutamiento interno si agiliza los procesos, sin embargo, este se puede ejercer una vez que se desarrolle una buena política de ascensos, debido a que por intentar cubrir una vacante se corre el peligro de dejar un puesto vacante. De igual forma Lechuga (2018) considera que la fuente externa es inadecuada, ya que se recurre a universidades o colegios profesionales, u otros medios como periódicos, anuncios e internet; en los cuales no se obtiene al personal con la capacidad suficiente para realizar el trabajo. Además (Ríos & Alarcón, 2018) investigo en los empleados de las organizaciones están de acuerdo en participar en los planes de ascensión de cargo que ofrece el departamento, debido a que es un beneficio para los empleados y es de enorme ayuda para formación profesional y personal de cada persona.

Según los resultados y el análisis de las investigaciones de otros autores se determina que la principal fuente en la que las empresas buscan una persona para llenar un puesto vacante es dentro de la empresa, siendo así el personal interno tomado en cuenta en la dinámica de cada una de las empresas.

Selección de personal

Figura 12.

¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de personal ha empleado? ¿Por qué?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 100% de las empresas entrevistadas menciona que ha utilizado el método de entrevista para la selección de personal, dan a conocer que realizan evaluaciones psicométricas y de personalidad, el 88% de empresas además utiliza el método de análisis de currículo para la selección, como también el 88% de las empresas utiliza el método de evaluación de capacidades y habilidades, un 13% de las empresas menciona que además de otros métodos también utiliza el análisis de la central de riesgos como método, así como también el 13% utiliza la prueba del polígrafo para la selección de personal.

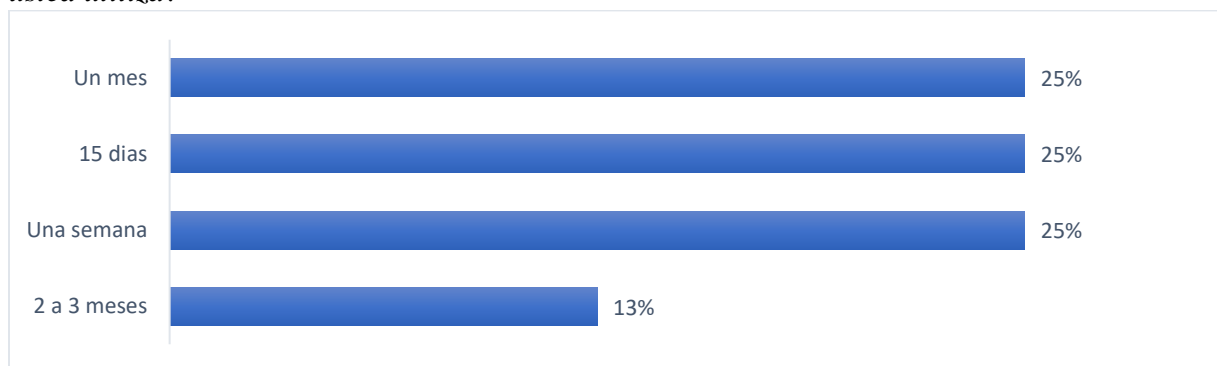
Según Ríos & Alarcón (2018) los tipos de técnicas que se desarrollan en la selección son variadas y se puede observar que se integran técnicas que logran beneficiar al descarte, y de esta forma obtener el candidato correcto para el cargo. En las pruebas aplicadas se resaltan las condiciones de salud, de la mente, emocional, psicológica; estas pruebas ayudan a escoger al candidato que logre desenvolver sus tareas bajo presión y velocidad. Similares investigaciones

realizaron Heredia et al. (2020) quienes afirma que las técnicas de selección aplicadas para elegir al personal presentan que las organizaciones ecuatorianas prefieren hacer pruebas, las medianas y empresas pequeñas optan por la evaluar competencias y entrevistas. Del mismo modo las organizaciones aplican exámenes psicométricos y de personalidad, se hallan las técnicas de simulación, los casos prácticos y se utilizan pruebas de entendimiento. Además Cañarejo (2016) asimila que el personal de la organización estima que se necesita la aplicación de pruebas para el personal que ingrese a la organización. Al ingresar a una organización la mayor parte del personal menciona no haber recibido una evaluación de sus conocimientos, destrezas y capacidades lo que muestra que numerosas organizaciones poseen falencias en la selección y reclutamiento del personal (Suarez et al., 2021).

De acuerdo con los resultados se da a entender que los métodos que utilizan las empresas son variados pero los que prefieren todas las empresas es las entrevistas de trabajo, así como también las evaluaciones psicométricas y de personalidad.

Figura 13.

¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de personal que usted utiliza?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 25% de las empresas menciona que tiene la duración de un mes el proceso de reclutamiento y selección de personal que utiliza, así como el 25% de empresas menciona que el

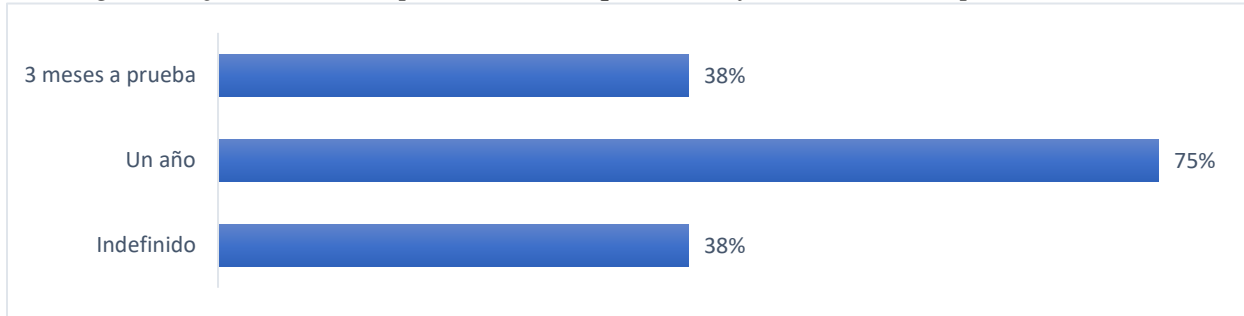
tiempo de duración de los procesos es de 15 días, mientras que el 25% de empresas tarda una semana en la realización de los procesos de reclutamiento y selección, y un 13% de las empresas menciona que de 2 a 3 meses se demoran estos procesos.

Según los resultados se analiza que tiene concordancia con lo expuesto por Espilco (2018) el cual menciona que la aplicación de la metodología del reclutamiento 2.0 en los procesos dio a conocer que con la utilización de las redes sociales el tiempo promedio usado para el reclutamiento y selección del individuo adecuado es de 17 días comparado con el método tradicional que tardo un periodo promedio de 28 días. De igual forma Heredia et al. (2020) explica que, con relación a la duración del tiempo de selección de personal, los datos indican que en las organizaciones tardan más de 2 semanas; las medianas y empresas pequeñas seleccionan en 2 semanas a su personal y las microempresas seleccionan a su personal en una semana. Las organizaciones muestran una eficiencia de tiempo de contestación a las demandas de trabajo desarrolladas debido a que el personal manifestó haber recibido contestación en un tiempo de 1 a 15 días (Suarez et al., 2021).

De acuerdo con los datos recopilados y los resultados obtenidos por otros autores, el proceso de reclutamiento y selección de personal tiene una duración promedio de alrededor de 15 días de acuerdo con la dinámica actual de las empresas, esto dependiendo del puesto y los puestos a ser cubiertos.

Figura 14.

Por lo general ¿cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece a un nuevo personal?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 75% de las empresas menciona que ofrece por el periodo de un año de duración el contrato de un nuevo personal, así como también el 38% de estas empresas menciona que ofrece 3 meses a prueba de permanencia en la institución, y un 38% ofrece contratos a tiempo indefinido para el personal nuevo.

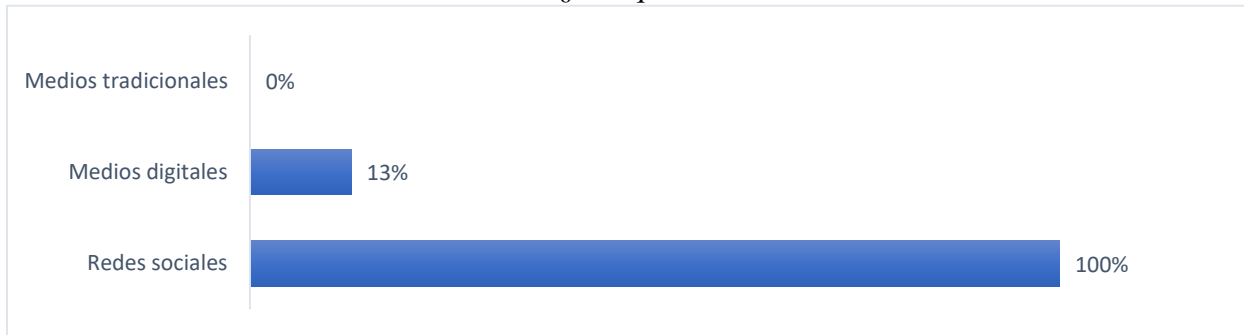
Según Luna et al. (2020) para la sostenibilidad de la producción está establecido el Contrato Particular Emergente, con tiempo determinado con maneras de trabajo emergentes. Esta clase de contrato tiene la duración de no más de un año, con la facultad de culminar por plazo cumplido o de forma unilateral en cualquier tiempo del contrato. Contrato a tiempo indefinido no posee un plazo fijo predeterminado para su terminación (Flores et al., 2018). El departamento de recursos humanos, que quiere reducir el índice de rotación del trabajador que en poco tiempo ingresa a la organización prefiere el contrato a tiempo determinado el cual tiene un periodo de prueba que una vez que se festeja por primera ocasión, tiene una duración máxima de noventa días. Vencido este plazo, automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por el tiempo que faltare para terminar el año. Tal contrato no va a poder celebrarse sino una sola vez (Jami, 2019). A las organizaciones no les fascina tener personal nuevo todos los años ya que tienen que estar enseñando nuevamente las labores del puesto debido a que esto no produce confianza al

encargado del área; por esta razón se tiene que escoger un óptimo proceso de reclutamiento para previa selección y contratación de personal si de esta forma se lo quiere (Quiroz, 2019).

Calidad

Figura 15.

Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal por los métodos tradicionales o a través de redes sociales? ¿Por qué?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 100% de las empresas entrevistadas menciona que prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales, mientras que el 13% menciona que también utiliza otros medios digitales para la realización de estos procesos, y ninguna de las empresas utiliza ya los métodos tradicionales.

Espilco (2018) menciona que las redes sociales son cada vez más utilizadas por las organizaciones, puesto que posibilita conocer sobre el perfil profesional y personal del candidato, adicionalmente sugiere varias de sus ventajas que son velocidad para lograr candidatos que cumplan con el perfil buscado, disminuyendo precios en el proceso y poder segmentar la demanda. El personal de las organizaciones prefiere la utilización de una agencia de empleos para ser convocado a una oferta de trabajo, así como también por las redes sociales. Esta preferencia podría tomarse como una posibilidad para reducir tiempo en la selección del personal y captar personal más correcto con el perfil que busca la compañía para definida vacante (Suarez

et al., 2021). Se aplica el reclutamiento clásico en los cargos administrativos, además se usa mucho al personal interno por la confianza que producen en la organización, mientras que el reclutamiento en línea se lo aplica para tener una pluralidad de postulantes para un cargo específico con menores precios. Buscan personal externo para puestos de trabajo que no requieren de tanta tarea (Quiroz, 2019).

Figura 16.

¿Qué tan eficiente cree usted que es el proceso de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 75% de las empresas entrevistadas menciona que es muy eficiente el proceso de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales, mientras que el 13% cree que es eficiente el uso de las redes sociales para estos procesos, el 13% de las empresas cree que es poco eficiente el uso de las redes sociales para el reclutamiento y selección de personal, y además un 13% de las empresas menciona que para ser totalmente eficiente el proceso de reclutamiento y selección de personal se necesita una entrevista personal.

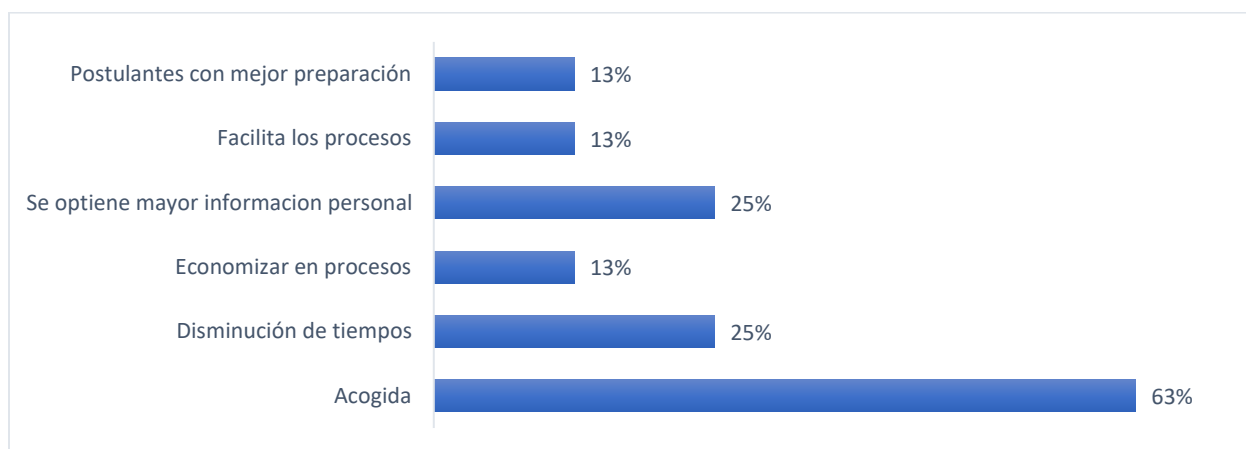
Los resultados van de acuerdo con Sánchez (2016) el cual ha determinado que los instrumentos virtuales que utilizan las empresas son eficientes debido a que les permite apresurar en tiempos los procesos tanto de reclutamiento como de selección. El aumento de la tecnología, el internet y demás artefactos tecnológicos que recaen de manera directa en el área de

los recursos humanos, dio paso a oportunidades significativas para las organizaciones con la intención de acelerar y hacer más eficientes los procesos de incorporación de su personal (García et al., 2016). Los procesos de selección son eficaces, en tanto que puedan integrar personal con propiedades y cualidades deseadas por la organización, para que en un futuro logren ser incluidos a los procesos formativos de la compañía, a fin de conservar y potenciar los niveles de manejo, en miras al desarrollo eficiente del capital humano (Agreda, 2016). Los trabajadores piensan que, en la actualidad, el proceso de reclutamiento y selección de personal es muchísimo más eficiente, puesto que tienen la posibilidad de enterarse a enorme proporción de ofertas laborales en poco tiempo y de forma fácil; inclusive, pueden entrar a propuestas en otras localidades o territorios (Laguna, 2017).

Según los resultados de la investigación y el análisis de otros autores, se obtiene que las redes sociales son bastante eficientes de acuerdo con el rendimiento que tienen en los procesos de reclutamiento y selección de personal.

Figura 17.

¿Cuáles cree usted que son los aspectos positivos del uso de las redes sociales para el proceso de captación y selección de personas?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 63% de las empresas manifiesta que la acogida es uno de los principales aspectos positivos del uso de las redes sociales para la captación y selección de personal, el 25% de igual forma cree que la disminución de tiempos también es un aspecto positivo, así como el 25% de las empresas piensa que se obtiene mayor información personal con el uso de las redes sociales para estos procesos, el 13% de las empresas menciona que un aspecto positivo también lo es el economizar los procesos, así como el 13% cree que facilita los procesos, y además el 13% menciona que se obtienen postulantes con mejor preparación.

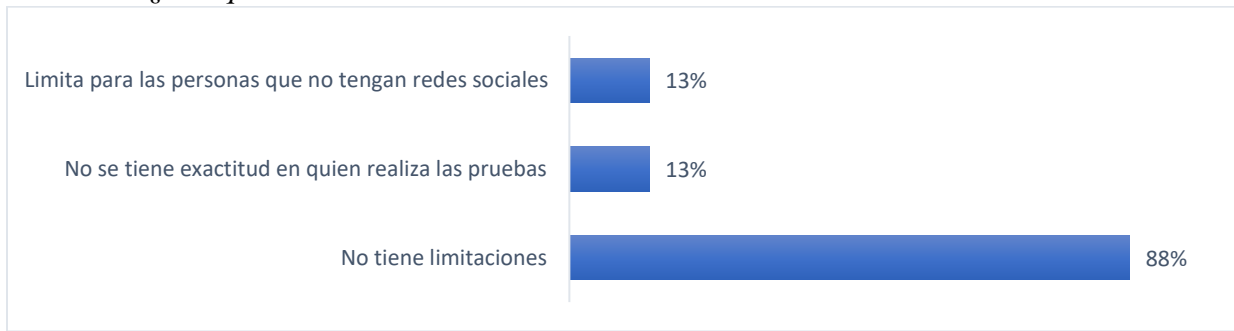
En el análisis de Espilco (2018) menciona que las redes sociales contribuyen en puntos bastante positivos para la compañía, lo que crea que en la actualidad muchas empresas utilicen este medio como una forma de reclutamiento de personal, además que la compañía use un perfil social para la administración de sus procesos le ofrece un mejor posicionamiento en el mercado, además que los beneficios no únicamente se reflejan en la parte externa sino además de forma interna. En la actualidad se puede mirar que la utilización de las redes sociales ha influido positivamente en el proceso de selección, así como lo hicieron los otros medios de reclutamiento. Por consiguiente, las redes sociales son un instrumento fundamental, debido a que son usadas en la mayor parte de procesos para difundir las plazas vacantes a un público muchísimo más extenso y posibilita llegar al ingenio anhelado en la situación de plazas concretas al giro de las organizaciones, o sea, se hallan perfiles que en los otros medios de reclutamiento son imposibles de descubrir (Donis, 2016). Para los procesos de reclutamiento de personal, las redes sociales son confiables, debido a que facilitan la captación de candidatos y se hallan perfiles de toda clase. En la situación de Facebook es positiva para puestos operativos, específicos y atípicos, o sea perfiles que no son sencillos de lograr por los otros medios de reclutamiento. Sin embargo, LinkedIn es

positiva para la captación de puestos expertos como jefaturas, gerenciales y que necesitan más vivencia (Agreda, 2016).

Según los resultados y la inferencia de otros autores, el uso de las redes sociales tiene varios aspectos positivos de los cuales destaca la acogida que tiene por las personas que están buscando trabajo.

Figura 18.

¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección? ¿Por qué?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 88% de las empresas entrevistadas mencionan que las redes sociales no limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de personal, mientras que un 13% menciona que se limitan estos procesos para las personas que no tienen redes sociales, y además un 13% mencionan que no se podría tener una exactitud de que las personas a ser captadas son las mismas que realizan las pruebas utilizadas en los procesos de reclutamiento y selección.

Según García et al. (2016) la utilización de las redes sociales a lo largo de los procesos de reclutamiento y selección muestra monumentales desafíos, ya que todavía hay relevantes restricciones como la adaptabilidad de los individuos a la tecnología y en su utilización que están afectando la captación de personal cualificado, generando implicaciones en la productividad organizacional. En la situación de hacer un mal uso o no hacer todos los procesos requeridos nos

puede conllevar a una mala implementación de los recursos que implicará un crecimiento de los costes para la compañía y una más gran implementación del tiempo en el momento de realizar el proceso tanto de reclutamiento como de selección (Gaspar, 2017). Así como las redes sociales vinieron a ser parte del proceso de reclutamiento por la facilidad de comunicación con la población, de igual forma tiene sus desventajas como la enorme proporción de perfiles que tienen la posibilidad de descubrir y que en algunos casos dichos no son verdaderos, lo que afecta en la era estipulado para la conclusión del proceso (Donis, 2016).

Figura 19.

¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de personal? ¿Por qué?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 63% de los entrevistados mencionan que en el futuro todas las empresas utilizarán las redes sociales para realizar los procesos de reclutamiento y selección de personal, mientras que el 50% también mencionan que actualmente la mayoría de las empresas ya utilizan las redes sociales para este fin, mientras que un 25% menciona que en la actualidad ya todas las empresas están utilizando este medio para el reclutamiento y selección de personal.

De acuerdo a los resultados tienen correlación con lo que Hidalgo (2021) expone que es que en el futuro del reclutamiento profesional, las redes sociales juegan un papel bastante

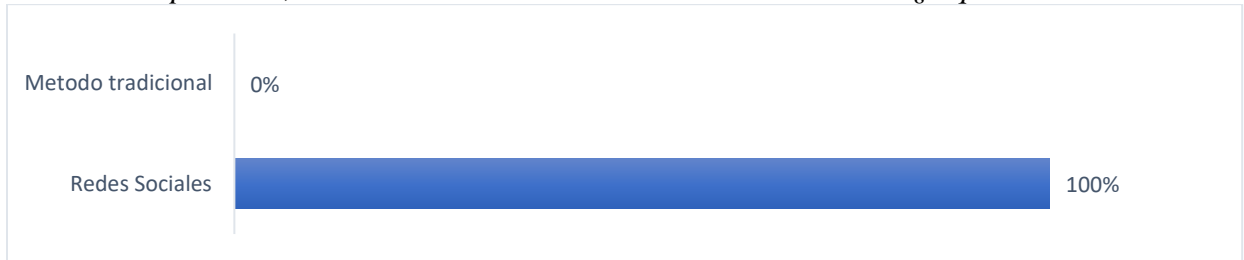
destacado y fundamental, el reclutar mediante las redes sociales implica un ahorro de tiempo y dinero para la compañía, el reclutar por medio de las redes sociales, podría ser productivo para la imagen de la compañía con relación a otras que no lo hagan y el reclutar mediante redes sociales implica más afinidad de los candidatos con el perfil que la compañía busca. Actualmente, es enteramente primordial tener presencia en la web, puesto que es allí donde permanecen las ofertas laborales y las empresas buscan a sus trabajadores. Las organizaciones realizan uso de la red LinkedIn, lo cual sugiere que las redes sociales, en especial las laborales, permanecen teniendo un elevado efecto en las empresas y cada vez está incrementando la utilización de estas para facilitar procesos como el reclutamiento y selección (Laguna, 2017). Asimismo, se concluyó que la utilización de las redes sociales va en incremento y se hacen presentes como herramientas primordiales en los procesos de reclutamiento y selección de las organizaciones, por ello es de mucha trascendencia tener un perfil que sea congruente con la hoja de vida e imagen personal debido a que las redes sociales forman parte de la presentación y revelan de alguna forma la fama social que cada individuo tiene (Donis, 2016).

Tanto los resultados como el análisis de otros resultados de varios autores se infieren que en un futuro todas las empresas utilizaran las redes sociales para la captación de personal, lo cual da un gran potencial a este método para su utilización en las organizaciones.

Rendimiento

Figura 20.

¿Cuál método cree que se desarrolla en el menor tiempo para el proceso de reclutamiento y selección de personal; las redes sociales o los métodos tradicionales? ¿a qué se debe esto?



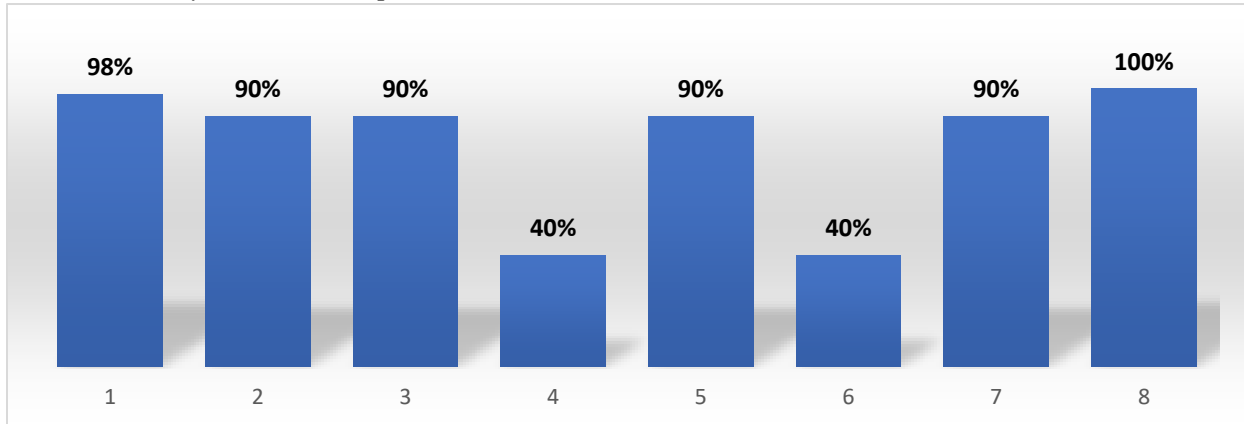
Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

Todas las empresas manifiestan que a través de las redes sociales se amenoran los tiempos para realizar los procesos de reclutamiento y selección de personal, mientras que los medios tradicionales no son una opción en referencia a la disminución de tiempos de los procesos.

Al igual que con la investigación de Espilco (2018) el cual sugiere que realizando uso del reclutamiento por medio de redes sociales el tiempo de llenar una vacante de forma correcta se disminuye en un 50% lo que posibilita que los procesos que están sujetos a esta metodología se logren hacer de una forma más instantánea. Las redes sociales aportan muchas ventajas para el desarrollo de los procesos de selección de personal, como la mejora del tiempo en la captación de candidatos y que estas son gratuitas (Donis, 2016). Las redes sociales integran, entre otros puntos, la usabilidad (interfaz intuitivo), la mejora de los tiempos de contestación, mejora de los conocimientos y habilidades, etcétera (Mababu, 2016).

Figura 21.

Mencione el porcentaje efectividad que ha tenido el uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección de personal



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

La mayoría de las empresas entrevistadas mencionan que por lo general el porcentaje de efectividad que tiene el uso de las redes sociales para los procesos de reclutamiento y selección de personal varía entre un 90% y 100%, mientras que otras empresas mencionan que es solo un 40% el porcentaje de efectividad que tienen estos procesos al ser realizados través de las redes sociales.

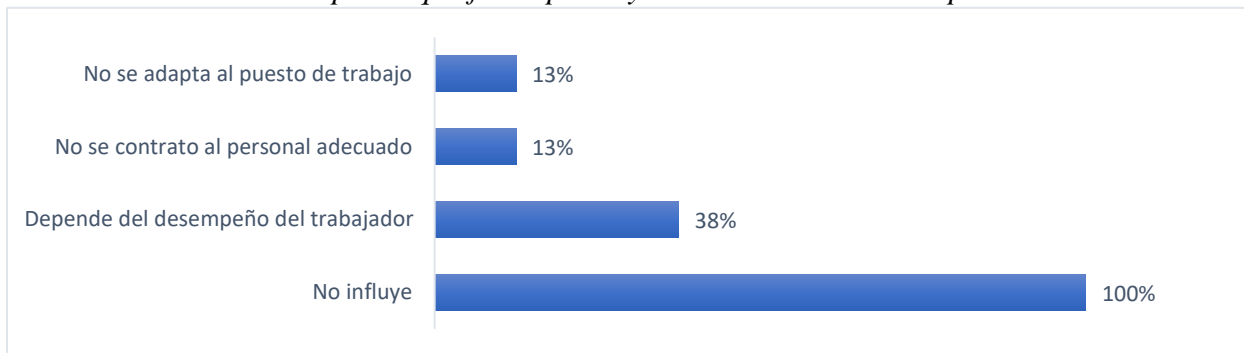
Según Espilco (2018) afirma que la utilización de las redes sociales coopera a que un proceso de reclutamiento de personal sea más efectivo, se demostró con los estudios que existe un menor tiempo para descubrir a el individuo adecuada, más calidad de los curriculums y con un precio menor, lo que no solo produce beneficios para la mejora de los procesos sino además para la imagen de la organización, generando impactos positivos. Se prueba de forma clara que los trabajadores sí piensan que dichos medios son en verdad efectivos y que hallan muchas ventajas en la implementación de los mismos, aseguran que dichos medios son efectivos, que ellos mismos o personas conocidas han podido descubrir trabajo por medio de redes sociales y portales web, agilizando el proceso y haciendo más fácil la comunicación (Laguna, 2017). Las

empresas se han adaptado a los nuevos cambios de la administración de recursos humanos y el uso de las redes sociales, en tal sentido las organizaciones han incorporado estas tecnologías para apurar el proceso de atracción de personal, por tal razón la organización tiene perfiles organizacionales creados en las primordiales redes sociales LinkedIn, Facebook y Twitter (Matos Montero, 2021).

Según los resultados y las similitudes con otras investigaciones, se analiza que las redes sociales tienen un gran potencial de acuerdo a que el nivel de efectividad que se obtiene, dando a entender que para los procesos de reclutamiento y selección de personal es muy efectivo el uso de este medio.

Figura 22.

¿Cree usted que tiene algo que ver que una persona deje de trabajar en la empresa, con el método de reclutamiento por el que fue captado ya sea este tradicional o por redes sociales?



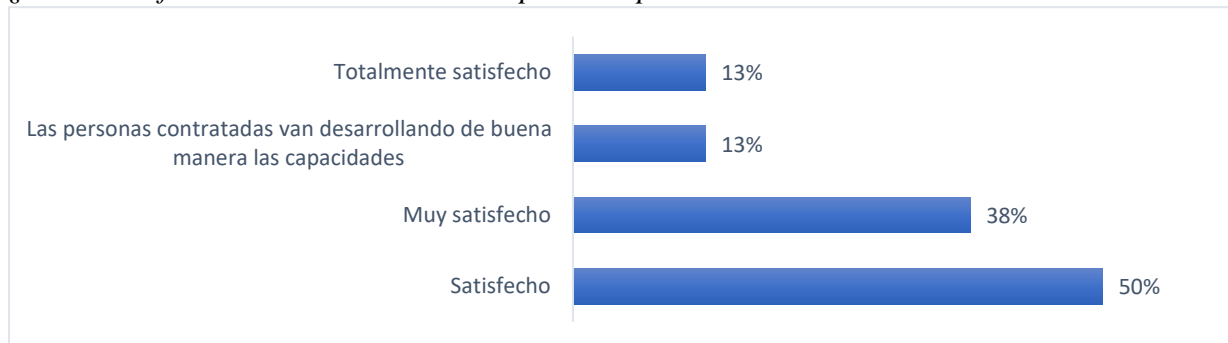
Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 100% de las empresas menciona que el método por el cual es captada una persona para llenar una vacante no influye en la decisión de deserción de un puesto de trabajo, y además 38% mencionan que esto depende del desempeño del trabajador, un 13% de los entrevistados cree que se debe a que no se contrató al personal adecuado y otro 13% mención que se debe a que el nuevo personal no se adapta al puesto de trabajo.

Los resultados concuerdan con la investigación de Aguilar et al. (2018) los cuales comentan que depende de cada individuo el motivo que le lleva a pensar en un cambio de trabajo. Para varios va a ser, ejemplificando, la necesidad de disponer de más oportunidades para realizarse profesionalmente o proyectarse en cualquier puesto alto. Para los demás, en tanto, pasará por un asunto económico o de más beneficios, sueldo emocional. Además Hanze (2020) en relación con la estabilidad de los candidatos contratados menciona que se ha logrado revisar que las contrataciones finalizadas, ha salido de la compañía ya que la permanencia en la organización es temporal y a prueba. Los candidatos no continuaron en el proceso al obtener un criterio desfavorable en los análisis de salud o análisis reputacional, al desertar de forma voluntaria gracias a una mejor oferta gremial o al incumplir con la documentación requerida para la contratación (Sierra, 2018).

Figura 23.

¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del personal contratado a través de redes sociales?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

El 50% de las empresas entrevistadas menciona que se sienten satisfechos con el desempeño del personal contratado a través de redes sociales, mientras que el 38% menciona que se siente muy satisfecho con el personal contratado por este medio, y el 13% menciona que se encuentra totalmente satisfecho con dicho personal, además un 13% menciona que las personas contratadas por redes sociales van desarrollando de buena manera sus capacidades.

Según los estudios realizados por Espilco (2018) muestran que hay personas que al recurrir a la herramienta de las redes sociales reconocen haber quedado satisfechas con los resultados, debido a que les posibilita una gran relación a partir del principio del proceso, les ofrece información complementaria, además se sugiere que se hace uso de estas redes sociales ya que mantienen perfiles actualizados. Es imprescindible una buena planeación de recursos humanos para dar herramientas que permitan satisfacer los requerimientos del personal que logre tener la organización en un futuro cercano, resaltando en la investigación de puestos (Agreda, 2016). Los componentes determinantes para la satisfacción del personal fueron, en primera instancia, el funcionamiento en sus labores, el cual se refiere a la valoración por cuenta propia del valor de las labores que ejecuta, en segundo, el desarrollo personal referido a las oportunidades, desafíos y retos, y, en tercer, las interrelaciones interpersonales, que se traduce como la amena relación con sus colegas (Arroyo, 2019).

Potencial

Figura 24.

¿Existen diferencias de los empleados que han sido contratados al utilizar redes sociales con los contratados por métodos tradicionales? ¿Cuáles son?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

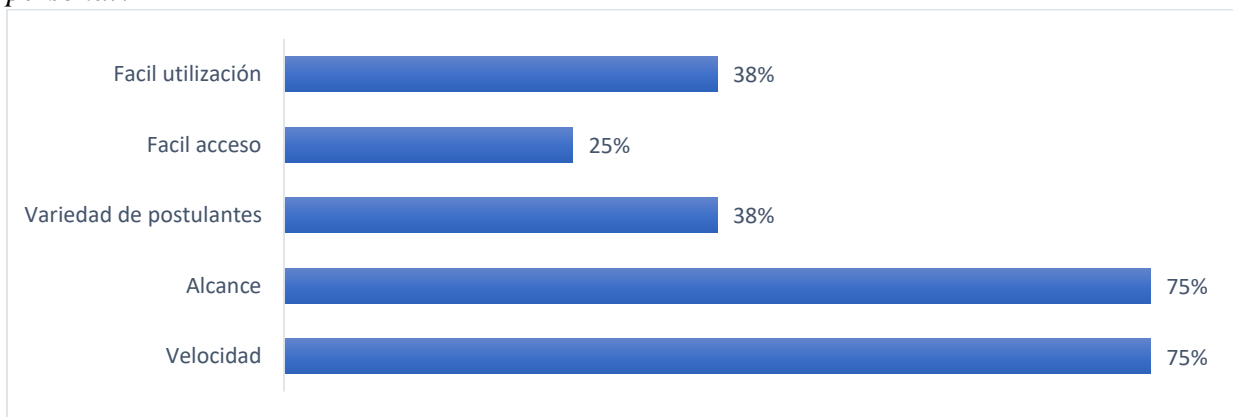
El 63% de los entrevistados menciona que no existen diferencias entre las personas contratadas por redes sociales con los contratados por métodos tradicionales, el 13% menciona

que varía en la edad del postulante, y el 13% también menciona que de la forma tradicional son personas referidas por otras personas.

A diferencia con los resultados de la investigación de Hanze (2020) en la cual se menciona que el rango de edad es la exclusiva diferencia que se puede denotar en los empleados, permanecen distribuidos en numerosas generaciones como lo son los centennials (nacidos desde 1997), millennials (nacidos entre 1980 y 1996) y la generación X (personas nacidas a partir de 1965 hasta 1979). Las organizaciones para poder tener liderazgo y competitividad deben apostar por el cambio y necesitan contratar personal con creatividad y novedad (Valeriano, 2021). Las redes sociales son novedosas fuentes de reclutamiento muchísimo más eficientes que las utilizadas hasta ahora y otorgan óptimos empleados en un menor tiempo (Donis, 2016).

Figura 25.

¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de personal?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

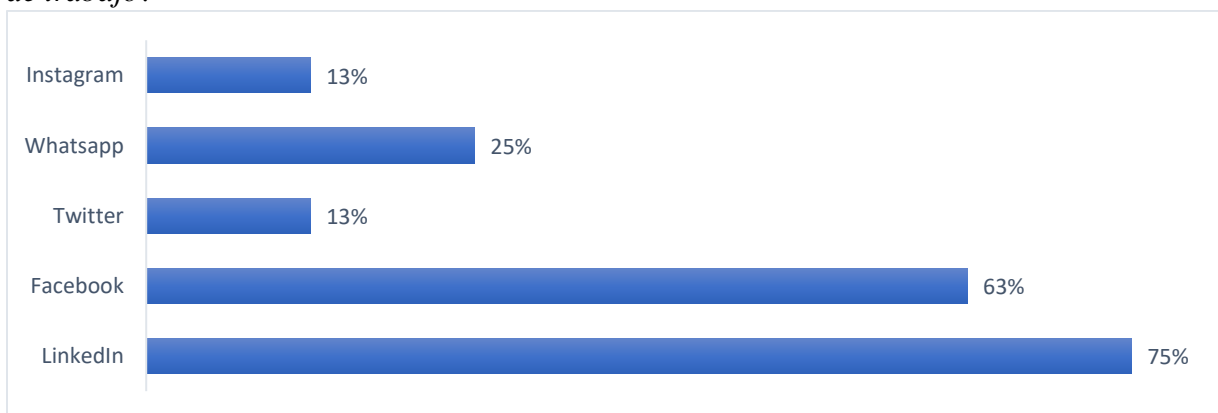
El 75% de las empresas entrevistadas menciona que las redes sociales ayudan a que se realice con mayor rapidez el proceso de reclutamiento y selección de personal, además mencionan que también se puede alcanzar un mayor número de personas, el 38% menciona que

también existe una variedad de postulantes y que facilita la utilización de los procesos, y el 25% también menciona que es más fácil acceder a estos procesos por medio de las redes sociales.

De igual forma Sánchez (2016) menciona en sus resultados de investigación que los instrumentos virtuales influyen de manera positiva en los procesos de reclutamiento de personal permitiéndoles a las organizaciones apresurar procesos para convocar personal. Concluyendo que las redes sociales se han vuelto parte de los instrumentos virtuales que influyen de manera positiva en los procesos de reclutamiento y selección de personal de las organizaciones debido a que posibilita una más grande difusión y no poseen precio mayormente. La virtud primordial de hacer uso de los medios en línea en el proceso de reclutamiento y selección de personal es que, el puesto tiene la posibilidad de adquirir un gran número de hojas de vida en poco tiempo (Laguna, 2017). Otra de los beneficios que se recibe por la utilización de las redes sociales es que se puede entrar en contacto con personas en otras zonas o inclusive en otros territorios, en la situación de desarrollar un proceso en otra zona (Donis, 2016).

Figura 26.

¿Considera que reclutando a través de cualquier red social se obtiene el mismo resultado o considera que una es más efectiva que las demás al momento de buscar candidatos a un puesto de trabajo?



Nota. Valores porcentuales obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

Se determina que para el proceso de reclutamiento y selección de personal la red social más utilizada es LinkedIn con un 75%, a demás también el 63% de las empresas entrevistadas utilizan para este fin Facebook, otra de las redes sociales que son usadas para estos procesos es WhatsApp por un 25% de las empresas, y el 13% de las empresas además de las anteriores redes sociales también utiliza Twitter e Instagram para este fin.

Los resultados concuerdan con lo que expresa Mababu (2016) en su investigación, el cual comenta que LinkedIn es la red social que más usan para descubrir y entrar en contacto con los potenciales candidatos que podrían interesar a la compañía. La mayor parte opina que LinkedIn, además de dar diferentes oportunidades para el reclutamiento y selección de candidatos, da un abanico extenso de maneras que optimización el perfil de la compañía como empleador. Se puede mirar que LinkedIn, la página web de las empresas, Computrabajo y Elemplo.com son los medios más comunes, lo cual prueba una profunda tendencia de los individuos al uso de las plataformas web y de las novedosas tecnologías de información y comunicación puesto que descubren en ellas una gigantesca facilidad para hallar inmediatamente ofertas laborales y los ven como medios efectivos para instruirse y contactarse con las empresas (Laguna, 2017). Se indicó que, en Facebook, se tiene más grande independencia para las publicaciones y el contacto con la población. LinkedIn, sin embargo, tiene la elección de aguardar la contestación de la comunicación con los candidatos, no obstante, las organizaciones tienen la posibilidad de invertir en ella para que la captación sea mucho mejor y la comunicación con los individuos sea rápida. (Donis, 2016).

Figura 27.

De acuerdo con su experiencia ¿qué iniciativa o idea podría usted aportar para que el reclutamiento a través de redes sociales tenga mayor aceptación y que además permita que sus resultados sean más efectivos?

Optimizar la publicación
Oportunidad de ingresar directamente los datos
Brindar mayor accesibilidad
Realizar entrevistas más profundas personalmente
Ampliar la implementación en redes sociales
Captación más ágil
No limitar en experiencia
Colocar requisitos claros
Poner filtros necesarios
Utilizar las redes sociales más conocidas
Revisión de referencias laborales
Dar mayor oportunidad a las redes sociales

Nota. Datos obtenidos tras la codificación de las entrevistas.

Las personas entrevistadas manifiestan que para que las redes sociales tengan mayor aceptación y permitan mejores resultados en el proceso de reclutamiento y selección deben optimizar la publicación de las vacantes, tienen que facilitar el ingreso directamente de los datos, también debe brindar mayor accesibilidad, se debe poder realizar entrevistas más profundas personalmente; además manifiestan que los reclutadores al utilizar las redes sociales para el reclutamiento y selección de personal deben implementar una captación más ágil, no limitarse en la experiencia que poseen los postulantes, colocar claramente los requisitos, poner la cantidad de filtros necesarios, revisar las referencias laborales y dar una mayor oportunidad a la implementación del uso de las redes sociales.

Descripción de resultados

La ***calidad en los procesos*** se analiza en la dinámica actual ya que el 75% de los entrevistados manifiesta que el incumplimiento de requisitos es el principal problema que tienen al momento de llenar una vacante, de igual forma el 50% explica que las personas reclutadas cumplen las expectativas que tienen en cuanto a las capacidades y aptitudes, además mencionan que entre un 100%, 95% y 80% de sus expectativas ha sido cumplido.

Según Novella et al. (2019) el principal problema es la carencia de habilidades y de capacidades socioemocionales de los buscadores de trabajo, inclusive la carencia de formación académica y técnica representa un problema fundamental. Incluso Espilco (2018) menciona que los curriculums cumplen con el perfil requerido al hacer uso del reclutamiento a través de las redes sociales a comparación de un reclutamiento tradicional en donde en menor porcentaje cumplen con el perfil solicitado. Agreda (2016) dice que principalmente, el éxito en las empresas está ligado al reclutamiento de individuos capaces y con elevados niveles de motivación hacia el trabajo. Además Gómez (2019) comenta que se ha tenido presente a los porcentajes más elevados, en la magnitud reclutamiento, y se ha podido establecer que algunas veces el personal cumple con las expectativas de las organizaciones.

Según el análisis de resultados y las investigaciones similares se da a entender que el principal problema para llenar una vacante es que los postulantes no cumplen con los requerimientos para el puesto de trabajo, de igual forma los puntos de vista son diferentes en el cumplimiento de las expectativas que tienen sobre las capacidades y aptitudes de las personas que se presentan al proceso de captación, pues mencionan que la mayoría si cumplen con sus expectativas, mientras otros mencionan que no las cumplen. Por lo que da a entender que la calidad del proceso se ve afectado lo cual no permite encontrar al personal idóneo pues se desea

obtener que los postulantes cumplan con un mínimo de capacidades y aptitudes requeridas para un puesto de trabajo.

El *rendimiento que tienen las redes sociales* en los procesos se identifica ya que el 75% de las empresas entrevistadas menciona que es muy eficiente el proceso de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales. Al igual que el 63% de las exponen que la acogida es uno de los principales aspectos positivos del uso de las redes sociales para la captación y selección de personal. De igual forma el 88% de las empresas entrevistadas mencionan que las redes sociales no limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de personal

Los resultados van de acuerdo con García et al. (2016) en el aumento de la tecnología, el internet y demás artefactos tecnológicos que recaen de manera directa en el área de los recursos humanos dio paso a oportunidades significativas para las organizaciones con la intención de acelerar y hacer más eficientes los procesos de incorporación de su personal. En el análisis de Espilco (2018) menciona que las redes sociales contribuyen en puntos bastante positivos para la compañía, lo que crea que en la actualidad muchas empresas utilicen este medio como una forma de reclutamiento de personal, además que la compañía use un perfil social para la administración de sus procesos le ofrece un mejor posicionamiento en el mercado, además que los beneficios no únicamente se reflejan en la parte externa sino además de forma interna. Así como las redes sociales vinieron a ser parte del proceso de reclutamiento por la facilidad de comunicación con la población, de igual forma tiene sus desventajas como la enorme proporción de perfiles que tienen la posibilidad de descubrir y que en algunos casos dichos no son verdaderos, lo que afecta en la era estipulado para la conclusión del proceso (Donis, 2016).

Según los resultados de la investigación y el análisis de otros autores, se obtiene que las redes sociales son bastante eficientes de acuerdo con el rendimiento que tienen en los procesos de reclutamiento y selección de personal, además que tienen varios aspectos positivos los cuales no tienen comparación con los métodos tradicionales. Las redes sociales no son un limitante para el uso de los procesos de captación de personal, pero si tiene varios puntos en los cuales podrían mejorar este método. Por lo tanto, el uso de las redes sociales para los procesos de reclutamiento y selección de personal tiene un rendimiento óptimo el cual se destaca de otros métodos.

El *potencial del uso de redes sociales* en los procesos de captación se caracteriza ya que el 63% de los entrevistados mencionan que en el futuro todas las empresas utilizarán las redes sociales para realizar los procesos de reclutamiento y selección de personal. De igual forma todos los entrevistados exponen que a través de las redes sociales se disminuyen los tiempos para realizar estos procesos. Finalmente, la mayoría de los entrevistados mencionan que por lo general el porcentaje de efectividad que tiene el uso de las redes sociales para los procesos de reclutamiento y selección de personal varía entre un 90% y 100%

De acuerdo a los resultados tienen correlación con lo que Hidalgo (2021) expone que es que en el futuro del reclutamiento profesional, las redes sociales juegan un papel bastante destacado y fundamental, el reclutar mediante las redes sociales implica un ahorro de tiempo y dinero para la compañía, el reclutar por medio de las redes sociales, podría ser productivo para la imagen de la compañía con relación a otras que no lo hagan y el reclutar mediante redes sociales implica más afinidad de los candidatos con el perfil que la compañía busca. Donis (2016) menciona que las redes sociales aportan muchas ventajas para el desarrollo de los procesos de selección de personal, como la mejora del tiempo en la captación de candidatos y que estas son gratuitas. Según Espilco (2018) afirma que la utilización de las redes sociales coopera a que un

proceso de reclutamiento de personal sea más efectivo, se demostró con los estudios que existe un menor tiempo para descubrir a el individuo adecuada, más calidad de los curriculums y con un precio menor, lo que no solo produce beneficios para la mejora de los procesos sino además para la imagen de la organización, generando impactos positivos.

Según los resultados y las similitudes con otras investigaciones, se infiere que en un futuro todas las empresas utilizaran las redes sociales para la captación de personal, además amenoran los tiempos que son utilizados en los procesos de reclutamiento y selección de personal siendo bastante efectivas para encontrar al personal idóneo. Por lo tanto, las redes sociales tienen el potencial para seguir siendo utilizadas por las empresas.

Logro de los objetivos planteados

El *primer objetivo específico* se alcanzó a través de la interpretación y análisis de las preguntas de la variable reclutamiento y selección de personal donde se pudo analizar la dinámica actual del manejo de estos procesos en las empresas con presencia digital de la ciudad de Ibarra.

El *segundo objetivo específico* se alcanzó mediante la identificación e interpretación de las preguntas de la variable eficiencia organizacional en la dimensión de rendimiento donde se logró identificar la eficiencia, beneficios y limitaciones sobre el uso de las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal.

El *tercer objetivo específico* se alcanzó mediante la caracterización de las preguntas de la variable eficiencia organizacional en la dimensión de potencialidad donde se logró identificar la efectividad y desempeño que tienen las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal.

Limitaciones y alcance de la investigación

No se tuvieron limitaciones en el desarrollo de la presente investigación, puesto que se contó con los datos suficientes, además de la cooperación y apertura de las empresas que formaron parte del objeto de estudio, que facilitó la recopilación y análisis de la información.

El presente estudio es de alcance descriptivo ya que aporta conocimiento describiendo acerca de los procesos para reclutamiento y selección de personal de forma virtual, contribuyendo a futuras líneas de investigación afines.

Capítulo IV. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- En la actualidad la dinámica que manejan las empresas en los procesos de reclutamiento y selección de personal está más enfocada a ser realizada a través de medios digitales los cuales facilitan varios aspectos por lo cual la totalidad de las empresas manifiestan que utilizan las redes sociales (100%) como el principal medio de difusión de ofertas de empleo. Al analizar el tipo de reclutamiento que prefieren las empresas para cubrir un puesto vacante se obtuvo que dan prioridad al personal interno (88%). Para el proceso de selección de candidato todas las empresas utilizan el método de la entrevista (100%) así como también el método de evaluaciones psicométricas y de personalidad, además de estos métodos varias empresas también complementan el proceso con el análisis de currículum (88%) y la evaluación de capacidades. El tiempo que se demoran los procesos de reclutamiento y selección de personal en ser realizados van desde una semana, 15 días, hasta un mes dependiendo de la vacante y la cantidad de vacantes a ser cubiertas.
- Para identificar el rendimiento que tiene el uso de las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal, se toma en cuenta el nivel de eficiencia en las empresas, a lo cual se determinó que en su gran mayoría creen que es muy eficiente (75%) la utilización de este medio digital para la captación de personal. Además se toma en cuenta los aspectos positivos con lo que cuentan estos procesos a través de la virtualidad como lo son la acogida que tiene por parte de los postulantes (63%), la disminución de tiempos, la obtención de más información de los candidatos, además se economizan los procesos, así como también los vuelve más fáciles de utilizar, y por último se obtienen postulantes con mejor

preparación; estos son los aspectos positivos que se identifican. De igual forma se identifica que las redes sociales no limitan ninguno de estos procesos (88%).

- Al caracterizar el potencial que tiene el uso de las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal, se puede analizar que en un futuro todas las empresas utilizaran este medio para dicho fin (63%). Varía entre un 90% y 100% el porcentaje de efectividad que tienen los procesos de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales. En vista de que es muy útil porque disminuyen y optimizan los tiempos (100%) dando mayor rapidez, también logra alcanzar un mayor y variado número de personas, lo cual hace que sea más fácil de utilizar y acceder. Las empresas incluso se sienten bastante satisfechas con el desempeño del personal contratado a través de redes sociales, y consideran que las redes sociales más utilizadas para este fin son LinkedIn (75%) y Facebook (63%).
- Por lo tanto, las redes sociales cumplen un papel muy importante en el desarrollo de los procesos de reclutamiento y selección de personal, brindando el apoyo suficiente y necesario para la mejora de estos, al ser una herramienta virtual tiene el potencial de mantenerse como principal método de captación de personal por mucho tiempo, dando facilidad en la utilización tanto para los postulantes como para los encargados del funcionamiento de los procesos.

Recomendaciones

- Actualmente la utilización de las redes sociales para el reclutamiento y selección de personal no se encuentra totalmente optimizado, ya que existe una gran cantidad de redes sociales destinadas para diferentes fines y no observan la necesidad que tienen las personas al momento de captar personal. Para los reclutadores es difícil obtener la información necesaria para captar al personal idóneo, por lo cual implementan más métodos para el proceso de

selección, es necesario dentro de las redes sociales la introducción de campos aún más detallados para obtener la información completa del postulante, así como también mostrar la cantidad y el tipo de procesos por los cuales haya pasado así como los resultados obtenidos anteriormente, facilitando el conocimiento de las habilidades que posee el postulante.

- Para maximizar el rendimiento al momento de reclutar y seleccionar personal, los reclutadores deben tomar en cuenta una captación más ágil, sin demorar tanto los procesos, así como también no limitarse a la experiencia que poseen los postulantes, sino más bien en las habilidades que posee, también deben colocar claramente los requisitos que se necesitan para el proceso, y colocar la cantidad necesaria de filtros de selección del personal, basándose en el puesto vacante que se desea llenar.
- Con la llegada de la tecnología las empresas deben mantenerse actualizadas en cuanto a los procesos y los medios que son utilizados para satisfacer las necesidades que tiene la misma empresa. La utilización de las redes sociales crea un gran potencial en los procesos de reclutamiento y selección de personal pues estos van en aumento, por lo tanto, las empresas deben dar la oportunidad necesaria a este medio para captar personal y no aferrarse a los medios tradicionales que cada vez van pasando de moda y llegan a ser obsoletos en la actualidad. Las nuevas generaciones muestran aceptación por la facilidad que las redes sociales brindan al momento interactuar con otros, a la vez que les da un campo las amplio de oportunidades de empleo.

Bibliografía

- Acuña, J., & Quinto, R. (2018). *Diagnóstico de la aplicación de la teoría del clima organizacional de Likert como predictor del desempeño de los trabajadores de la industria "La Fabril"*. AUTORES. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Agreda Arteaga, S. (2016). Nuevos retos en el reclutamiento y selección de personal: perspectivas organizacionales y divergencias éticas. *Universidad Mariana, Boletín Informativo*, 1(2389–8127), 66–74. <http://www.umariana.edu.co/ojs-editorial/index.php/BoletinInformativoCEI/article/view/924/849>
- Aguilar, M., Carranza, N., & González, D. (2018). *Gestión del talento humano: Calidad de vida laboral*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Aguilera, G., Nahuat, J., & Badillo, O. (2019). Reclutamiento y selección por competencias: empresas familiares del Estado de Coahuila. *Mercados y Negocios*, 40(1665–7039). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- Álvarez, E. (2007). Decisiones de hacer o comprar en el ámbito de los sistemas de información una aproximación desde la teoría de recursos y capacidades. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa*, 31, 223–248.
- Aparicio, O., Ostos, O. L., & Cortés, M. (2019). Redes sociales, tejidos de paz. *Hallazgos*, 16(1794–3841), 17–25. <https://doi.org/10.15332/2422409x.4999>
- Arroyo, A. (2019). Clima organizacional y satisfacción laboral del personal administrativo de UPAO, Piura. *Ciencia y Negocios*, 1(2706–5413). <https://doi.org/10.22497/Cien.yNeg.011.01106>
- Aucay Piedra, E., & Herrera Torres, P. (2017). Nivel de uso de las redes sociales en el proceso de comunicación en las MIPES de Cuenca. *Retos*, 7(14), 81. <https://doi.org/10.17163/ret.n14.2017.04>
- Ávila, J. (2012). *Redes sociales y análisis de redes* (Azul y Violeta Editores Ltda, Ed.). www.azulyvioletaeditores.com
- Baladán, D. F. (2016). *Nuevas manifestaciones del relacionamiento laboral: laborales en la economía colaborativa*. 143–155.
- Baque, Y., & Cevallos, Y. (2017). *Estudio del proceso de reclutamiento, selección y contratación del personal para el área de producción de la empresa sajador s.a., y su incidencia en el nivel de productividad del año 2016*. Universidad de Guayaquil.
- Benavides, D., & Salmerón, J. (2016). *Gestión de recursos humanos: Planeación para llevar a cabo el Proceso de Capacitación e Higiene y seguridad ocupacional del recurso humano en la empresa*. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.
- Bolaños, Á. D. (2020). Eficacia y eficiencia en los procesos de reclutamiento y selección de personal. *Revista Biumar*, 2539–0716, 134–146.

- Bourne Tumbaco, N. R. (2018). Redes sociales como fuente de reclutamiento para las áreas de Recursos Humanos. *Psicóloga Organizacional, Universidad Católica Santiago de Guayaquil Espíritu Santo*.
- Cañarejo, B. (2016). *Elaboración de un manual de reclutamiento y selección de personal para el área de producción de la empresa aerostarsabco s.a y contar con una herramienta adecuada que permita obtener un personal idóneo con actitud, aptitud y habilidades, el cual se realizará en el distrito metropolitano de Quito en el periodo 2016*. Instituto Tecnológico Superior Cordillera.
- Cañon Cuervo, R. E. (2020). *Importancia de la gestión tecnológica en procesos de selección de personal en una organización*. Universidad Militar Nueva Granada.
- Cantor Silva, M. I., Pérez Suárez, E., & Carrillo Sierra, S. M. (2018). Redes sociales e identidad social. *Aibi Revista de Investigación, Administración e Ingeniería*, 6(2), 75–83. <https://doi.org/10.15649/2346030x.477>
- CEPAL. (2018). *La nueva revolución digital*.
- Chavez, K., & Robles, M. (2016). Tendencias actuales en las organizaciones de reclutamiento de personal como elemento potenciador del sector químico. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 1856–6189, 324–334.
- Chiavenato, I. (2011). Administración de Recursos Humanos. In *McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.: Vol. Novena edición* (Novena). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Cordero Gutiérrez, R., & Lahuerta Otero, E. (2018, March 23). Redes sociales un antes y un después en el comportamiento humano. *Telos*.
- Díaz Iglesias, S., Prado Román, A., & Paz Gil, I. (2017). Nuevas formas de búsqueda de empleo en redes sociales. *Revista de Estudios de Juventud*, 118, 33–48. http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/2._nuevas_formas_de_búsquedas_de_empleo_en_redes_sociales.pdf
- Díaz Parrales, S. V. (2019). *Implementación de un método de reclutamiento masivo a través de las redes sociales dentro de Adecco Group seccional Bucaramanga*. Universidad Pontificia Bolivariana.
- Donis, A. (2016). *Percepción de un grupo de expertos en recursos humanos, sobre la dotación de personal a través de redes sociales para fortalecimiento del proceso de reclutamiento y selección, en una empresa dedicada al periodismo, ubicada en la zona uno de la ciudad de Guatemala*. Universidad Rafael Landívar.
- Espilco, I. (2018). *Eficiencia de la metodología de reclutamiento 2.0 comparado con un reclutamiento tradicional en una universidad de Lima metropolitana - 2016*. Universidad de San Martín de Porres.

- Fierro, E., & Mercado, P. (2012). *La innovación organizativa y sus predictores desde la Teoría de Recursos y Capacidades*.
- Flores, J. (2016). Estrategias para mejorar el proceso de reclutamiento y selección de personal en la Dirección de teleinformática de la gobernación del estado Mérida. *Sapienza Organizacional*, 3(5), 79–102. <https://www.redalyc.org/journal/5530/553057362005/html/>
- Flores, J., Flores, M., Melendres, E., Goyes, A., & Vaca, S. (2018). La contratación de personal en la administración de talento humano. *Observatorio de La Economía Latinoamericana*, 1696–8352. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/personal-talento-humano.html>
- Fontalvo, T. J., de la Hoz, E., & Morelos, J. (2017). La productividad y sus factores, incidencia en el mejoramiento organizacional. *Dimensión Empresarial*, 16(1). <https://doi.org/10.15665/rde.v15i2.1375>
- Galián, M. (2018). *Nuevas tendencias en los procesos de reclutamiento y selección de personal*. Universidad de Jaén.
- García Castro, P. E., Gatica Barrientos, M. L., Cruz Sosa, E. R., Luis Gatica, K., Vargas Hernández, R. del R., Hernández García, J., Ramos Velázquez, V. A., & Macías Díaz, D. M. (2016). Procesos de reclutamiento y las redes sociales. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo*, 6(2007–7467). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498153966004>
- García, L., Ponce, A., Saucedo, L., Blanco, A., & Iniestra, M. (2018). Diagnóstico del impacto del uso de las Redes Sociales Profesionales y Portales de Empleo en los procesos de reclutamiento y selección de talento humano en empresas de subcontratación en Tijuana, B.C. *Congreso Escala*. <https://www.researchgate.net/publication/338540022>
- Gaspar, A. (2017). *Reclutamiento y selección de personal. Análisis de los procesos de selección de personal*. Universidad de Valladolid.
- Gómez García, F. X. (2019). La importancia del e-recruitment en la moderna gestión de recursos humanos. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies: IJISEBC*, 6(2387–0184). www.ijisebc.com
- Gómez, L. (2019). *Influencia de la selección de personal en el desempeño laboral de los trabajadores de la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del empleo de Tumbes, 2017*. Universidad César Vallejo.
- Gontero, S., & Novella, R. (2021). *El futuro del trabajo y los desajustes de habilidades en América Latina*. www.cepal.org/apps
- González Colmenares, L. (2017). *Importancia de una buena gestión del proceso de selección del talento humano en el desarrollo de la empresa*. Universidad Militar Nueva Granada.
- González, H., Almanzar, A., Valadez, L., & Monroy, F. (2021). Cursos presenciales versus cursos virtuales en época de pandemia. Experiencia de aprendizaje para la educación superior. *UNIMAR*, 40(0120–4327). www.umariana.edu.co/ojs-editorial/index.php/unimar

- Guzmán, A. O., Rodríguez, P. G., Codina, J. N. B., & Cadena, P. V. (2018). Nuevos Escenarios para el Reclutamiento y Selección de Personal: Descripción Del “Método Adizes”. (*New Scenarios for the Recruitment and Selection of “Adizes Method”*), 13(1), 121–136. <https://up.idm.oclc.org/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=131353934&lang=es&site=eds-live&scope=site>
- GWJ. (2020). *Social GlobalWebIndex’s flagship report on the latest trends in social media*.
- Hanze Andrade, E. (2020). El reclutamiento a través de redes sociales como nueva tendencia en la selección de personal y su aplicación en la empresa Tata Consultancy Services Ecuador. In *Área de Gestión*. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Heredia, S., Becerra, M., Cajas, V., & Revelo, R. (2020). Métodos de Reclutamiento y Selección de Personal: Análisis a la Gestión de las Empresas Ecuatorianas. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(2588–0705), 173–180. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6.329>
- Hidalgo, O., & Arévalo, E. (2020). *Modelo de gestión en recursos humanos según la teoría de Chiavenato para fortalecer la administración en las escuelas del Distrito de Guayaquil*. Universidad César Vallejo.
- Hidalgo, V. P. (2021). El uso del reclutamiento 2.0 en las pequeñas y micro empresas del Distrito Metropolitano Quito-Ecuador. *FIPCAEC*, 6(2588–090x), 237–261.
- Hugo, F. X., Jimenez, C. E., Holovaty, M., & Lara, P. E. (2019). El impacto de las redes sociales en la administración de las empresas. *Recimundo*, 4(1), 173–182. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(1\).enero.2020.173-182](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(1).enero.2020.173-182)
- INEC. (2018). *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo*.
- Infoempleo. (2016). Redes Sociales y mercado del trabajo. In *Infoempleo Adecco*. <https://adecco.es/wp-content/uploads/2017/11/Informe-2017-Empleo-y-Redes.-Infoempleo-Adecco.pdf>
- Jami, N. (2019). *Mejorar los procesos del sub sistema de reclutamiento, selección y contratación de la empresa sinopec international petroleum service ecuador s.a. mediante la elaboración de un manual de procedimientos para una correcta aplicación dmq 2018-2019*. Tecnológico Superior Cordillera.
- Jaramillo, R., & Urquiza, P. (2018). *Propuesta de un modelo de reclutamiento y selección de personal por competencias para las áreas operativas del sector gastronómico de arequipa 2017*. Universidad Católica San Pablo.
- Laguna, A. (2017). *Proceso de reclutamiento y selección de personal mediado por las tecnologías de información y comunicación*. Pontificia Iniversidad Javeriana.
- Lara, P., López, A., Sánchez Jordi, & Yànez, P. (2018). Medición de la influencia de usuarios en redes sociales: propuesta socialengagement. *Profesional de La Informacion*, 27(1699–2407), 899–908. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.jul.18>

- Lechuga, H. (2018). *Proceso de incorporación del personal administrativo en el hospital de la solidaridad cusco 2018*. Universidad Andina del Cusco.
- León, J., Bastidas, L., & Ruiz, E. (2017). Impacto de las redes sociales en la difusión de servicios tecnológicos en las empresas del Ecuador. *Dominio de La Ciencia*, 3(2477–8818), 770–784. <https://doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.2.esp.770-784>
- López, O., Beltrán, C., Morales, R., & Cavero, O. (2018). Estrategias de marketing digital por medio de redes sociales en el contexto de las PYMES del Ecuador. *Revista CienciAmérica*, 7(1390–9592), 39. <https://doi.org/10.33210/ca.v7i2.167>
- Lozares, C. (1996). La teoría de redes sociales. In *Papers* (Vol. 48).
- Luna, S., Marín, L., & Luna, K. (2020). Modelo de seguridad laboral como factor de impulso en el sector industrial de Cuenca-Ecuador. *Polo de Conocimiento*, 5(2550-682X), 685–702. <https://doi.org/10.23857/pc.v5i1.1973>
- Mababu, R. (2016). *Reclutamiento a través de las redes sociales: Reclutamiento 3.0*. 32, 135–151.
- Marín, V. D., & Cabero, J. A. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 25–33.
- Martínez, O., & Vargas, T. (2019). *Procedimiento para la gestión del proceso de reclutamiento y selección del personal en función del desarrollo local*. 7(2), 499–520. <https://doi.org/10.2307/j.ctvrzgxkj.19>
- Matassi, O., & Boczkowski, P. J. (2020). Redes sociales en Iberoamérica. In *Profesional de la Información* (Vol. 29, Issues 1699–2407). El Profesional de la Información. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.04>
- Matos Montero, R. (2021). Efectividad de las redes sociales en el proceso de reclutamiento de personal, Caso: Job Search República Dominicana, periodo enero-octubre 2014. *Revista Ciencias Sociales y Económicas -UTEQ* (2021), 5(2588–0586), 137–149.
- Miranda, A., & Cruz, I. (2016). Redes sociales: herramienta de marketing internacional en el sector hotelero. *El Periplo Sustentable*, 3(31), 1–19. <file:///C:/Users/User/Desktop/antecedentes regionales/tendencias 2.pdf>
- Monedero Rivera, P., & Lamoca Pérez, M. (2020). *Reclutamiento y selección a través de redes sociales: especial atención a LinkedIn*.
- Morán, R., & Sañay, A. (2019). *Diseño de un manual de reclutamiento y selección de personal de la cooperativa de ahorro y crédito universidad de Guayaquil*. <https://secure.urkund.com/view/53296142-520826->
- Nina, Z. (2016). *Diseño de un plan de reclutamiento y selección de personal orientado a los objetivos de la empresa CEI S.R.L.*

- Novella, R., Alvarado, A., Rosas, D., & González, C. (2019). *Identificación, causas y consecuencias de la brecha de habilidades en Perú*.
- Ocaña, P., & Freire, T. (2022). Impacto de la gestión de redes sociales en las empresas gastronómicas. *CHAKIÑAN, REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES*, 2550–6722, 52–67. <https://doi.org/10.37135/chk.002.16.03>
- OCDE, EPAL, & CAF. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017* (Centro de Desarrollo de la OCD, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, & Corporación Andina de Fomento, Eds.; OECD Publishing). OECD. <https://doi.org/10.1787/leo-2017-es>
- Ortega, L., & Forero, A. (2018). El Derecho de Rectificación en las Redes Sociales. *Revista Verba Iuris*, 129–147.
- Osorio Perdomo, R. (2020). Aplicación De Las Redes Sociales En El Proceso De Reclutamiento Y Selección Del Personal En El Sector Pyme De Villavicencio - Colombia. *Perspectivas de Las Ciencias Económicas y Jurídicas; Vol. 11, Núm. 1 (2021): Enero-Junio*, 2250–4078, 2445–8566, 219–236. <https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/perspectivas/article/view/4764>
- Peiró, R. (2021, January 9). *Teoría de las relaciones humanas*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-las-relaciones-humanas.html>
- Quiroz, A. (2019). *Formas de reclutamiento apropiadas en el entorno guayaquileño: publicidad tradicional o redes sociales*. Universidad Politécnica Salesiana.
- Ramírez, R., Villalobos, J., & Herrera, B. (2018). Proceso de talento humano en la gestión estratégica. *Opción*, 18(1012–1587), 2076–2101.
- Ríos, G., & Alarcón, A. (2018). *Análisis de la percepción del uso de la web y redes sociales en el proceso de reclutamiento del personal de las empresas medianas de producción de productos plásticos en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Rivera, M. (2015). *El proceso de reclutamiento y selección de personal en las PYMES: una propuesta de implementación y mejora*.
- Rivera-García, L. M. (2019). Reclutamiento y selección del personal empresarial. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de La Investigación y Publicación En Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X . Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 4(12), 58–71. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i12.65>
- Rodríguez, E. (2016). El clima organizacional presente en una empresa de servicio. *Educación En Valores*, 25(1690 – 7884), 3–18. <http://www.iisue.unam.mx/iresie/>
- Rodríguez, J., & Calcerrada, S. (2020). La importancia de gestionar el proceso de reclutamiento, selección y socialización en el sector del autobús: un caso de éxito. *Revista Espacios*, 41(0798–1015), 18.

- Rossi, A. (2019). Analizar La Gestión Del Proceso De Reclutamiento Y Selección En Empresas Privadas De La Ciudad De Cordoba: Pequeñas, Medianas Y Grandes. *Universidad Siglo 21, RHU01470*.
- Ruiz Valdes, J. A., & Ruiz Valdes, S. (2018). Propuesta de reclutamiento 2.0 como ventaja competitiva para la contratación de talento humano en las organizaciones. *Revista de Formación de Recursos Humanos, 4*(2444–4979), 5–14.
- Saavedra, I., Fernández, V., & López, D. (2010). Modelo de Gestión Ética de Recursos Humanos: Un enfoque basado en la teoría de recursos y capacidades. *Responsabilidad Social de La Empresa, 1*(1888–9638), 15–39. www.fundacionluisvives.org
- Salinas Rodríguez, J. M., & Malpartida Gutiérrez, J. N. (2020). Evolución del proceso de reclutamiento de personal en las empresas latinoamericanas. *Alpha Centauri, 1*(2709–4502), 26–43. <https://doi.org/10.47422/ac.v1i3.17>
- Sama Espinoza, M. (2020). *Optimización del proceso de selección de personal mediante la utilización de herramientas virtuales en una empresa de servicios*. Universidad Continental.
- Sánchez, E. (2016). *Las herramientas virtuales y su influencia en los procesos de reclutamiento y selección de personal en las medianas empresas de lima, en el año 2015*.
- Sandoval, J. (2015). La teoría de las relaciones humanas: ¿un enfoque humanista real del trabajo? *Innovación En La Gestión, 13*(2500–9087), 29–39. <http://singsurf.org/>
- Sandoval, M. (2004). Concepto y dimensiones del clima organizacional. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas, 27*, 78–82.
- Seid, G. (2016). Procedimientos para el análisis cualitativo de entrevistas. Una propuesta didáctica. *Instituto Gino Germani, 2408–3976*. <http://elmecs.fahce.unlp.edu.ar>
- Seo, D., & Lee, J. (2016). Web-2.0 and five years since: How the combination of technological and organizational initiatives influences an organization's long-term Web-2.0 performance. *Telematics and Informatics, 33*(1), 232–246. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.07.010>
- Sierra, S. (2018). *Apoyo a los procesos de reclutamiento y selección de personal en operadora avícola*.
- Suarez, Y., Constanza, N., Quintero, L., Pulgarín, L., & Talero, E. (2021). *Propuesta de mejoramiento para mitigar la escasez de personal calificado en los procesos de selección y reclutamiento de personal en la empresa Interllantas Sas para el año 2021*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.
- Tejada Garitano, E., Castaño Garrido, C., & Romero Andonegui, A. (2019). Los hábitos de uso en las redes sociales de los preadolescentes. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 22*(1138–2783), 119. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23245>
- Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (2011). *Las Redes Sociales en Internet*.

- Valeriano, L. (2021). Reclutamiento y selección virtual por competencias. *Gestión En El Tercer Milenio*, 24(1728–2969), 145–152. <https://doi.org/10.15381/gtm.v24i48.21827>
- Veintimilla, J., & Velasquez, P. (2017). Modelos de reclutamiento y selección de personal para el área comercial de instituciones financieras. *Boletín Virtual*, 6(2266–1536).
- Villalta Arias, Á. (2020). *Redes sociales y Selección de personal*. Universidad de León.

Anexos

Anexo 1. Entrevista



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
Universidad Acreditada Resolución 002-CONEA-2010-129-DC.

CÓDIGO
GREL_001

Resolución No. 001-073 CEAACES-2013-13

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El objetivo de esta entrevista es recopilar información para determinar el papel de las redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección de personal en las empresas con presencia digital de la ciudad de Ibarra.

La información proporcionada es confidencial y será usada con fines académicos para obtener el Título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Técnica del Norte.

Agradezco de antemano su colaboración, por favor, responda las siguientes preguntas con total franqueza.

Información general

Empresa:	
Cargo:	

SECCION I. Reclutamiento y Selección

1. ¿Qué medios utiliza la empresa para difundir ofertas de empleo?	
2. ¿Cuáles son comúnmente los problemas que tiene al momento de llenar una vacante?	

3. Al momento de captar personal ¿la mayoría de las personas cumple con las expectativas que tiene en cuanto a capacidades y aptitudes para el puesto que está ofertando? ¿Qué porcentaje cumple esa expectativa?				
4. Para cubrir un puesto de trabajo vacante usted ¿toma en cuenta al personal interno de la empresa o prefiere un personal nuevo? ¿Por qué?				
5. ¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de personal ha empleado? ¿Por qué?	Entrevista		Evaluaciones de capacidades y habilidades	
	Análisis de currículo		Evaluaciones psicométricas y de personalidad	
	Otros			
6. ¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de personal que usted utiliza?				
7. Por lo general ¿cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece a un nuevo personal?				

SECCION II. Uso de redes sociales

8. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal por los métodos tradicionales o a través de redes sociales? ¿Por qué?	
9. ¿Qué tan eficiente cree usted que es el	

proceso de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales?	
10. ¿Cuáles cree usted que son los aspectos positivos del uso de las redes sociales para el proceso de captación y selección de personas?	
11. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección? ¿Por qué?	
12. ¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de personal? ¿Por qué?	
13. ¿Cuál método cree que se desarrolla en el menor tiempo para el proceso de reclutamiento y selección de personal; las redes sociales o los métodos tradicionales? ¿a qué se debe esto?	
14. Mencione el porcentaje efectividad que ha tenido el uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección de personal	
15. ¿Cree usted que tiene algo que ver que una persona deje de trabajar en la empresa, con el método de reclutamiento por el que fue captado ya sea este tradicional o por redes sociales?	
16. ¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del personal contratado a través de redes sociales?	
17. ¿Existen diferencias de los empleados que han sido contratados al utilizar redes sociales con los contratados por métodos tradicionales? ¿Cuáles son?	
18. ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de personal?	

19. ¿Considera que reclutando a través de cualquier red social se obtiene el mismo resultado o considera que una es más efectiva que las demás al momento de buscar candidatos a un puesto de trabajo?	
20. De acuerdo con su experiencia ¿qué iniciativa o idea podría usted aportar para que el reclutamiento a través de redes sociales tenga mayor aceptación y que además permita que sus resultados sean más efectivos?	

Gracias por su colaboración.

Anexo 2. Evidencia fotográfica de investigación de campo





Anexo 3. Enlace a evidencia de audio, documental y codificación de entrevista

https://utneduec-my.sharepoint.com/:f/g/personal/grenriquezl_utn_edu_ec/Ev8G2PZJZDZNq-NcJUcBCwIBpP8-njdNXdQfkd1scy3Fyg?e=nRIMse