



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TÍTULO:

**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**

AUTORES:

Ríos Montoya, Génesis Katherine

Alarcón Adrián, Adriana Judith

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de
Ingeniero Comercial**

TUTOR:

Lcda. Cedeño Alcívar, Gioconda Auxiliadora, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

12 de marzo del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Ríos Montoya, Génesis Katherine; Ríos Montoya, Génesis Katherine** como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**.

TUTOR (A)

Lcda. Cedeño Alcívar Gioconda Auxiliadora, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Balladares Calderón Esther Georgina, Mgs.

Guayaquil, 12 de Marzo del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, Ríos Montoya Génesis Katherine y Alarcón Adrián Adriana Judith

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **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** previa a la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, 12 de Marzo del 2018

AUTORES

Ríos Montoya Génesis Katherine

Alarcón Adrián Adriana Judith



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Nosotras, Ríos Montoya Génesis Katherine y Alarcón Adrián Adriana Judith

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución el Trabajo de Titulación: **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**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, 12 de Marzo del 2018

AUTORES

Ríos Montoya Génesis Katherine

Alarcón Adrián Adriana Judith

REPORTE DE URKUND

URKUND

Documento: [Tesis Alarcón - Rios.docx \(036391645\)](#)

Presentado por: 2014-03-12 04:17 (-05:00)
ptravieso.20108@gmail.com

Recibido por: pacita.travieso.ucsg@gmail.com

Mensaje: TESIS RIOS ALARCÓN [Mostrar el mensaje completo](#)

3% de estas 34 páginas, se componen de texto presente en 6 fuentes:

Lista de fuentes Bloques

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	http://administracion.realmerca.info/2014/03/requitamiento-empresas-cuencas.html
	http://www.elforma.com/politica/revista/articulo/default.asp?id=51006&id=5&a=23149307...
	https://metadatos.gadecolombia.gov.co/revista/tesis/wozqvess.com/2014/03/informe-veqj...
	2211283.txt

Archivo de registro Urkund: Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil / PROYECTO Rios Alarcón ... 50%

50%

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DEL USO DE LAS 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

Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de Ingeniero Comercial

TUTOR:

Lcda. Celsa M. Alarcón (Secunda, Mgr.
Guayaquil, Ecuador

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

Y ANÁLISIS

DEL IMPACTO QUE GENERA EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL PROCESO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL DE LAS EMPRESAS MEDIANAS DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS PLÁSTICOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

AUTORES

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TUTOR:

LCD.A. GARCERAN

CEDENO

Advertencias: Remitir Exportar Comparar

Guayaquil, 12 de Marzo de 2018

Ingeniera

Ing. Paola Traverso Holguín, Mgs

COORDINADOR UTE B-2017

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Licenciada **Cedeño Alcívar Gioconda Auxiliadora**, Docente de la Carrera de Administración, designada TUTORA del proyecto de titulación de **Ríos Montoya, Génesis Katherine**, me cumple informar a usted, señora Coordinadora, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto **avalo** el trabajo presentado por el estudiante, titulado **“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”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un **3%** de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2017 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación **“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”** somos la Tutora **Cedeño Alcívar Gioconda Auxiliadora** y la señorita **Ríos Montoya, Génesis Katherine** y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue:

Atentamente,

CEDEÑO ALCÍVAR GIOCONDA

RIOS MONTOYA, GÉNESIS KATHERINE

PROFESORA TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

Guayaquil, 12 de Marzo de 2018

Ingeniera

Ing. Paola Traverso Holguín, Mgs.

COORDINADOR UTE B-2017

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

En su despacho.

De mis Consideraciones:

Cedeño Alcívar Gioconda Auxiliadora, Docente de la Carrera de Administración, designado TUTORA del proyecto de grado de **Alarcón Adrián Adriana Judith**, cúmpleme informar a usted, señor Coordinador, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto **avalo** el trabajo presentado por el estudiante, titulado por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un **3%** de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre A-2017 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación "**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**" somos el Tutor **Cedeño Alcívar Gioconda Auxiliadora** y la señorita **Alarcón Adrián Adriana Judith** y eximo de toda responsabilidad al coordinador de titulación y a la dirección de carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue:

Atentamente,

CEDEÑO ALCÍVAR GIOCONDA

ALARCÓN ADRIÁN ADRIANA JUDITH

PROFESOR TUTOR-REVISOR PROYECTO DE GRADUACIÓN

AGRADECIMIENTO

A las empresas.

Que participaron y nos abrieron sus puertas para obtener la información correspondiente para la elaboración del proyecto de tesis.

A mis maestros.

Por haberme ofrecido su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.

A mis amigos

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y en especial a mi compañera de tesis Adriana Alarcón por haberme ayudado a realizar este trabajo y a mis grandes amigos Geovanny y Kathy.

Finalmente a los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas en la elaboración de mi proyecto de titulación.

A mis maestros.

Por haberme ofrecido su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.

A mis amigos.

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y en especial a mi compañera y gran amiga de tesis Adriana Alarcón por haberme ayudado a realizar este trabajo.

Finalmente a los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis.

RIOS MONTOYA, GÉNESIS KATHERINE

AGRADECIMIENTO

A Dios, la fuerza, el motor que me inspira cada día a seguir adelante, por permitirme culminar esta meta.

A mi familia, a mis padres y hermanos por su apoyo incondicional en estos años de estudio, sus consejos y su amor.

A mis amigos, por su apoyo y motivación para avanzar y mejorar, a mi compañera de tesis Génesis Ríos.

A mis maestros, por guiarnos en esta tarea llena de esfuerzo y orgullo y ayudarnos con nuestras dudas e inquietudes a lo largo del proceso.

A la universidad, a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y a sus autoridades por acogerme en este proceso en mi carrera universitaria.

RÍOS MONTOYA, GÉNESIS KATHERINE

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y lograr todo aquello que me propuse, por haberme dado salud, fortaleza y sabiduría para realizar este proyecto de tesis.

A mi madre Mercedes.

Por haberme apoyado en todo momento y darme las fuerzas para luchar por mis sueños y no rendirme, por sus consejos, sus valores que fueron aplicados en el transcurso de mi carrera, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien y sobre todo por su amor, este logro es para ti mamá que sabes todo lo que pase para que llegue este día.

A mi padre Eduardo.

Por darme ejemplos de responsabilidad y perseverancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante a pesar de nuestras diferencias este logro es tan importante para él.

A mis familiares.

A mi hermana Diana por ser el ejemplo de una hermana mayor y de la cual aprendí mucho en este largo camino y mi hermano menor que de alguna forma junto a mis sobrinos y mi cuñada participaron de manera directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis

A mis maestros.

Por haberme ofrecido su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.

A mis compañeros.

Que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y en especial a mi compañera y gran amiga de tesis Adriana Alarcón por haberme ayudado a realizar este trabajo.

Finalmente a los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis

A todos mi amor, respeto y eterna gratitud.

RIOS MONTOYA, GÉNESIS KATHERINE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Lcda. Cedeño Alcívar Gioconda, Mgs.

TUTOR

f. _____

Ing. Esther Georgina Balladares Calderón, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Erick Paul Murillo Delgado, Mgs

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Econ. Janeth Baldeón Toledo, Mgs

OPONENTE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CALIFICACIÓN

Lcda. Cedeño Alcívar Gioconda, Mgs.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO	VIII
AGRADECIMIENTO	IX
DEDICATORIA	X
CALIFICACIÓN.....	XII
RESUMEN EJECUTIVO.....	XVI
ABSTRACT	XVII
INTRODUCCIÓN.....	2
Definición del problema	5
Antecedentes	6
Objetivos de la investigación:	7
Objetivos generales:	7
Objetivos específicos	7
Justificación de la investigación	7
Justificación Teórica.....	7
Justificación Metodológica	8
Pregunta de investigación:.....	8
Limitaciones y delimitaciones	9
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO	10
1.1. Antecedentes de la industria del plástico	10
1.2. Fundamentos teóricos de la investigación	12
1.3. Administración del Talento Humano.....	13
1.4. Reclutamiento de personal	15
1.4.1. Generalidades del proceso de captación y selección de personal.....	16
1.4.2. Análisis de las necesidades de empleo	22
1.5. Fuentes de Reclutamiento	24
1.7. Proceso de reclutamiento y selección en redes sociales.....	30
1.8. Tecnologías de Información y Comunicación	33

1.9 Marco Legal	41
CAPITULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	42
2.1. Diseño de Investigación	42
2.2. Tipo y alcance de la investigación	42
2.2. Métodos de recolección de datos	43
2.3. Método y Tipo de muestra.....	43
2.4. Variables de la investigación	43
2.4.1. Encuesta a empresas en la industria del plástico	44
2.4.2. Población y la muestra de la encuesta a empresarios industria del plástico:	45
2.5. Entrevista a profundidad a expertos	52
2.5.1. La población y la muestra de la entrevista a profundidad a expertos.....	52
2.5.2. Resultados de la encuesta realizada:	53
2.6. Grupo focal	60
CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	62
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES.....	70
ANEXO I. ENCUESTA EMPRESARIOS DEL SECTOR PRODUCTIVO DEL PLÁSTICO	73
ANEXO II. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A EXPERTOS	76

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Variables a considerar de la investigación</i>	44
Tabla 2. <i>¿En la empresa qué tipo de reclutamiento realiza para llenar una vacante?</i>	45
Tabla 3. <i>En caso de que utilice el reclutamiento interno. ¿Qué medios utiliza para dar a conocer la vacante?</i>	46
Tabla 4. <i>En caso de que utilice el reclutamiento externo. ¿Qué medios utiliza para dar a conocer la vacante?</i>	46
Tabla 5. <i>¿Conoce los medios de publicaciones digitales?</i>	47
Tabla 6. <i>¿Ha utilizado alguno de estos medios de publicaciones de empleo digitales?</i>	47
Tabla 7. <i>Si no lo ha hecho aún, ¿Lo utilizaría?</i>	48
Tabla 8. <i>¿Ha utilizado redes sociales para publicar empleos de su empresa?</i>	49
Tabla 9. <i>Si no lo ha hecho aún, ¿Lo utilizaría?</i>	49
Tabla 10. <i>¿Ha utilizado sobre softwares que automatizan el proceso de selección en la fase de toma de test? Indique cuáles</i>	50
Tabla 11. <i>Si no lo ha hecho aún, ¿Lo utilizaría?</i>	51
Tabla 12. <i>¿Cree que se deba analizar a un candidato utilizando sus redes sociales?</i>	51
Tabla 13. <i>Tabulación de resultados entrevista a profundidad a expertos</i>	53
Tabla 14. <i>Resultados de Grupo Focal</i>	60

INDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Distribución de las empresas plásticas en el Ecuador	11
<i>Figura 2.</i> Proceso de selección del personal	18
<i>Figura 3.</i> Figura General del proceso de reclutamiento de personal	20
<i>Figura 4.</i> <i>Fases de la selección de personal</i>	21
<i>Figura 5</i> Evolución del proceso de reclutamiento	30
<i>Figura 6.</i> <i>Características de las TIC</i>	34

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación de tipo mixto tuvo como objetivo conocer la percepción de un grupo de empresas del sector empresarial en la industria productora del plástico en la ciudad de Guayaquil y expertos en recursos humanos, acerca del uso de la web y redes sociales como medio de referencia, para el fortalecimiento del proceso de reclutamiento y selección. Así también la entrevista a manera de grupo focal de candidatos que usan la web y redes sociales para su búsqueda de empleo.

Dicha investigación se trabajó por entrevistas semiestructuradas con los grupos antes mencionados del área de reclutamiento y selección de personal en las empresas. Se elaboró una guía de entrevista, la cual estuvo conformada por 15 preguntas categorizadas por los indicadores planteados durante la investigación, los cuales son: influencia, confiabilidad, adaptación, valor, ventajas y desventajas sobre el uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento de personal.

A través del análisis de resultados obtenidos de las entrevistas se concluyó que los expertos en recursos humanos perciben que el uso de las redes sociales ha sido una buena herramienta para fortalecer el proceso de reclutamiento y selección, ya que aunque siguen utilizando los medios tradicionales como las bolsas de empleo, periódico, etc., las redes sociales aportan más facilidades, como la optimización de tiempo, variedad de perfiles, búsqueda efectiva y la accesibilidad a ellas ya que se utilizan sin algún costo. Es importante resaltar que deben continuar con el uso de las redes sociales para el proceso de reclutamiento y selección, ya que se comprobó que ha sido de mucho beneficio para el desarrollo de los mismos. Asimismo, facilitan la búsqueda de empleo para las personas y ayuda en la promoción de la marca empleadora, provocando mayor interés y atracción en las personas.

Palabras claves: Reclutamiento, selección, redes sociales, Facebook, LinkedIn, talento humano

ABSTRACT

The main purpose of this mixed research was to know the perception of a selected group of plastic industries in the business sector in Guayaquil, and the perception of experts in human resources about the uses of the web technology and social networks, for the improvement of the recruitment and selection process. Also the focus group interview was made for candidates who used the web and social network in their job search.

This research was developed using interviews with the groups already mentioned in the area of recruitment and selection of human resources in the plastic industries. An interview guide was elaborated, which involved fifteen questions categorized by the indicators established during the investigation: influence, reliability, adaptation, value, advantages and disadvantages on the use of social networks in the recruitment process in the organization.

Through the analysis of the results obtained from the interviews, they concluded that the experts in human resources perceive that the use of social networks is a good tool to support the recruitment and selection process, since they continue using traditional methods such as employment exchanges, advertising in newspapers, etc., social networks provide more facilities, such as time optimization, variety of profiles, effective search and accessibility to them as they are used without any cost.

It is important to emphasize that they must continue with the use of social networks for the recruitment and selection process, since it has proven to be a great benefit for the development of them. They also facilitate the search for employment for people and help in the promotion of the employer brand, causing greater interest and attraction in people.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones constantemente requieren identificar e incorporar personal idóneo para sus vacantes. Lo anterior es garantizado a través del uso de técnicas y herramientas estandarizadas que permitan al reclutador atraer, evaluar y contratar al candidato más apto para desempeñar las actividades atribuidas al puesto vacante.

Durante la última década se ha vivido un crecimiento tecnológico impresionante, la aparición de la web y con el pasar del tiempo las “redes sociales” ha permitido cambiar la forma en la cual las personas se relacionan, influyendo significativamente en la vida de millones de individuos en el mundo entero ya sea de manera positiva como negativa en algunos casos. La expansión de Redes Sociales ha propiciado que las organizaciones las utilicen no solo como vehículo promocional o para obtener seguidores de marcas que las venden en los productos de consumo.

La red social más exitosa de todos los tiempos y la que mayor impacto tiene en la sociedad es “Facebook”, empresa que comenzó como un portal para unir a estudiantes de una universidad en Estados Unidos para compartir sus intereses, vivencias, necesidades, gustos y preferencias. Así con el tiempo, esta red social ha evolucionado llegando a obtener gran cantidad de usuarios y un sistema de publicidad en línea que convirtió en millonario a su creador.

Según Ortega(2012), el crecimiento exponencial de las redes sociales constituye un proceso imparable para agregar más usuarios a una comunidad determinada, donde también se incorporan miles de profesionales a través de las diferentes plataformas y redes existentes que ya no sólo forman parte de lo social, si no también de lo profesional.

El internet y las Redes Sociales como LinkedIn y Facebook entre otras redes sociales, se utilizan actualmente como medio de búsqueda del capital humano

por parte de las áreas de recursos humanos de las empresas. (Hernández, Liquidano, & Silva, 2014)

La necesidad por conocer acerca de aspectos personales de los individuos lleva también a las empresas a sumergirse en el mundo digital con la creación de sus propias páginas en donde ofrecen sus bienes y servicios, construyendo una imagen digital que les permita mantenerse en el mercado no sólo para vender, sino para reclutar al mejor talento humano posible.

No es hace mucho tiempo que logró migrar esta necesidad de conexión al ámbito laboral, el globalizado mundo empresarial busca personas que dominen ciertas características para su inmediata contratación, debido a lo rápido que se mueven los negocios. En los últimos años el vínculo entre recursos humanos con las redes sociales, se ha fortalecido dado que los jefes de área reclutan personal mediante la red siendo esta la nueva tendencia que genera otras alternativas para la contratación de personal.

Los medios más utilizados para la selección de personal son Facebook, Twitter, LinkedIn, y otros que sirven como herramienta para la búsqueda de candidatos idóneos. Muchas empresas no aprovechan en un 100% estos portales digitales, es por ello que el presente trabajo evaluará el nivel de percepción del uso de la web y las redes sociales en el proceso de reclutamiento del personal de las empresas productoras de productos plásticos de la ciudad de Guayaquil, y para ello se ha procedido a dividir el presente proyecto de investigación en los siguientes capítulos:

Capítulo I, Marco teórico, en donde se exponen referencias y conceptos, así como en la definición de las variables que serán las bases sobre las cuales se realizará la investigación ya que se determinan las herramientas e indicadores para la ejecución del proyecto.

Capítulo II, Metodología de la investigación se determina el enfoque que seguirá el proceso investigativo, además del tipo de investigación, definición de las herramientas de recolección de datos, establecimiento de la población y la muestra, así como el análisis de los datos recolectados.

Capítulo III, Análisis de los resultados, se enfoca en realizar una evaluación y el análisis del impacto que genera el uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento del personal de las empresas medianas de producción de productos de plástico en la ciudad de Guayaquil, para determinar su importancia dentro del desarrollo organizacional de las entidades.

Finalmente se exponen las conclusiones en base al cumplimiento del objetivo general y de los objetivos específicos, con lo cual se procede a determinar cada uno de los puntos observados en el desarrollo de la investigación. Las recomendaciones en función a los resultados encontrados para beneficio de los procesos de reclutamiento del personal de la industria del plástico.

Definición del problema

El talento humano es la herramienta más valiosa que una empresa puede tener, lo componen personas dispuestas a entregar sus capacidades, conocimientos, experiencia, lealtad, honestidad y desempeño a favor de una entidad que le brinda una remuneración que le permita cubrir sus necesidades.(Chiavenato, 2010). Muchas veces se originan situaciones en las que los individuos se encuentran motivados a renunciar a sus puestos de trabajo, dejando a la deriva procesos y procedimientos que para la alta dirección implica costos y procesos repetitivos que retrasan su desarrollo económico y productivo.

La necesidad de las compañías de cubrir estas vacantes hace que busquen medidas alternativas que les permita mantener una base de datos de personas que se ajustan a cada uno de los perfiles que se requieren con la finalidad de tener una rápida recuperación en el caso de que se presente la ausencia definitiva de un colaborador. Los modelos tradicionales empleados como recomendaciones de profesionales, base de datos, pasantías, etc., no son suficientes pues en ocasiones puede existir una relación de amistad que genere algo de incomodidad cuando los resultados del empleado no son los esperados.

Es por ello que en la actualidad los directores del departamento de talento humano prefieren obtener información por otros medios, entre ellos los digitales, ya que se aseguran de poder verificar información, referencias, estudios y afinidades con otras personas que laboran en la misma institución, antes de iniciar la relación laboral. Por este motivo se pretende realizar un análisis acerca de la percepción que ha tenido la aplicación del uso del internet y las redes sociales para el proceso de reclutamiento del personal en las empresas de la industria del plástico.

Antecedentes

La importancia que tiene en las empresas el proceso de reclutamiento humano hace que se considere necesaria una evaluación de las distintas alternativas que existen para armar bases de datos de posibles candidatos a los puestos de trabajo que posee la entidad. Debido a los altos costos que implica la rotación del personal, la alta dirección siempre buscará que se escojan a personas que se ajusten a los perfiles sugeridos. La responsabilidad que tiene el departamento de talento humano en las compañías, hace que quienes se encuentran a cargo del mismo busquen maneras de concretar la contratación de personas comprometidas, disponibles y honestas, capaces de mantenerse satisfechas con su relación laboral a largo plazo.

Más allá de las formas tradicionales de contratación, las redes sociales permiten tener una imagen muy general del tipo de persona que se contratará, su manera de escribir, sus fotografías y la relación que tiene con el mundo virtual deja al descubierto factores psicológicos que pueden ser analizados antes de tomar una decisión en el proceso de reclutamiento. Es una ventana por medio de la cual el aspirante vende su imagen al empleador. Cabe destacar que los medios tecnológicos como redes sociales y portales web, aparte de agilizar el proceso de conocer al postulante, también le informa al mismo qué hace la compañía, cómo es el trato con sus empleados, nivel de desarrollo económico, imagen, etc.

Objetivos de la investigación:

Objetivos generales:

Analizar la percepción del uso de la web y las 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.

Objetivos específicos

1. Elaborar un marco teórico con revisión de literatura exhaustiva que sustente el uso de la web y redes sociales para el reclutamiento de personal.
2. Realizar la recolección de datos y metodología necesaria para determinar la percepción del uso de la web y las redes sociales en el proceso de reclutamiento del personal entre los empresarios del sector del plástico.
3. Contrastar los datos obtenidos para evidenciar la percepción del uso de la web y las redes sociales en el proceso de reclutamiento del personal entre los empresarios del sector del plástico en la ciudad de Guayaquil.

Justificación de la investigación

Justificación Teórica

Como justificación al presente trabajo se pueden mencionar algunos aspectos que favorecen el desarrollo del mismo. El Reclutamiento de personal por medio de las Redes Sociales representa ventajas a los empleadores y a aspirantes a los puestos de trabajo en ahorro de tiempo, disminución de costos y reducción de trabajo tanto administrativo como operativo, seguido de la calidad de candidatos, disponibilidad de veinticuatro horas. Conocer además el grado de utilización y nivel de eficiencia de las redes sociales para la captación del personal a contratar ya que los portales web y sitios dinámicos se han vuelto populares entre los estudiantes de las universidades que se encuentran en búsqueda de empleo.

Otro de los motivos es analizar la importancia que tiene para el departamento de talento humano la correcta contratación del personal para el cumplimiento de sus objetivos y metas organizacionales, una vez que el internet también se ha considerado como una herramienta indispensable en las entidades, ya sea para promover e impulsar sus ventas o simplemente para posicionarse en la mente de los consumidores, se requiere un estudio que compruebe que la adaptación de los procesos de selección se involucran con la imagen que proyectan. Con el desarrollo de internet, la contratación a través de la web y redes sociales se ha convertido en un proceso compatible con las técnicas clásicas de selección, en consecuencia el reclutamiento se lo puede realizar con mayor rapidez, más barato y con menos costo, de manera que se puede gestionar eficazmente el talento y mejor que los competidores.

Justificación Metodológica

El diseño de la investigación tendrá enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo. El alcance de la misma será exploratorio, descriptivo y explicativo, porque se estudiará un fenómeno poco estudiado en el país, ayudará a identificar las variables de estudio para evaluar las soluciones a emplear en la compañía y buscará entendimiento en el uso de la web y las redes sociales como herramienta para el reclutamiento del personal.

Los métodos a usar son cualitativos, basados en la entrevista a expertos y grupos focales; y cuantitativos, basados en encuestas al sector industrial del plástico y clientes, para conocer la opinión sobre el proceso de reclutamiento en la industria del plástico.

Pregunta de investigación:

¿De qué forma perciben los empresarios del sector industrial del plástico el uso de las redes sociales en los procesos de reclutamiento de personal a través de la web y las redes sociales?

Limitaciones y delimitaciones

Para el presente trabajo de titulación, la investigación se circunscribe a la ciudad de Guayaquil, con empresas que contratan talentos por medio de redes sociales en la industria del plástico, identificando los medios de reclutamiento que utilizan, y si usan dentro de eso, medios digitales en la web o redes sociales. También se acude a expertos que son las empresas que hacen reclutamiento de personal para terceros y además un grupo focal con un grupo de 10 personas que usaron la web y redes sociales para encontrar empleo en dicha empresa.

Entre las limitaciones podemos mencionar:

- Dificultad para la obtención de información en la industria del plástico por el desconocimiento que se detectó en general del uso de internet.
- Dificultad para contactar a las personas encargadas de talento humano en las empresas encuestadas.
- Dificultad para contactar con los encargados del reclutamiento en las empresas de outsourcing.
- Dificultad para revelar el estado de las contrataciones realizadas a través de la web y redes sociales.

CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes de la industria del plástico

La industria del plástico nace en el año 1860, cuando los estadounidenses Phelan & Collarder quienes se dedicaban a la fabricación de bolas de billar, decidieron premiar con USD \$ 10.000 dólares a quien pudiera reemplazar el material de sus productos. El señor John Wesley Hyatt experimentó disolviendo celulosa en alcanfor y etanol, con lo que se crea el plástico. A pesar de que no ganó el concurso, logró vender mangos para cuchillos, armazones para lentes y hasta ciertos aparatos para la industria cinematográfica cerca del fin del siglo XIX.

Para el año de 1909, el químico belga Leo Hendrik Baekeland, unió unas moléculas de fenol y formaldehído en un polímero conocido como el primer plástico sintético en la historia. Es así, que desde el inicio del siglo XX el material se hizo popular al punto en que sustituía a casi todos los materiales para uso doméstico, industrial y comercial, (Dicoplast, 2013).

En el país, la industria del plástico inició con la aparición de la compañía Plásticos Industriales C. A., PICA; en el año de 1961. Esta empresa producía artículos con sus maquinarias inyectoras y apenas seis personas contratadas, siendo el primer artículo fabricado y vendido una cubeta de hielo, (PICA, 2012).

La generación del empleo en la industria plástica es considerable, cerca de dieciséis mil fuentes de empleo directo y sesenta mil puestos indirectos. La industria se compone de seiscientas compañías dedicadas a actividades de extrusión, soplado, termoformado, inyección y rotomoldeo, facturando más de USD \$550 millones de dólares por año por su diversificada cartera de productos. Esta industria ha presentado variaciones durante los últimos años en su valor FOB del 12% y en toneladas un 18% en promedio. Siendo sus picos más altos

las ventas del año 2014 con USD \$182.795 miles y 100.279 toneladas. El 62% de las compañías se han dedicado a fabricar empaques y envases, el 18% a la fabricación de tuberías, accesorios para la construcción y demás, el 16% procesamiento de material reciclado y el 4% al caucho,(Proecuador, 2015).

Esta industria se ha convertido en uno de los más importantes y dinámicos, debido a la transformación que sufren los productos que se fabrican aportando de manera significativa a la cadena productiva del país. De acuerdo con la Asociación Ecuatoriana de Plásticos, ASEPLAS (2014) así se ubican las empresas del sector:

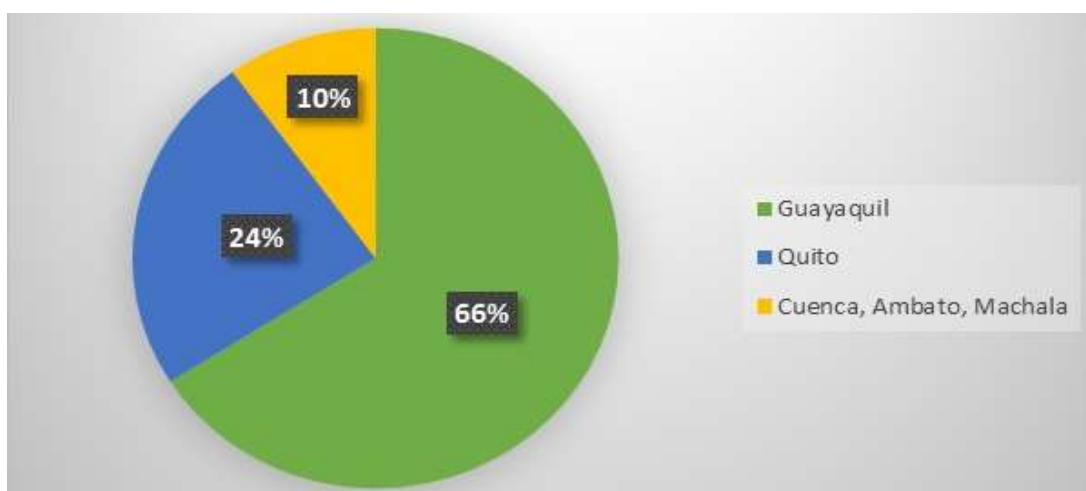


Figura 1 Distribución de las empresas plásticas en el Ecuador

Fuente: (ASEPLAS, 2014)

De manera anual, el consumo per cápita de plástico en el país es de 20kg, mientras que América Latina alcanza los 50kg y en Europa los 150/200kg. El país consume productos en base a este material entre los cuales se encuentran una lista como la que menciona El Telégrafo (2015):

- Láminas.
- Hojas.
- Tubos.

- Bloques.
- Películas.
- Mangueras.
- Accesorios para tuberías y mangueras.
- Envases: bolsas, sacos, cajas, bidones y botellas.
- Para la construcción: puertas, cercos, persianas, platos para ducha y lavabos.
- Utensilios de cocina, tocador, cascos de seguridad y para deportes.
- Lámparas y accesorios de iluminación.
- Artículos de escritorio y para uso escolar.

1.2. Fundamentos teóricos de la investigación

El presente trabajo de investigación se fundamentó en la Teoría de las Redes y la Teoría de los 6 grados de separación.

1.2.1. Teorías de las redes

La teoría de las redes tiene su origen en la Gestalt Theory según Scott (1991). Esta teoría surgió en Alemania a principios del siglo XX. Fue Christian von Ehrenfels, un filósofo austriaco, quien dio nombre a este movimiento. No hay una traducción perfecta en castellano para el término “Gestalt”, pero podemos interpretarlo como “totalidad”, “figura”, “estructura”, “configuración” o “unidad organizada”. Scott se remonta a la Gestalt Theory para encontrar uno de sus primeros orígenes: la percepción de un objeto se hace, en esta teoría, dentro de una totalidad conceptual compleja y organizada teniendo dicha totalidad propiedades específicas diferente de las adición de las propiedades de las partes.

Granovetter (1995), en su libro “Getting a Job”, analizó la forma de transmisión de la información para buscar trabajo y sobre todo los lazos que se establecían utilizando los conceptos de la Gestalt.

Por lo anterior, podemos suponer que uno de los elementos que ha propiciado el éxito de las redes sociales, es la necesidad del ser humano de socializar y

formar parte de “redes”, en las que el sujeto comparte determinados gustos, intereses e ideologías. Este tipo de redes se basa principalmente en dos tipos de elementos: “personas” y las “relaciones” que entre estas se generan. (Robbins, 2004).

1.3. Administración del Talento Humano

La administración de recursos humanos ha resaltado su importancia desde la época de la revolución industrial, por la organización del recurso económico, ya que este era el respaldo para que la compañía opere, aún más cuando el producto que se ofrece está representado por un consumo masivo, es decir el proceso repetitivo se debía hacer con mayor intensidad para obtener un producto final apto para el consumo humano, sin embargo se identificó que empresas tenían acceso al capital económico, ofertando en sus perchas un producto similar pero con mejor calidad (Barquero, 2011).

Empresas que se enfocaron en capacitar a su personal operativo, obtuvieron mejores resultados, disminuyendo los tiempos y costos operativos, con lo cual permitía que su administración implemente estrategias de precios que los hacían más competitivas, elevar la calidad de sus productos y con ello diferenciarlos del resto del mercado, punto dentro del cual se comenzó a pulir el concepto de especialización y la importancia de reclutar a un personal calificado para el trabajo a realizar en la organización (Werther, 2012).

Para Noé (2013) el concepto de la administración del recurso humano, forma a través del tiempo un nuevo activo para la compañía, un equipo de trabajo capacitado y especializado a asumir retos, tomar decisiones acertadas a incertidumbres. Un equipo de trabajo especializado, sabe que tareas debe cumplir, informar a la administración sobre problemas de comunicación y evitar que se cometan errores cuando se desenvuelve en el diario laboral. Todos estos

conceptos, describen la importancia de contratar personas que conlleven a la organización a evitar incurrir en errores, que de forma económica afectan el rendimiento de la compañía.

La administración del recurso humano, es catalogada como una materia, en dónde sus teorías se van adaptando a las necesidades de la empresa y del mercado laboral, por lo tanto sus referencias están en constante cambio y evolución. Cuando una empresa funciona a base de personal estrictamente profesional y capacitado, los procesos de manejo de las personas se vuelven complejos, porque es necesario analizar de manera individual a cada trabajador y su manera cómo influye en la organización.

Con la administración de recurso humano, los altos mandos identifican a los elementos que obstaculizan el normal desarrollo del negocio; las herramientas usadas para calificar la gestión de las personas son evaluaciones, test de personalidad, logros profesionales, perfil de especialidad compatible con el cargo empleado, entre otros.

Sin embargo, antes que se seleccionen las personas las cuales estarán sujetas para el análisis del cargo, es necesario que se haga una selección efectiva de los mismos, esto requiere que la persona analítica en el proceso tenga muchas opciones en cuantos a los aspirantes, de manera que al colocarlo en procesos de selección, se pueda tomar la mejor opción.

1.4. Reclutamiento de personal

Werther (2000), Chiavenato (2000, 2002 y 2012), González y Olivares (2005), Jaramillo (2005), Aguilar (2008) y Lozano (2011) coinciden en sus definiciones en que el reclutamiento de personal es un proceso que conjunta técnicas y procedimientos orientados a la atracción de candidatos potencialmente idóneos para ocupar un puesto vacante en la organización.

El proceso de reclutar personal para la organización es sin duda el más importante, debido a que quienes participen deben contar con ciertas características a veces físicas, sociales, intelectuales, que son necesarias para ocupar las vacantes que se encuentren disponibles. El departamento de recursos humanos, tiene la misión de conseguir a los mejores candidatos, a los más idóneos y eficientes para que con su trabajo la empresa pueda alcanzar sus objetivos corporativos.

Como resultado de una correcta selección del personal se obtiene una reducción en la rotación de personas, esto implica menos gastos en indemnizaciones, pagos anticipados por despidos, etc., ya que los colaboradores se ambientan al giro del negocio de manera más rápida, dominando los conocimientos necesarios para desarrollar su trabajo.

Wayne (2011) menciona que cuando se inicia un proceso de reclutamiento de personal en una entidad se espera cubrir un punto crítico, ya que las personas son parte de un todo que se espera trabaje de manera coordinada, por lo que el colaborador que ocupe la vacante debe estar capacitado, contar con experiencia laboral, y que se encuentre comprometido en mejorar los procesos para alcanzar la eficiencia de los recursos.

Hoy en día se pueden detectar miles de plataformas digitales en las cuales millones de personas ingresan sus datos con el objetivo de alcanzar un puesto

de trabajo que les permita subsistir en el tiempo. Sin embargo, el departamento de talento humano puede recibir un centenar de carpetas de aspirantes, sin que ello represente que dentro de este grupo de personas se encuentre un candidato compatible al perfil que se busca.

A este problema se le adiciona la disponibilidad de que tiene el candidato para acceder a la remuneración estipulada por la compañía contratante, en referencia a Gan & Berdel(2011), indican que a mayor la experiencia del candidato tanto en estudios como en experiencia laboral, incrementa el riesgo de solicitar una remuneración mucho más alta que la de mercado. Este criterio dificulta el trabajo del departamento de talento humano, ya que condiciona su labor a dos variables: encontrar una persona que cumpla los requisitos de la vacante de trabajo y la segunda que el mismo acepte las condiciones de remuneración que coloca la compañía, en este punto es donde la tecnología actúa como herramienta para facilitar llevar a cabo el proceso de reclutamiento.

Las empresas productoras de plástico en el Ecuador tienen la particularidad de conformar su equipo de trabajo con personal operativo, el cual que requiere un mínimo de estudios para desempeñar su cargo, esto debido a la naturaleza de sus actividades, conformado por coordinación y esfuerzo físico hacia actividades repetitivas. Puede darse el caso que el departamento de talento humano tenga menores requisitos que buscar en un elemento operativo, sin embargo es importante que su aptitud hacia el trabajo sea positiva, porque un mal elemento en la organización puede generar incertidumbre en los demás miembros.

1.4.1. Generalidades del proceso de captación y selección de personal

El proceso de captación y selección del personal, también llamado reclutamiento, inicia con la presencia de una necesidad, sobre la cual, los diferentes departamentos, demandan un perfil de cargo de acuerdo a las necesidades de sus procesos, y sobre el cual necesita que se complete la vacante, para continuar con su ritmo normal de operación, por lo cual los analistas requieren una

planificación previa, para encontrar la persona ideal y que a su vez el departamento demandante muestre todos los requerimientos que debe cumplir esta persona. El modelo de proceso de selección de personal según Dessier (2001), debe constar con las siguientes actividades para la selección y preselección del personal:



Figura 2. Proceso de selección del personal

En la figura 2 se muestra el proceso de selección del personal de manera general, en referencia a Cedeño (2010), indica que el uso de los medios de comunicación digital, sirven para difundir el mensaje de contratación del personal, siendo una alternativa de costo baja, ya que los medios tradicionales tienden a cobrar valores por incluir en su material de difusión, algunos están en función al tamaño que este ocupa, por lo cual limita que la persona transfiera el mensaje a un determinado público.

La desventaja de este proceso es que el mensaje puede llegar a perfiles que la empresa no necesita, el analista de nómina se encuentre con carpetas que no cumple los perfiles, y obliguen a contratar personas que no cumplen con las condiciones del puesto, provocando la rotación del personal a futuro. Las teorías descritas, indican que el proceso de selección debe contar con una planificación, ya que en ella se deben cumplir las siguientes actividades:

- Trasladar objetivos tácticos en función a estratégicos, es decir, contar con un equipo de trabajo cuya participación en la organización genere planes estratégicos para el ahorro de recursos o para mejorar algún proceso.
- Realizar en un análisis evaluativo de la empresa, en la cual se describen sus fortalezas, debilidades, cultura entre otros, con la finalidad de interpretar si las necesidades descritas por la empresa están directamente relacionadas a la coordinación de un desarrollo a corto plazo.
- Evaluar el entorno externo de la empresa, esto es identificar las carreras existentes, estadísticas de desempleo y valor de la remuneración hacia puestos en general, entre otros.
- Asignar un presupuesto para el nuevo integrante de la organización, de manera que se cumpla con lo estipulado en la ley y contrato de trabajo.

Los autores Werther y Davis (2001) comentan por su parte que el proceso de reclutamiento de personal comienza a raíz de un requerimiento o solicitud de empleados para ocupar una vacante, los reclutadores llevan a cabo varios pasos, el reclutador inicia identificando las vacantes que existen en la compañía

mediante la planeación de recursos humanos o su petición de la dirección de la empresa o gerentes en línea, para cumplir bien su responsabilidad, el reclutador debe tener presente las necesidades del puesto así como las características de la persona que lo va a desempeñar, siempre que lo juzgue necesario, el reclutador debe solicitar información adicional poniéndose en contacto con el que solicitó el nuevo empleado, para así acertadamente se pueda identificar a los aspirantes, y si no logra encontrar dentro de la empresa al candidato con el perfil adecuado, entonces se necesitará recurrir a obtener personal externo.

La selección de personal consiste en el proceso de escoger a ciertos aspirantes que desean aplicar a un cargo específico. Cabe indicar que el perfil de los candidatos que se escojan en la selección, no es el mejor candidato, sino a la búsqueda de una persona cuyas características se adecuen más al perfil del puesto que se pretende cubrir. El perfil del puesto de trabajo, no solo debe referirse a las actitudes, capacidades, conocimientos requeridas por la organización, sino hacer referencia a la integración en un concreto ambiente laboral, el cual hace referencia a su entorno los aspectos sociales y físicos del aspirante.

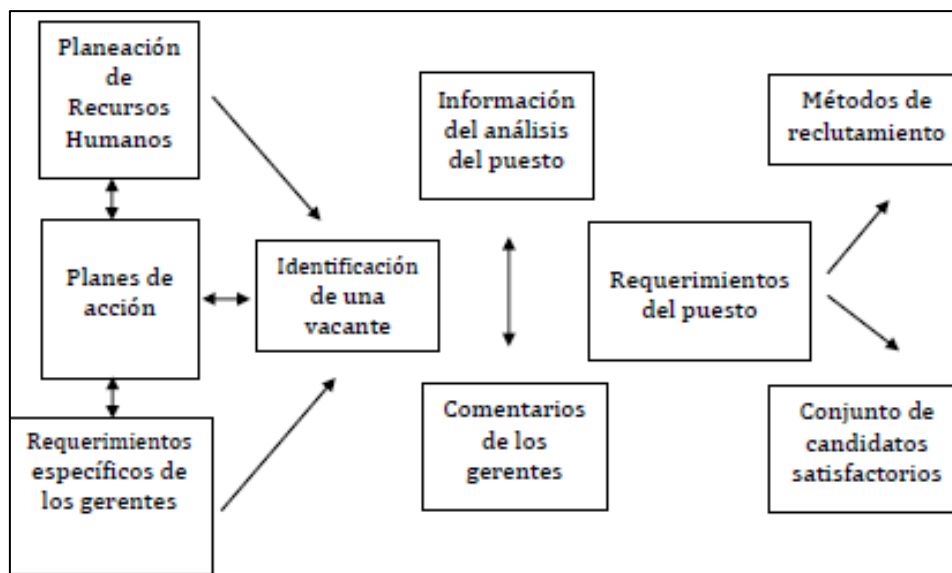


Figura 3. Figura General del proceso de reclutamiento de personal

Fuente: Wherter y Davis (2001). Administración de Personal y Recursos Humanos.



Figura 4. Fases de la selección de personal

El proceso de selección de personal, se la puede resumir en cuatro etapas importantes, en las cuales se nombran las siguientes:

- Análisis de necesidades de empleo, dentro de este grupo se encuentran la valoración y análisis de puestos.
- Reclutamiento, que se puede dar entre los miembros de la organización denominado interno o en la búsqueda de candidatos de manera externa.
- Proceso de selección, en la cual se conoce directamente a la persona que ocupará la vacante, incluye la presentación con los miembros que integran la organización.

- Finalmente la incorporación en el puesto de trabajo, se les explica las políticas y procedimientos a seguir dentro de la organización.

1.4.2. Análisis de las necesidades de empleo

En esta etapa se analiza y valora la situación laboral dentro de la empresa, con lo cual se ofrece un atractivo para los candidatos, esta situación conlleva un procedimiento en el cual, mediante la observación y el estudio, se codifica y se procesa la información relativa al contenido de los puestos y los elementos que lo componen, junto con la determinación de los atributos de dichos puestos estos son destrezas, aptitudes, habilidades, permitiendo establecer, datos comparativos entre los distintos puestos de trabajo y determinado la importancia de cada puesto en relación con los demás dentro de la organización. Este proceso nos ayudará a detectar y poder disminuir las necesidades de personal dentro de la empresa.

Estas necesidades pueden originarse entre otras causas, a un aumento súbito de la cantidad de trabajo, a una disminución de efectivos a causa de un política de promoción, o tal vez, a una serie de bajas por enfermedad, despido, jubilaciones entre otros.

Todo recurso puesto en la compañía es para general un rendimiento adicional, ya que la puesta en la organización demanda un costo que es presupuestado y cubierto por la generación de ingresos, para Griffin (2012) la tarea de la materia de talento humano es la planificación de tareas y actividades encaminadas al desarrollo profesional de los empleados con el fin de cumplir objetivos estipulados por la administración. Es decir, contratar personal que cumplan una actividad y retribuyéndolas con una remuneración, desarrollo profesional para que sientan un compromiso con la organización, realicen sus tareas de manera correcta y logren cumplir las expectativas que tienen sus jefes en la organización. Sin embargo este compromiso debe mantenerse siempre, ya

que el concepto del ingreso en una compañía es variable, es decir todos los días recaudar ingresos para cubrir sus costos y gastos del negocio.

Por ello según Heizer (2014) indica que el recurso humano debe tener programas de motivación que eleven la creatividad del personal, sugiriendo mejoras en la administración para que el trabajo siempre se realice en menor tiempo, se usen menos recursos cada vez y el personal salga a tiempo sin que se lleven a cabo horas extra por cumplir objetivos en el diario laboral. Aquí se complementa el concepto del recurso humano con lo referido por Reyes (2010) sobre la importancia de conquistar y mantener personas en la organización, es decir que la administración del recurso humano se convierte en el talento de gestionar actividades que aporten al crecimiento profesional del empleado dentro de la compañía, la cual le da una finalidad en la administración de llegar a un cargo con mejores prestaciones, trabajo más consolidado y además aplicar de manera práctica los conocimientos teóricos aprendidos en su área de estudio.

En referencia a Gan y Berdel (2011) indica que siempre existirán conflictos de intereses entre el trabajador con el empleador ya que la remuneración y el ingreso económico los une en una relación laboral, sin embargo mantienen perspectivas distintas tal como se manifiesta a continuación:

El empleador busca siempre maximizar el rendimiento de su inversión, posee ingresos ilimitados y de acuerdo a la intensidad del trabajo y de su equipo llega a un determinado número de ingresos, por lo que siente satisfacción una vez cubierto el presupuesto y planifica para el próximo periodo incrementar aún más su meta de ventas, no siente temor a la incertidumbre ya que día a día tiene la habilidad de obtener beneficios.

El trabajador a través de su intelecto y experiencia pone a sus servicios la habilidad de cubrir las necesidades del empleador a cambio de una remuneración fija que le garantice ingresos por el tiempo que dure la relación laboral, realiza actividades descritas al empleador sosteniéndose a un horario,

reglamentos y requisitos que debe cumplir cuando realice las actividades encomendadas. Tiene temor a generar ingresos variables y siempre va a lo seguro.

No importa el tamaño que tenga la empresa, ni la cantidad de empleados, o si es empresa pública o privada, el punto es que para que la organización tenga el personal adecuado en los puestos adecuados es necesario el reclutamiento y la selección de candidatos de un conjunto de aspirantes. (Hernández Díaz, Liquidano Rodríguez, & Silva Olvera, 2014)

1.5. Fuentes de Reclutamiento

A este respecto, la mayoría de los autores en el tema de la Administración de Recursos Humanos identifica tres fuentes de reclutamiento dependiendo de dónde proceda el talento humano: *el reclutamiento interno, el reclutamiento externo y el reclutamiento mixto*. El reclutamiento interno se enfoca a buscar candidatos dentro de la organización mientras que el externo se busca personas ajenas a la organización. En la práctica el reclutamiento mixto, es decir combinar los dos métodos, pues al transferir o ascender a un empleado se debe forzosamente buscar un sustituto que puede o no encontrarse dentro de la empresa o institución.

Para efectos prácticos de este trabajo de investigación nos enfocamos al concepto de reclutamiento externo, es decir aquel que se hace buscando personal mediante varios métodos, como anuncios en los periódicos, la consulta de solicitudes de empleo que llegan a la empresa, la visita a las bolsas de trabajo de las universidades para poner boletines de ofertas de trabajo, el uso de agencias denominadas “Head Hunters” que se dedican a la caza de talentos, y en particular, el uso del internet y las redes sociales en la obtención de candidatos, que forma parte de estas fuentes externas .

1.5.1. Medios de reclutamiento

Medios de los que se vale las empresas para atraer candidatos adecuados a sus necesidades. Existen varios medios de reclutamiento, sin embargo, su elección depende del perfil del puesto que desea cubrir y de las políticas.

1.5.1.1. Referencias personales

Según Arias y Heredia (2001) esta vía aprovecha a los propios miembros de la organización para encontrar candidatos entre sus familiares, amistades y conocidos, serán por tanto las personas empleadas en la empresa las que busquen o den a conocer a los responsables del proceso selectivo, las directrices de posibles ocupantes de los puestos para los que se realiza la selección.

1.5.1.2. Outsourcing

Según Montoya (2009), es una herramienta de gestión que facilita a las diferentes empresas centrar sus esfuerzos en las actividades distintivas, lo cual logra cuando una empresa entrega uno o más procesos operativos a otra empresa especializada para que lo administre valiéndose de su alta experiencia en ellos.

1.5.1.3. Headhunting

Según Alles (2001) Este sistema de reclutamiento, poco recomendable, pero efectivo a corto plazo, es aquel en que se localiza a los candidatos que ya están desarrollando la actividad en puestos similares en organizaciones de la competencia.

1.5.1.4. Búsqueda directa

Mediante esta vía se encuentra al candidato idóneo para el puesto, por cualquier sistema y de manera personalizada.

1.5.1.5. Anuncios en prensa

Al tratarse de un medio clásico es necesario establecer criterios para actuar, ya que este sistema se ubica con procedimientos que permiten hacerlas más eficaces. Los anuncios tienen un atractivo por sí mismos y los criterios esenciales al redactarlos son:

- a) Debe ser claro y no usar términos o indicaciones raras o erróneas.
- b) Debe responder a la realidad.
- c) Debe incluir los elementos de juicio indispensable para que el candidato potencial tenga una visión clara del puesto y de los requisitos

1.5.1.6. Ferias de empleo

Eventos en donde las empresas participan, teniendo como oportunidad de reunir información directa del capital humano con necesidades laborales.

1.5.1.7. Portales de búsqueda de empleo en internet

Base de datos donde se reúne hojas de vida de candidatos que solicitan empleo, tales como Computrabajo.com, Multitrabajo.com, Porfinempleo.com, Socioempleo.com, entre otras.

1.5.1.8. Redes Sociales

Las redes sociales en Internet han crecido de una manera vertiginosa convirtiéndose en promisorios negocios. Son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos, e ideas de libre expresión. Puede haber muchos tipos de lazos entre los nodos.

Alrededor de 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos como MySpace. Seguido de populares sitios tales como Facebook, Twitter y LinkedIn.

Subrahmanyam (2008 en Ros-Marín, 2009) expone que “las redes sociales son la última herramienta de comunicación en línea que permite a los usuarios crear una entidad pública o semi-pública a través de crear un perfil, lo que le permite ver su cuenta y la de otros usuarios e interactuar con las personas en su red”.

Ros-Martín (2009:3) define como servicio de red social en internet a la “plataforma web cuyo fin es la creación de comunidades en línea mediante la representación de las conexiones personales que los usuarios disponen los unos de otros. En estos servicios se puede compartir información mediante la utilización de servicios agregados de mensajería personal, microblogging, publicación de fotografías, formación de grupos de interés, etc.”.

Facebook

Facebook es el sitio que ofrece acceso a la red social más grande del mundo, es la página web que revolucionó la forma al comunicarse a través, de Internet está formado por varias redes sociales relacionadas entre sí como escuelas, universidades, trabajos y regiones.

El único requisito que se necesita para hacerse miembro de Facebook es una dirección de correo electrónico, la privacidad depende del control individual para

compartir la información. El objetivo de esta página es facilitar a los usuarios el mantenerse en contacto con, amigos, compañeros de trabajo, estudiantes y familiares.

Facebook fue fundada en 2004 por un estudiante de Harvard llamado Mark Zuckerberg, quien ahora la dirige. La aplicación rápidamente fue un éxito en el campus y más tarde se expandió a otras universidades, creciendo hasta convertirse en lo que es hoy.

Twitter

Twitter es una aplicación en la web que permite a sus usuarios escribir pequeños textos de hasta 140 caracteres, que pueden ser leídos por usuarios que tenga acceso a su página. Cada usuario puede decidir leer en su página principal los textos de otra persona o grupo de personas, teniendo siempre disponible lo que otros han escrito recientemente. De esta forma un usuario A puede decidir “seguir” a los usuarios B, C y D, recibiendo los textos que escriben sin tener que acceder a la página de cada uno de ellos.

Es un microblogging, con sede en San Francisco (California), Twitter, Inc. Fue creado originalmente en California, pero está bajo la jurisdicción de Delaware desde 2007, Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006, y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundialmente y se estima que tiene más de doscientos millones de usuarios, generando sesenta y cinco millones de *tweets* al día y maneja más de ochocientos mil peticiones de búsquedas diarias. (Masadelante, 23 de abril del 2012)

Linkedin

Linkedin es una red social que permite la creación de un perfil profesional e incluir, entre otros detalles, la experiencia laboral de quien lo ha creado. Contar con un perfil en Linkedin sirve para establecer redes de contactos con otros profesionales, lo que entrega una ventaja considerable al momento de buscar un

nuevo trabajo, establecer nuevas relaciones comerciales y formar parte de grupos de discusión dentro de esta red.

Es un sitio web orientado a negocios, fue fundado en diciembre de 2002 y lanzado en mayo de 2003, principalmente para red profesional. Fundadores Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant.

(Slideshare, 23 de abril del 2012)

LinkedIn establece ser la mayor red profesional del mundo con 225 millones de usuarios en más de 200 países y territorios de todo el mundo. Su misión la definen como sencilla: “conectar a los profesionales del mundo para ayudarles a aumentar su productividad y rendimiento. Al unirse a LinkedIn obtienes acceso a personas, empleos, noticias, actualizaciones e información que te ayudarán a destacar en tu campo profesional”.

El principal servicio que ofrece LinkedIn es la solución en reclutamiento de talento humano, por lo que se ofrece como una herramienta potente, que permite ampliar las búsquedas más allá de las conexiones que el reclutador posea, para acceder a toda la red LinkedIn y a los 225 millones de usuarios con los que se cuenta. LinkedIn contempla el uso de poderosos filtros que ayudan a concentrarse en los candidatos ideales inmediatamente, sin necesidad de dedicar tiempo a aquellos que no cubren de manera predeterminada el perfil establecido.

1.6. Evolución del Reclutamiento

A partir de la definición de reclutamiento enunciada en el comienzo, se pueden encontrar tres tipos de reclutamiento en función de las diferentes herramientas disponibles, definidos por la autora Martha Alles (2012):

Reclutamiento	<p>Imagen institucional. Las organizaciones basan su atracción en una imagen (más o menos) fuerte/ poderosa que se transmite desde la marca, el edificio, anuncios institucionales, etc.</p> <p>Anuncios de oferta de búsqueda de periódicos</p> <p>Utilización de su propia base de datos.</p> <p>Procesamiento manual de postulaciones recibidas: currículum vitae y carta de presentación, ambos en papel.</p>
Reclutamiento 1.0	<p>Anuncios en el sitio organizacional.</p> <p>Sitios organizacionales en los cuales los interesados pueden dejar sus antecedentes.</p> <p>Utilización de base de datos producto del punto anterior.</p> <p>Publicación de anuncios en periódicos y recepción de postulantes a través de correos electrónicos: currículum vitae y carta de presentación, ambos como adjuntos en un email.</p> <p>Web laborales: anuncios y búsqueda en la base de datos.</p>
Reclutamiento 2.0	<p>Presencia organizacional en las redes sociales.</p> <p>Difusión de vacantes a través de redes sociales.</p> <p>Búsqueda de perfiles acorde a los buscados en las redes sociales.</p> <p>Servicios de búsqueda ofrecidos por las redes sociales.</p>

Figura 5 Evolución del proceso de reclutamiento

Fuente: (Alles, 2012). Social Media y Recursos Humanos

1.7. Proceso de reclutamiento y selección en redes sociales

Las empresas que utilizan este sistema deben registrarse en cualquiera de los diferentes portales de reclutamiento disponibles en Guayaquil que por lo general funcionan a nivel nacional y algunos de ellos a nivel Latinoamérica, para ello debe ingresar a las páginas de Internet, como Facebook, LinkedIn, Computrabajo, Multitrabajo, Porfinempleo, Socioempleo , etc. , siguiendo las instrucciones para registro de empresas, ahí se explica los pasos a seguir, una vez registrada las empresas pueden publicar las ofertas de trabajo o revisar la base de datos de candidatos.

1. Publicación de oferta de empleo

Las empresas publican los anuncios de empleo detallando la vacante, la oferta puede realizarse utilizando o no el nombre de la empresa. Cada anuncio esta por determinado periodo (varía según el portal), la empresa tiene la posibilidad de darlo de baja al cubrir la vacante, asimismo, podrá realizar la lectura y el filtrado de todas las hojas de vida.

2. Selección de la base de datos

La base de datos está formada por todas las hojas de vida cargada por los candidatos, el tamaño o capacidad de almacenamiento varía según el portal que se utilice, la empresa puede hacer uso de los distintos parámetros de filtrado para una búsqueda más eficaz, incluso se puede calificar y hacer anotaciones para futuras referencias y compartirlas con todos los involucrados en la toma de decisiones, como resultado de la selección, la empresa recibe información de todas las hojas de vida que cumplan con los parámetros establecidos.

Con la información se decide si el candidato reúne las condiciones para invertir tiempo en una entrevista personal también se pueden realizar las siguientes operaciones:

- Realizar consultas a la base de datos de candidatos que apliquen a los puestos publicados.
- Recibir notificaciones automáticas por correo electrónico de aplicaciones a las plazas publicadas.
- Consultar el historial de empleos que la empresa ha publicado en el portal.

3. Candidatos activos

El candidato activo es todo aquel que por motivo, desempleado o con empleo y deseos de superación, busca trabajo, para este tipo de candidatos las herramientas en línea constituyen un complemento atractivo a las formas tradicionales de búsqueda de oportunidades de empleo.

En el típico lunes, el día cumbre para la búsqueda de empleo, aproximadamente cuatro millones de personas buscan empleo en los portales de Facebook, LinkedIn, Computrabajo, Multitrabajo, Socioempleo, Porfiempleo.com entre otros, así como en los diarios de mayor circulación del país.

Se consideran que las personas utilizan Internet como herramienta de búsqueda de empleo por la rapidez y eficacia, ya que se puede acceder a mayor información sobre cada compañía y sobre las oportunidades de desarrollo profesional que ofrece,

4. Candidatos pasivos

Según Capelli (2001) son trabajadores que no están buscando un nuevo empleo, pero al manejar Internet de manera usual para otros fines (como, por ejemplo, en trabajos de investigación) pueden llegar a encontrar casualmente nuevas oportunidades de empleo o dejar sus hojas de vida disponibles en la red.

Para estos candidatos resulta especialmente eficaz el medio de reclutamiento consistente en ofrecer puestos de trabajo de la empresa en la propia página Web corporativa. Los candidatos pasivos quizá no decidan visitar una Web de empleo, pero sí las páginas Web corporativas de otras empresas (sobre todo las de la competencia de su empresa actual) en las que casualmente pueden encontrar

ofertas de trabajo interesantes. La red es un medio excelente para dar con personas que están satisfechas con su trabajo actual, pero tienen "curiosidad" por las oportunidades que circulan por la red, a pesar de no estar buscando empleo activamente, los candidatos pasivos raramente tienen preparados y actualizados sus hojas de vida.

Reclutar talentos es uno de los aspectos más valorados en el competitivo entorno laboral actual. Las empresas desean reclutar personas calificadas, en corto tiempo y al menor costo. Los medios de reclutamiento en línea continuamente son más populares tanto para los empleadores como para los candidatos.

De acuerdo a lo investigado se puede determinar que el reclutamiento y selección en línea es un nuevo complemento para las herramientas de recursos humanos, puede considerarse como un canal a la búsqueda de empleo, cuando se anuncia en una página como Facebook, Twitter, LinkedIn o portales de búsqueda de empleo. Por otro lado, existen determinadas ofertas de empleo que se "venden" utilizando sólo los diarios escritos.

1.8. Tecnologías de Información y Comunicación

Acerca de las Tecnologías de la Información se puede mencionar que son aquellas formas de comunicación que se basan en el desarrollo de la informática, las telecomunicaciones y finalmente la microelectrónica, que implican la obtención de nuevas maneras de interrelacionar a las personas, (Cabero, 1998). Es decir, que son herramientas automatizadas que permiten a los usuarios acceder a información personal u otros contenidos digitales.

Por otro lado, Mela, (2011) indica ciertas características que poseen las nuevas tecnologías de la información, como por ejemplo:

1. La inmaterialidad, esto es información a la cual se tiene acceso por medio de dispositivos de almacenamiento, como pen drives, cd's, etc.
2. La instantaneidad, es decir, la obtención rápida de la información o de comunicación que se puede realizar en tiempo real.
3. La interactividad, es decir que permite interactuar entre dos o más personas ya sea por medio de sitios web, mails, foros, mensajes, videoconferencias, wikis, blogs, etc.
4. La automatización de tareas, que consiste en la ejecución de las actividades de manera automática, de manera segura y eficaz.

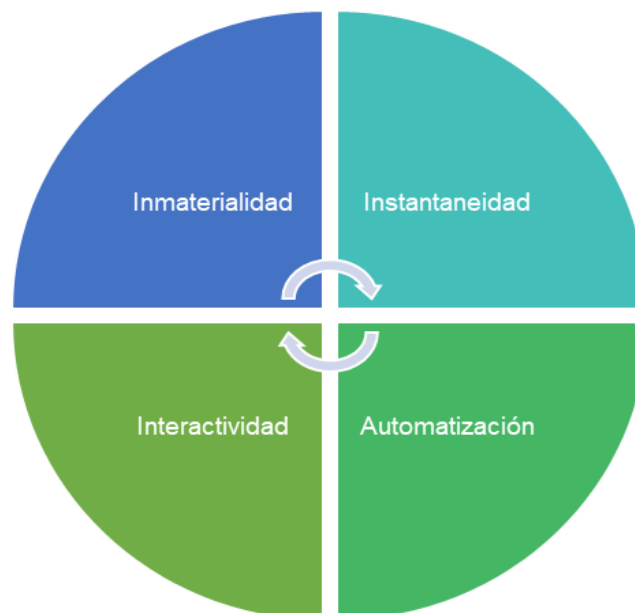


Figura 6. Características de las TIC

Tomado de: "Manual de procesos de las tecnologías de información y comunicación como herramienta para la selección y entrenamiento de un conglomerado en la ciudad de Guayaquil", (Briones D. & Saca P., 2015)

Las tecnologías de información y comunicación ofrecen el beneficio de proporcionar datos que el investigador quiera, sin que el lugar donde se encuentre sea visto como una dificultad. Los datos requeridos pueden ser trasladados en dispositivos que no representan una carga para el usuario, al

poseer esta información se pueden resolver situaciones en la vida diaria, la herramienta más usada para la búsqueda de datos en la actualidad son los ordenadores y los teléfonos móviles con acceso a internet.

1.8.1. Ventajas de las tecnologías de la información y comunicación

Las empresas en la actualidad acuden a las tecnologías de información y comunicación para tener datos base sobre las cuales puedan realizar sus planes de acción, razón por la cual, se han vuelto una herramienta poderosa para ellas. A través de las tecnologías de información y comunicación, las compañías han establecido grandes estructuras organizacionales, procesos, comunicación, de manera que todos los integrantes de la empresa, trabajen de manera coordinada y apuntadas a un solo beneficio.

En referencia a Cedeño (2010) describen algunas ventajas para las compañías que emplean las tecnologías de información y comunicación en su modelo de negocios:

- Datos que permitan evaluar los costos de una empresa.-
- Control en los procesos de producción y estudio de mercado en la gestión de atención al cliente.
- Análisis económico en el segmento para mejorar la toma de decisiones.
- Cambios en la estructura organizacional de la compañía y administración del talento humano.
- Evitar una dirección centralizada que retrase los procesos de datos de la compañía.
- Actualizar la administración del talento humano.

Con referencia en el área comercial.-

- Ampliación del mercado potencial.
- Bajo nivel de los costos de distribución.
- Aplicación de las innovaciones en servicios y manejo de clientes.
- Mejoramiento de la imagen como empresa innovadora.

El propósito de esta investigación se concentró en una parte del reclutamiento por medio de internet que ha empezado a tomar un gran auge y que en particular las Redes Sociales como LinkedIn, Facebook, Twitter o YouTube por mencionar algunas de las más populares en el mundo. Sin embargo el uso que se les da a las redes sociales como parte del reclutamiento vía internet es diferente. La de LinkedIn sobre todo, es una red profesional para intercambiar información propia y de negocios, que probablemente la fuente que más usan los reclutadores en muchas partes del mundo, LinkedIn es la red social enfocada al empleo que tiene 150 millones de miembros, 60 de ellos en los EEUU. Es también una de las redes sociales de más alto crecimiento; esta empresa está logrando obtener un millón de suscriptores nuevos por semana y con un total de 100 millones es considerada como una de las empresas privadas más fuertes en cuanto a las redes sociales.

La mayoría de los usuarios de esta red son profesionales, esto nos indica que los usuarios están interesados en compartir su vida laboral con los demás usuarios y así crear una probabilidad de conseguir un empleo en las empresas que reclutan por medios. Moreno (2008) nos dice que un reclutador reciba 300 aspirantes por cada vacante publicada puede ser una maldición, sobre todo si el 70% no cubre con los requerimientos del puesto. El 60% de las personas que buscan trabajo utilizan Internet como principal recurso, por lo cual las postulaciones por vacante está en constante ascenso, de ahí que el problema actual de los reclutadores no sea la cantidad, sino la calidad de los CV recibidos, según un estudio de la bolsa de trabajo por Internet Multitrabajo.com a nivel internacional.

Otra forma de utilización de internet y las redes sociales, de acuerdo con Centro de Estudios para la Carrera del IE Business School de Madrid, 91% de las empresas revisan las redes sociales antes de hablarle a un candidato para una entrevista, por lo que una mala foto o insultar frecuentemente en Twitter puede dejar fuera al candidato de un proceso de selección. Lo anterior es uno de los mayores cambios en el mundo del reclutamiento, de acuerdo al referido centro de estudios.

El uso de las redes sociales se ha vuelto una fuente adicional para encontrar candidatos entre otras cosas por el tiempo de localizarlos y sobre todo el costo que representa versus los métodos tradicionales fuera de internet; el costo de reclutamiento para las empresas que utilizan estos medios ha disminuido en 57% en España y similares cantidades en Ecuador, de US\$2,000 a US\$3,500 por proceso.(Miñarro, 2004)

Un ejemplo interesante del uso de las Redes Sociales en el reclutamiento lo hizo una compañía de seguros muy conocida. En el 2011 AXA en México lanzó por primera vez una campaña de reclutamiento de agentes de seguro a través de las redes sociales como una oportunidad de innovar la forma de encontrar empleo, con la meta de llegar a tener hasta 10 mil agentes en el 2015. Durante las campañas previas más de 200 mil personas habían visitado la página web de reclutamiento de agentes de seguros.

De acuerdo a un estudio que realizó Porfienempleo.com, 63% de los profesionales en Ecuador utilizan este medio para encontrar trabajo y el 63% de los internautas que están en la búsqueda son mayores a 18 años.

De acuerdo con un reporte denominado “El Uso de las Redes Sociales de las Empresas en México” publicado en internet por el sitio socialrecruitment.com.mx, el único antecedente que se pudo obtener en México sobre este tema, publicado por Intelexion, empresa líder en el desarrollo de software para Recursos Humanos. Este artículo está basado en un estudio realizado. Este estudio evidencia que un 32% de las empresas estudiadas utilizan las Redes Sociales como medio de reclutamiento y selección, con la información que encuentran ahí, ellos elaboran una lista de los candidatos que se adecuan

al puesto, esto reduce costos en el proceso. Solamente un 11% las utiliza como medio de colaboración y coordinación de actividades. Cabe destacar que el 19% de las empresas se ha visto beneficiada con ellas usándolas como medio de comunicación, interacción directa con el cliente, empleados y socios, mostrando que las ventajas que brinda son su fácil acceso y velocidad, dando una ventaja importante al recibir información en tiempo real.

Mostrar un panorama diferente sobre el uso de las Redes sociales en una empresa, rompiendo con el esquema de “son solamente una distracción para los empleados”, y mostrar el beneficio que Recursos Humanos podría obtener de ellas, la importancia de la evolución en los medios y la adaptabilidad de las empresas. Al brindar a la empresa una vista a la personalidad real de sus empleados y de los candidatos a nuevos puestos de trabajo, ofrecen un claro panorama de cómo encajaría el empleado en la empresa. En otro ensayo interesante, menciona a “*las redes sociales como aliadas del departamento de Recursos Humanos*”. (Ríos, 2010). Para poder implementar este medio, se tienen que tener muy bien marcadas las reglas en cuanto a su uso, de forma que sea benéfico y no contraproducente para la empresa, es necesario saber el límite respecto a la información de la empresa y clientes que se planea compartir. El uso correcto de las Redes Sociales puede mejorar la imagen pública de la empresa, generar ideas, tener mayor contacto con el cliente, reclutar talentos y resolver problemas.

En la revista Decisión, un interesante artículo sobre el tema de reclutamiento en internet y redes sociales en México también, el autor lleva a cabo entrevistas a gerentes de reclutamiento en empresas de outsourcing como Manpower y Adecco y encontró que dichas empresas especializadas en recursos humanos y las grandes firmas transnacionales ya están usando estos medios, aunque para las pequeñas y micro empresas, que son mayoría en el estado de Veracruz donde se centró el estudio, el uso de las tecnologías ha sido lento.

De acuerdo con un estudio de Manpower, el 73% de los profesionales en México tiene un perfil dado de alta en alguna red social y cerca del 50 por ciento de estos profesionales ha recibido o conoce a alguien que ha encontrado una oferta de trabajo. En Adecco, el

encargado comentó que tradicionalmente se colocaba un anuncio en el periódico y se esperaba a que la gente viniera, pero en Adecco no se espera que el candidato venga a nosotros, sino que nosotros salimos a buscarlos. Esto se hace mediante redes sociales que funcionan como auténticos currículums vivientes y benefician la búsqueda de personal. En este sentido, y en todo lo anterior citado, el área de reclutamiento y selección está registrando muchos cambios al evolucionar el mercado en el uso de tecnologías.

1.8.2. Herramientas de las nuevas tecnologías de la información aplicadas en los procesos de recursos humanos

Relacionados con el ingreso de las personas

Consiste en el proceso de reclutamiento en donde se espera generar bases de datos con candidatos cualificados para una vacante, apoyado en herramientas tecnológicas como mails, portales de empleo, foros en línea, etc. La selección consiste en la elección de los candidatos para la ocupación de la vacante, ya sea de manera inmediata o en el futuro.

En las industrias, es muy importante que se cuente con tecnología para escoger al personal adecuado, es por esto que se aplica el uso del Data Mining por ejemplo. Adicionalmente, el Spring, contribuye a la racionalización de los procesos de selección para disminuir la carga laboral.

Los procesos de inducción implican que se dé a conocer al personal información relevante de la compañía, las actividades que realizarán, etc. con la finalidad de que exista apoyo a través de softwares especializados.

Relacionados con las funciones.

Funcionan como soporte en la ejecución de las actividades que se encuentran asignadas a cada uno de los puestos de trabajo. Las nuevas tecnologías de la información pueden ser herramientas aplicables a la administración y gestión del talento humano.

Relacionados con la compensación.

Las compensaciones sociales cuando se realizan por medio de canales electrónicos, permite que se consideren como incentivo al trabajo del colaborador ya que son más rápidas y eficientes. Las recompensas que entrega la entidad a sus trabajadores son de diversas índoles, que indican productividad en las funciones desempeñadas.

Relacionados con la adquisición de conocimientos.

El aprendizaje en el puesto de trabajo, permite a las nuevas tecnologías de la información entrenar y formar a los colaboradores ya que le permiten relacionarse con las actividades de cada uno de los puestos mientras se aprenden las funciones. Además el entrenamiento, implica el desarrollo de las destrezas, las actitudes y comportamientos que debe poseer el individuo en un puesto determinado con el objetivo de volver a la persona más eficiente.

Parte de las herramientas utilizadas en este punto son el E-Learning que consiste en educación en línea a través de portales o sitios web en donde de manera constantemente es posible conocer nuevas personas y adquirir conocimientos que le servirán para desenvolverse en el puesto de trabajo.

Relacionados con las condiciones de trabajo.

Las condiciones en el área laboral es un índice altamente peligroso en las entidades, ya que representa el tipo de desarrollo que puede tener el individuo en donde el grado de satisfacción se basa en las necesidades personales que cada uno tenga. Las nuevas tecnologías de la información que se utilizan son los softwares de diagnóstico, como el ISOSYSTEM que mide el grado de satisfacción laboral que tiene el empleado, páginas web con intranet para los comentarios y discusión del personal, entre otras.

Relacionados con la evaluación.

Los procesos que evalúan a la entidad requieren de las nuevas tecnologías de la información para facilitar el desarrollo de las actividades logrando obtener mejores resultados. La implementación de este tipo de programas que evalúe el desempeño del personal, detecta las áreas en las que se debe trabajar más, ya sea de manera operativa o en el comportamiento del individuo. No se busca criticar, sino más bien servir de retroalimentación a las actitudes y aptitudes que se tienen y que no pueden ser percibidas por sí mismos.

1.9 Marco Legal

Sobre la protección del derecho a la intimidad cabe citar la reforma al Código Penal por parte de la Ley de Comercio Electrónico, Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas publicada en Ley No. 67. Registro Oficial. Suplemento 557 de 17 de Abril del 2002, concretamente el Libro III del Código Penal Ecuatoriano, Título I Capítulo III “de las contravenciones de tercera clase”, en su artículo 606.19 se hace referencia a “los que violaren el derecho a la intimidad, en los términos establecidos en la Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos”. Los delitos contra la intimidad personal en la red, bien por medio de redes sociales o por cualquier otro medio virtual, no están tipificados y con alcance transfronterizo en la legislación ecuatoriana, que prepara actualmente la reforma integral de su Código Penal, para la inclusión de estos tipos, así como de otros delitos informáticos.

CAPITULO II. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Diseño de Investigación

Diseño de investigación de enfoque mixto. Las investigaciones se originan de ideas. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014) En este trabajo, se realizará un primer acercamiento a la realidad objetiva desde la perspectiva cuantitativa a través de encuestas que serán tabuladas e interpretadas, para luego ir a la perspectiva subjetiva desde la aproximación cualitativa. Este segundo momento, se lo realizará a través de entrevistas a expertos en el área de selección y reclutamiento de talento humano, y un grupo focal con personas en una misma empresa que fueron contratados a través de un portal de empleo en internet.

2.2. Tipo y alcance de la investigación

La investigación es de tipo no experimental ya que se realizará observación de un fenómeno tal como se dan en su contexto natural para ser analizados o manipulado en sus variables. (Bernal, 2010)

El alcance de este estudio será de tipo exploratorio el cual proporcionará el panorama general acerca del fenómeno poco estudiado del internet y las redes sociales como fuente para el reclutamiento de personal y como los empresarios perciben la utilidad en la evolución de la gestión de talento humano. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Se realizará estudio de tipo descriptivo de corte transversal a través del cual se evaluará la percepción del uso del internet y las redes sociales en el reclutamiento y selección de personal. La característica de orden transversal será dada por una única muestra tomada a través de un cuestionario aplicado a un grupo del sector empresarial del plástico, un grupo de personas que usaron las redes sociales y portales de empleo para laborar en una empresa productiva de sector del plástico y un grupo de expertos en gestión de talento humano.

Finalmente, alcance explicativo ya que se pretende generar un entendimiento y comprensión del fenómeno del uso de internet y redes sociales en el reclutamiento y selección de talento humano para la industria del plástico.

2.2. Métodos de recolección de datos

Siendo este el medio a través del cual se responderá la pregunta de investigación para lograr los objetivos del estudio originados del problema de investigación, se considera un aspecto muy importante. (Bernal, 2010)

Para la fase de recopilación de datos se utilizarán fuentes primarias y se aplicarán encuestas a empresas del sector industrial del plástico, así también se aplicará una entrevista a un grupo de profesionales de servicios de selección y reclutamiento de personal.

Adicionalmente, se realizará un grupo focal con 10 colaboradores usuarios de internet y redes sociales, que fueron contratados a través de internet y redes sociales.

2.3. Método y Tipo de muestra

El estudio tendrá el método de muestreo no probabilístico. El tipo de muestra que se utilizará en este proyecto será una muestra a conveniencia tanto para la encuesta interna como para la entrevista y grupo focal. La muestra por conveniencia está formada por los casos disponibles a los cuales se tiene acceso.

2.4. Variables de la investigación

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014), las variables se definen como cualquier cosa que cambia de un instante de tiempo a otro; permite observar diferencias cuantificables, por lo general en magnitud o fuerza, o en dirección.

Las variables que se trabajarán en el desarrollo de la investigación son de tipo cualitativo pues miden los niveles de las percepciones que tienen los usuarios del servicio como insumo necesario para la elaboración del Plan Estratégico con el fin de mejorar la competitividad empresarial.

Tabla 1. Variables a considerar de la investigación

Variables	Descripción
Internet	Internet es una red de redes que permite la interconexión descentralizada de computadoras a través de un conjunto de protocolos denominado TCP/IP. (Pérez, 2008)
Redes Sociales	Serie compleja de interrelaciones dentro de un sistema social (Requena, 2000)
Reclutamiento de Personal	Werther y Davis (2001) indican que el proceso de reclutamiento de personal comienza a raíz de un requerimiento o solicitud de empleados para ocupar una vacante.

2.4.1. Encuesta a empresas en la industria del plástico

Con la realización de la encuesta a los empresarios en la industria del plástico se quiere obtener la siguiente información:

1. Conocer qué tipo de reclutamiento tienen las empresas de este sector.
2. Conocer el uso y frecuencia de internet y redes sociales para reclutamiento de personal en las empresas del sector
3. Conocer la percepción del uso de internet y las redes sociales como fuente de reclutamiento de personal.

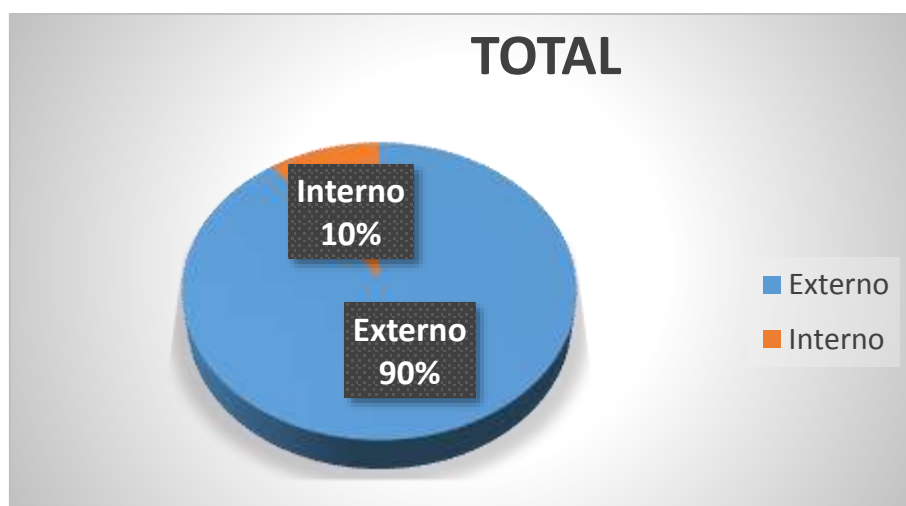
2.4.2. Población y la muestra de la encuesta a empresarios industria del plástico:

Se recurrió a la Asociación Ecuatoriana de Plásticos – ASEPLAS quién proveyó un listado de 100 empresas a nivel nacional. Se revisó la lista y se cruzó con información de empresas con presencia en la web con el supuesto que las mismas tienen acceso al manejo de las tecnologías de la información y portales en general. Se determinó la muestra de 60 empresas de la ciudad de Guayaquil para entrevistar.

Resultados de la encuesta a empresarios

Tabla 2. *¿En la empresa qué tipo de reclutamiento realiza para llenar una vacante?*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Externo	54	90%
Interno	6	10%
TOTAL	60	100%

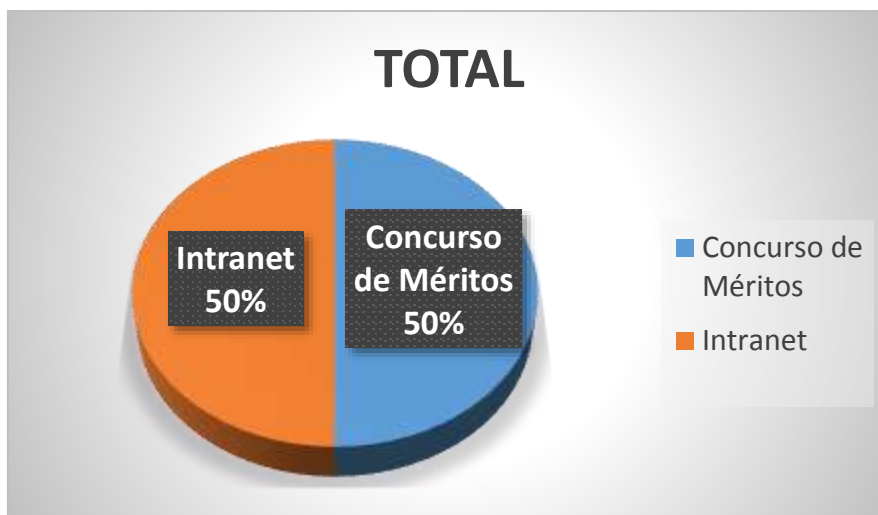


Elaborado por: Autor, 2018.

Al obtener la respuesta de que el 100% desconoce si la peluquería cuenta con un Plan estratégico, esto justificará las estrategias formuladas para elaborar y difundir misión, visión, objetivos, valores a los colaboradores.

Tabla 3. *En caso de que utilice el reclutamiento interno. ¿Qué medios utiliza para dar a conocer la vacante?*

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Concurso de Méritos	3	50%
Intranet	3	50%
TOTAL	6	100%



Elaborado por: Autor, 2018.

Tabla 4. *En caso de que utilice el reclutamiento externo. ¿Qué medios utiliza para dar a conocer la vacante?*

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Redes Sociales	35	45%
Portales de Empleo	38	49%
Diarios del país	3	4%
Mailing	1	1%
TOTAL	77	100.00%

Elaborado por: Autor, 2018.

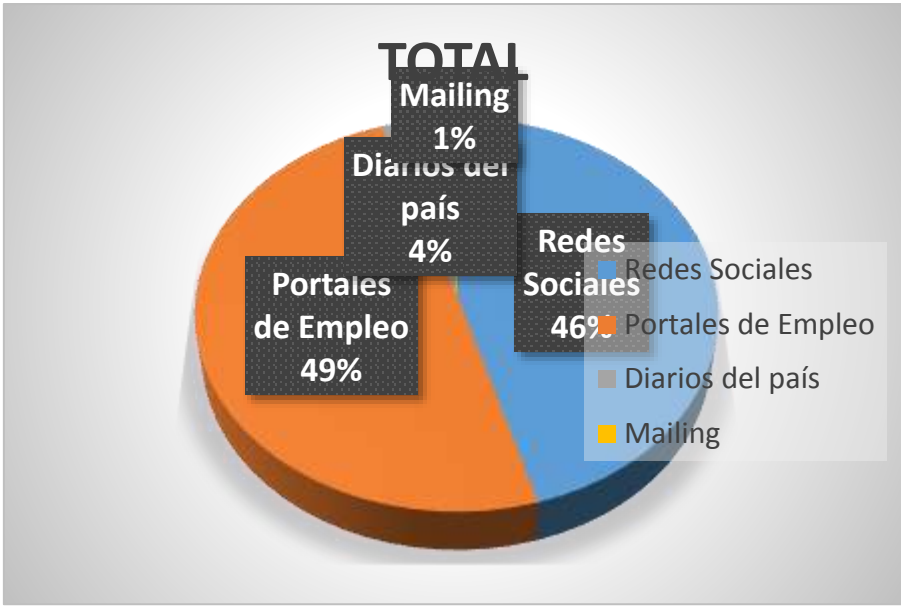
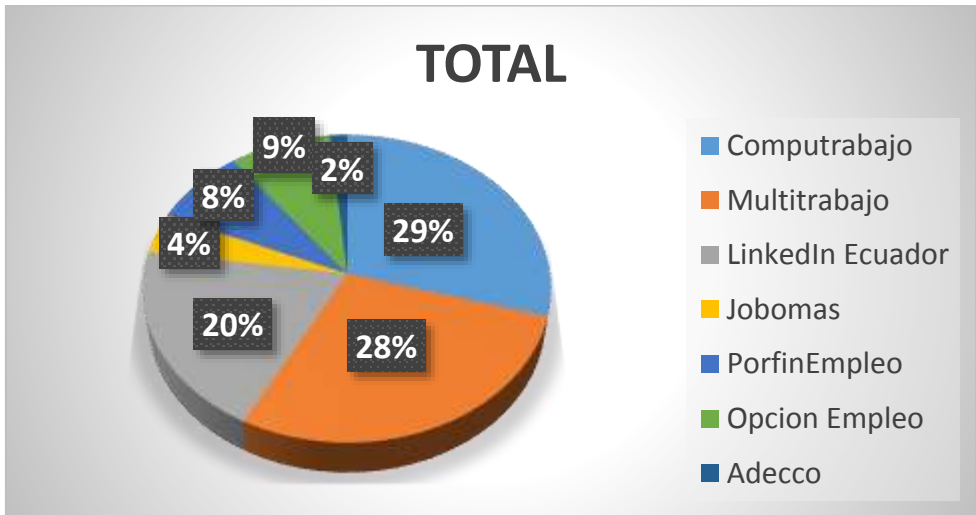


Tabla 5. ¿Conoce los medios de publicaciones digitales?

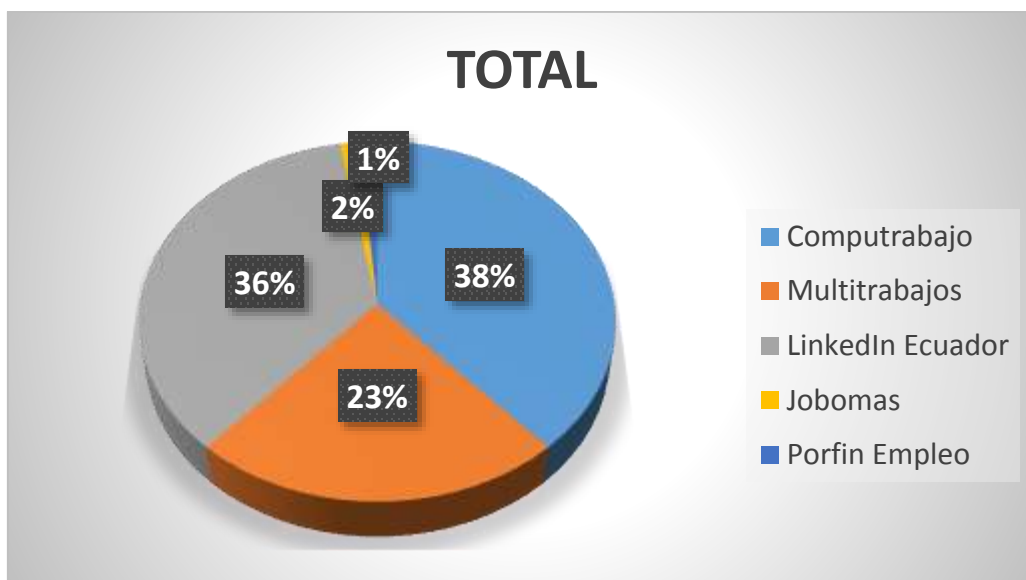
VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Computrabajo	57	29%
Multitrabajo	55	28%
LinkedIn Ecuador	38	20%
Jobomas	8	4%
PorfinEmpleo	16	8%
Opcion Empleo	17	9%
Adecco	3	2%
TOTAL	194	100%



Elaborado por: Autor, 2018.

Tabla 6. ¿Ha utilizado alguno de estos medios de publicaciones de empleo digitales?

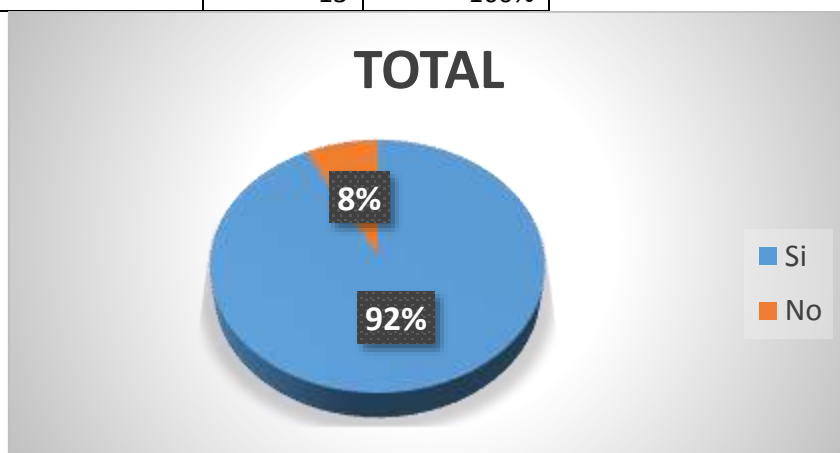
VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Computrabajo	28	38%
Multitabajos	17	23%
LinkedIn Ecuador	26	36%
Jobomas	1	1%
Porfin Empleo	1	1%
TOTAL	73	100%



Elaborado por: Autor, 2018.

Tabla 7. *Si no lo ha hecho aún, ¿Lo utilizaría?*

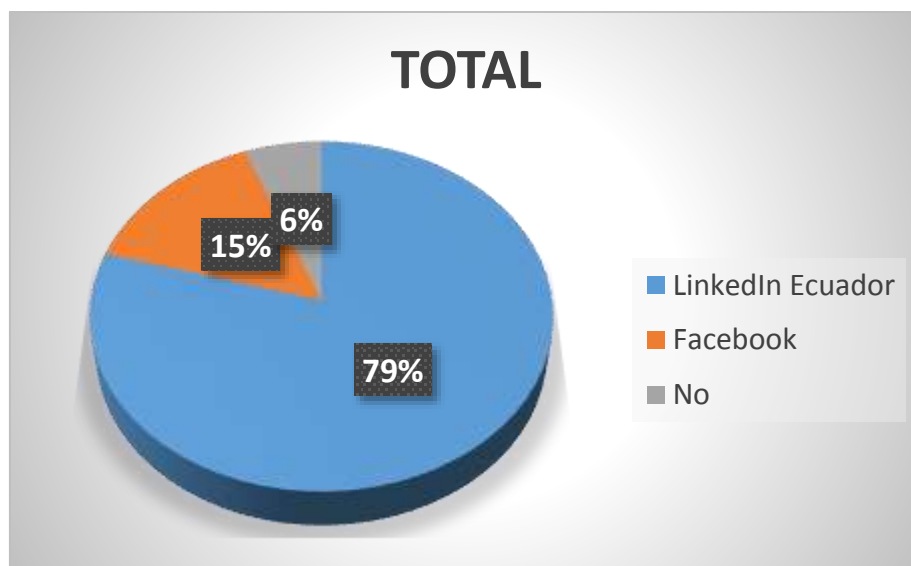
VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	12	92%
No	1	8%
TOTAL	13	100%



Elaborado por: Autor, 2018.

Tabla 8. *¿Ha utilizado redes sociales para publicar empleos de su empresa?*

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
LinkedIn Ecuador	27	79%
Facebook	5	15%
No	2	6%
TOTAL	34	100%



Elaborado por: Autor, 2018.

Tabla 9. *Si no lo ha hecho aún, ¿Lo utilizaría?*

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Si	12	52%
No	11	48%
TOTAL	23	100%

Elaborado por: Autor, 2018.

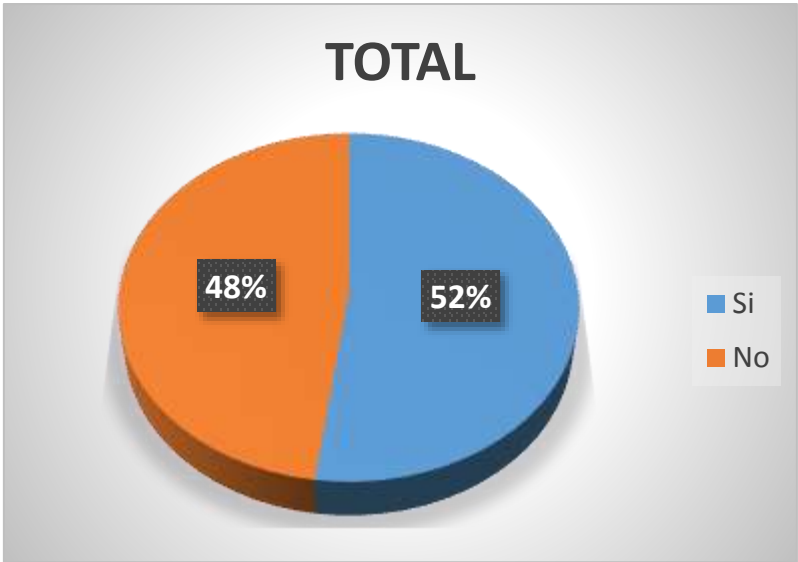


Tabla 10. *¿Ha utilizado sobre softwares que automatizan el proceso de selección en la fase de toma de test? Indique cuáles*

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
Test de nivel intelectual	20	56%
Test de aptitud	10	28%
Test de personalidad	4	11%
No	2	6%
TOTAL	36	100%

Elaborado por: Autor, 2018.

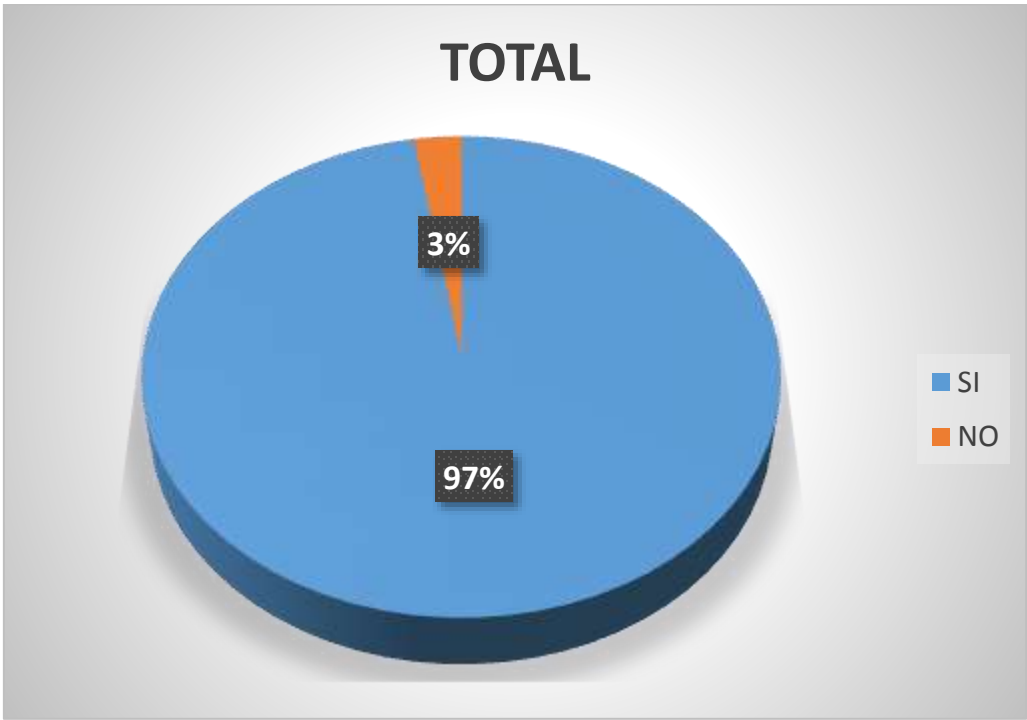
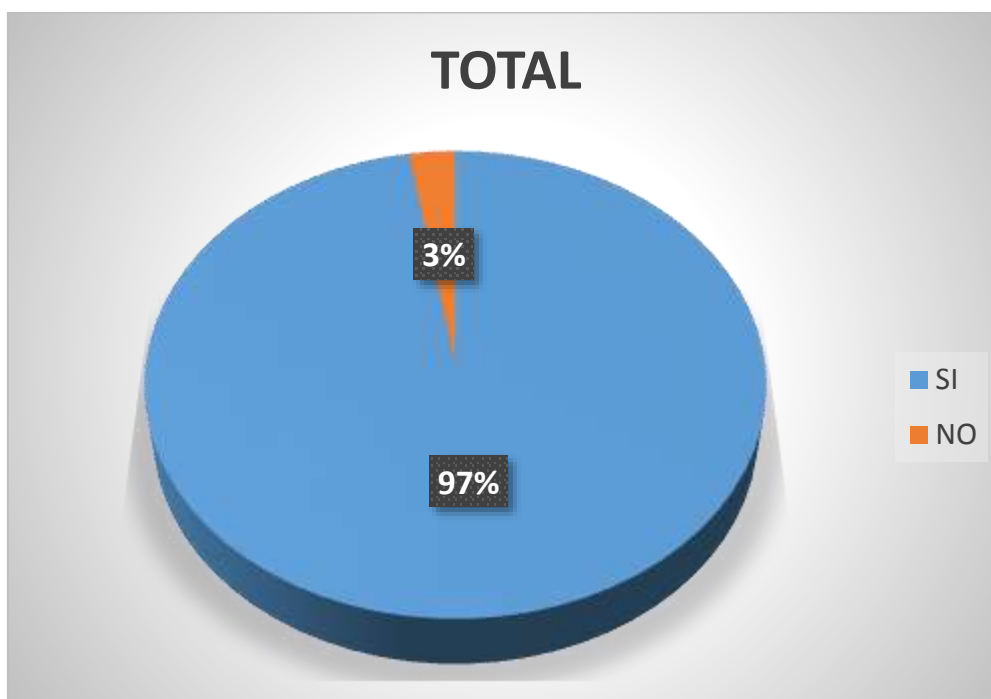


Tabla 11. *Si no lo ha hecho aún, ¿Lo utilizaría?*

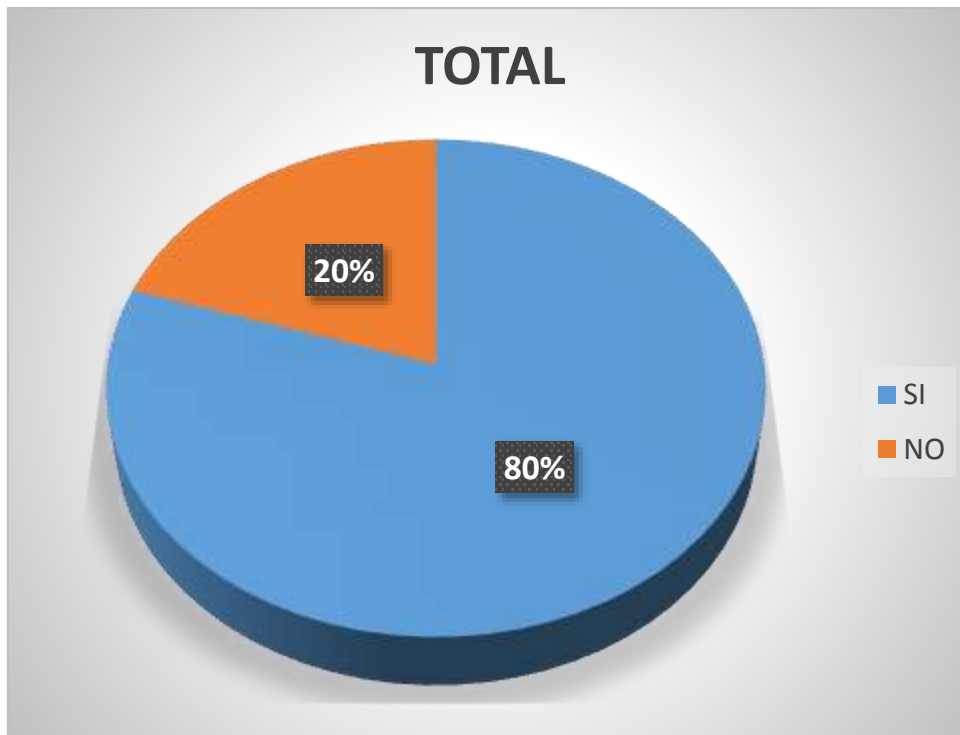
VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
SI	37	97%
NO	1	3%
TOTAL	38	100%



Elaborado por: Autor, 2018.

Tabla 12. *¿Cree que se deba analizar a un candidato utilizando sus redes sociales?*

VARIABLE	TOTAL	PORCENTAJE
SI	48	80%
NO	12	20%
TOTAL	60	100%



Elaborado por: Autor, 2018.

2.5. Entrevista a profundidad a expertos

Con la realización de la entrevista a expertos se quiere obtener la siguiente información:

1. Conocer los medios de reclutamiento de personal
2. Conocer el uso de internet y redes sociales para sus procesos de selección.
3. Conocer si están de acuerdo con el uso de los perfiles para análisis de candidato.

2.5.1. La población y la muestra de la entrevista a profundidad a expertos.

La población a la que se aplicará el instrumento de recopilación de datos de la entrevista son empresas y profesionales dedicadas a la selección y reclutamiento de personal. Por tratarse de técnicas propia de cada una de las empresas, y la revelación de información como efectividad, satisfacción de sus clientes, entre otros, han preferido mantener el anonimato tanto del nombre del profesional como el de sus empresas.

2.5.2. Resultados de la encuesta realizada:

Tabla 13. Tabulación de resultados entrevista a profundidad a expertos

PREGUNTAS	EMPRESA 1	EMPRESA 2	EMPRESA 3	EMPRESA 4	EMPRESA 5	INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS
<p>1. ¿Las redes sociales (Facebook, LinkedIn, Etc.) son una fuente apropiada para reclutar futuros candidatos en su empresa?</p>	SI	NO	NO	QUIZAS	SI	<p>Dos de las empresas que fueron entrevistadas, consideran que las redes más utilizadas en el momento son Facebook y LinkedIn esto debido a que son las de mayor impacto y reconocimiento por las diferentes generaciones que integran las sociedad; se caracterizan por su practicidad, ya que permiten establecer y mantener relaciones interpersonales más cercanas, rompiendo barreras de comunicación y disminuyendo tiempos de entrega de los mensaje que quiere transmitir el emisor, al receptor; las otras dos empresas restantes de la muestra, consideran que las redes sociales, no sirven como fuentes de reclutamiento, ya que no garantizan que la información que colocan los usuarios en los portales sea real, siendo poco confiable para captar personal competente, teniendo siempre en cuenta los requerimientos de los clientes.</p>

<p>2. ¿Cuál cree que es la red social más popular y utilizada en la actualidad en Guayaquil?</p>	<p>FACEBOOK-TWITTER</p>	<p>FACEBOOK</p>	<p>FACEBOOK</p>	<p>FACEBOOK</p>	<p>FACEBOOK</p>	<p>La empresas encuestadas coinciden en que la red más utilizada a nivel nacional es el Facebook, ya que es la de mayor reconocimiento y popularidad; a través de esta red, los usuarios pueden estar informados de los cambios que se generan minuto a minuto de las personas que tienen una cuenta, aunque también pueden ser vulnerables para que se malinterprete o altere la información que se publica en este tipo de páginas; pero sin importar esto, las redes sociales son un medio para generar relaciones interpersonales y comunicarse con la sociedad en general, sin importar la cultura, el idioma, la religión o incluso la raza.</p>
<p>3. Para un adecuado proceso de administración de personal es preciso hacer</p>	<p>USODE NUEVAS HERRAMIENTAS</p>	<p>USODE NUEVAS HERRAMIENTAS</p>	<p>USODE NUEVAS HERRAMIENTAS</p>	<p>USODE NUEVAS HERRAMIENTAS</p>	<p>USODE NUEVAS HERRAMIENTAS</p>	<p>Todos los entrevistados consideran que es conveniente para la adecuada administración de personal en misión estará la vanguardia de nuevas herramientas que faciliten los procesos que se manejan al interior de este tipo de empresas, no solo teniendo en cuenta las nuevas IT, Software, Hardware, sino las redes sociales, ya que consideran que a medida que pase el tiempo se irán perfeccionando en el uso.</p>

<p>4. ¿Cuál es el medio más utilizado por su empresa para difundir ofertas de empleo?</p>	<p>LINKEDIN / MULTITRABAJO</p>	<p>COMPUTRABAJO</p>	<p>LINKEDIN / MULTITRABAJO</p>	<p>COMPUTRABAJO</p>	<p>FACEBOOK</p>	<p>Dos de las empresas encuestadas utilizan como fuente de reclutamiento la página Computrabajo.com, siendo esta una página gratuita que no genera costos a las empresas, es vista como un medio efectivo para reclutar personal de cargos operativos y asistenciales; las dos empresas restantes, utilizan la página de manera compartida LinkedIn y Multitrabajo.com, considerada como páginas más reconocidas en el mercado y utilizada para cargos medios (coordinadores y supervisores) y altos (Gerenciales y Directivos). Se puede concluir, que la mayoría de las empresas no invierten económicamente en las fuentes de reclutamiento. Observamos que para cargos operativos, las fuentes de reclutamiento que no tienen costo son las más efectivas; mientras que para cargos Gerenciales y Directivos, tienen más acogida las que tienen costo, por su complejidad en los requisitos exigidos en dichos perfiles.</p>
---	------------------------------------	---------------------	------------------------------------	---------------------	-----------------	--

<p>5. ¿En su empresa creen que es mejor hacer las cosas como siempre se han hecho para así evitar malos entendidos?</p>	<p>SI</p>	<p>SI</p>	<p>NO</p>	<p>TALVEZ</p>	<p>TALVEZ</p>	<p>Delas empresas encuestadas, dos dicen que SI deben hacer el proceso como habitualmente lo realizan, una considera que NO y las otras dos restantes consideran que tal vez con el fin de evitar equivocaciones que causen malestar en los clientes. Se puede decir, que las empresas siguen utilizando el método tradicional en la búsqueda de personal. Las redes sociales, en nuestro país no tienen acogida para este tipo de procesos en áreas de Gestión Humana, ya sea porque la información que publican los posibles candidatos no es confiable o es vulnerable para cualquier tipo de alteración; afectando de tal forma, la credibilidad de la selección que realizan este tipo de empresas, para sus clientes, sin importar su actividad económica.</p>
---	-----------	-----------	-----------	---------------	---------------	--

<p>6. ¿Creería pertinente analizar nuevos métodos de reclutamiento en la búsqueda de futuros candidatos para mejorar tiempos y efectividad de los procesos de RR.HH.?</p>	<p>SI</p>	<p>SI</p>	<p>SI</p>	<p>SI</p>	<p>SI</p>	<p>Los representantes de las cinco empresas de servicios de selección consideran que se debe innovar en las fuentes de reclutamiento, ya que permite tener un mayor número de candidatos que cumplan con los requerimientos y perfiles de cargo que solicitan las empresas clientes. Es importante que las empresas vayan a la vanguardia de los constantes cambios de la globalización y las nuevas tecnologías informáticas, facilitando la búsqueda de potenciales candidatos.</p>
<p>7. ¿Cree que el uso de las redes sociales permite identificar características importantes en los candidatos según el perfil que se está buscando, antes de una entrevista?</p>	<p>Si, se pueden identificar</p>	<p>No debería mezclarse la vida privada con lo laboral</p>	<p>No</p>	<p>Si es posible</p>	<p>Si pueden identificarse rasgos personales</p>	<p>3 de las 5 empresas encuestadas coinciden en que si es posible identificar ciertas características importantes de los candidatos en sus redes sociales. Las otras 2 comentaron que no se debían mezclar la vida social privada con temas laborales.</p>

<p>7. ¿Apoya el hecho que las redes sociales pueden aportar buenos resultados en el reclutamiento de su organización?</p>	<p>SI</p>	<p>NO</p>	<p>TALVEZ</p>	<p>QUIZAS</p>	<p>SI</p>	<p>Dos de las empresas consideran que las redes sociales podrían aportar en la búsqueda de candidatos, una considera que las redes sociales NO aportan en la búsqueda de candidatos que cumplan con requisitos de los clientes; una considera que las redes sociales tal vez aportan al reclutamiento de personal pero no dejan de lado las fuentes cotidianas para la búsqueda de candidatos y la empresa restante considera que QUIZAS pueden aportar al mejoramiento de la búsqueda de candidatos potenciales para atender los requerimientos de los clientes. Esta información sustenta y ratifica que aún no se está sacando provecho a las redes sociales, ya que permitiría tener otra opción de captar hojas de vida en un menor tiempo y agilizaría teniéndolas en cuenta como fuente.</p>
---	-----------	-----------	---------------	---------------	-----------	---

<p>8. COMENTARIOS Y/OSUGERENCIAS</p>	<p>Cada vez hay que invertir y estar actualizados en mecanismos de obtención de hojas de vida de candidatos como de herramientas de valoración de los mismos.</p>	<p>No me parece adecuado utilizar estas redes sociales para realizar el reclutamiento, porque, la seriedad del proceso queda en duda y todos consideran cumplir el perfil y nos tocaría realizarla preselección de hojas de vida con candidatos que no tienen la experiencia que requerimos.</p>	<p>Considero que las redes sociales pueden ser útiles en procesos de reclutamiento de personal para ciertos cargos en los que se maneja cierto tipo de población, en tanto este es un espacio que se maneja entre personas en su gran mayoría jóvenes, aunque están en auge, todavía existen grupos de personas que no tienen acceso a ellas. Por tanto dependiendo del cargo se puede determinar la efectividad del reclutamiento a través de estas herramientas.</p>		<p>Me parece apropiado el uso de las redes sociales como fuentes de reclutamiento por el acceso masivo de personas, donde fácilmente se pueden propagar las vacantes y tener mayor resultado de la consecución de hojas de vida. En mi caso he creado una cuenta en Facebook, donde publico las vacantes que tengo con mis clientes, siendo muy confidencial en la información que presento allí y ha sido de gran ayuda.</p>	<p>De acuerdo a las sugerencias, se puede interpretar que el reclutamiento por medio de redes sociales no es efectivo en 4 de estas empresas. Solamente una ha tenido éxito a la hora de buscar talentos, tal vez por el tipo de perfiles de cargos altos, que requieren empresas de reconocimiento y trayectoria en el mercado a nivel local y nacional.</p>
--------------------------------------	---	--	--	--	---	---

2.6. Grupo focal

Además de la encuesta y la entrevista se reúne a un grupo de empleados de una industria determinada de plástico. La Directora de Talento Humano aseguró haber contratado a estas 8 personas para cargos operativos y asistenciales a través de internet lo que supone que son personas que usualmente utilizaban esta herramienta para búsqueda de empleo.

La técnica de grupos focales es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos. González Rey(2007) lo define como una forma de entrevista grupal que utiliza la comunicación entre investigador y participantes, con el propósito de obtener información. Para Martínez-Miguel, el grupo focal "es un método de investigación colectivista, más que individualista, y se centra en la pluralidad y variedad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes, y lo hace en un espacio de tiempo relativamente corto". El trabajar en grupo facilita la discusión y activa a los participantes a comentar y opinar aún en aquellos temas que se consideran como tabú, lo que permite generar una gran riqueza de testimonios.

Tabla 14. Resultados de Grupo Focal

Edad	19 – 25 años
Sexo	3 mujeres / 5 varones
Rango Salarial	US\$375.00 - \$600.00
¿Cómo se enteró de la oferta de empleo?	Todas las personas aplicaron a través de internet
¿Cuál es la red que usted utiliza?	Facebook e Instagram

Los cargos que ocupan son: operativos / asistenciales.	Las 7 personas ocupan cargos en planta y 1 secretaria.
¿En qué red social o portal de empleo aplicó al empleo?	6 personas respondieron que ubicaron la vacante en portal de empleo Computrabajo y 2 a través de Facebook.
¿En qué lapso de tiempo obtuvo la respuesta?	El promedio de días en los que obtuvieron repuesta fue entre 8 a 15 días.
¿Considera que las redes sociales son factibles en la búsqueda de empleo?	5 de las 8 personas indicaron que ya habían aplicado anteriormente pero sin éxito. Las 3 restantes han aplicado anteriormente y obtuvieron empleos.
¿Considera que aplicar por medio de las redes sociales son una herramienta fácil de utilizar para aplicar a una plaza?	5 personas indicaron que no les pareció fácil ya que hay que crear usuarios, además se dificultaba el ingreso del CV en el sistema. Las 3 personas restantes estuvieron de acuerdo con esta pregunta.
¿Es más fácil ir a llenar una solicitud y dejar el CV en una empresa?	Las 8 estuvieron de acuerdo; sin embargo han ido adaptándose a las necesidades del mercado.
¿Considera efectivo que los empleadores revisen los perfiles de las personas en las redes sociales?	5 Indicaron que están en desacuerdo sobre esta práctica. 3 dijeron que sus perfiles son privados y que no hay forma de que ingresen. No les interesa publicar su vida privada.

CAPÍTULO III. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación tuvo como principal objetivo dar a conocer la percepción desde diferentes perspectivas tanto desde el punto empresarial como desde la óptica del candidato. Desde la percepción del sector empresarial en la industria productora de plástico donde se tomó de muestra para caracterizar el uso de la web y las redes sociales en el reclutamiento y selección de personal, así como la entrevista realizada a un grupo de expertos en recursos humanos que ofrecen sus servicios a terceros, sobre la dotación de personal a través de las redes sociales, como medio de referencia para fortalecer el proceso de reclutamiento y selección.

Derivado de esto se realizaron comparaciones de los resultados con diferentes autores quienes presentan información sobre el tema. El proceso de reclutamiento y selección es un conjunto de etapas que deben cumplirse con el fin de buscar y seleccionar al mejor candidato para la plaza vacante dentro de la empresa, así concuerda Martínez (2013), explica que el proceso de reclutamiento y selección de personal es un procedimiento con diferentes etapas que tiene como fin buscar y seleccionar al mejor candidato para el puesto vacante en la empresa. En la actualidad se ve que la tecnología y los medio de comunicación forman parte de la vida diaria de las personas, tal es el caso de las redes sociales que hoy en día son un medio de comunicación en el que las empresas se han apoyado para la búsqueda de candidatos idóneos a los perfiles que requieren. Rubín (2015) afirma que el reclutamiento 3.0 es el proceso de búsqueda de candidatos que hacen los profesionales en Recursos Humanos por medio de las redes sociales. Se trata de una realidad, sin embargo, aún hay muchos profesionales, incluso jóvenes, que no tienen un perfil en las redes sociales o en el caso de LinkedIn (la principal red social de profesionales). Esto quiere decir que las empresas sí utilizan las redes sociales como una herramienta para el proceso de reclutamiento de personas, a pesar de seguir utilizando otros medios tradicionales como las bolsas de

empleo, periódico, referidos, entre otros. Las redes sociales han venido aportando muchas ventajas para el desarrollo de los procesos de selección de personal, como la optimización del tiempo en la búsqueda de candidatos y que estas son gratuitas, como lo confirma García (2012) en su trabajo, investigando cómo trabajan las empresas, cómo se comportan los trabajadores en búsqueda de empleo y el nivel de eficiencia de cada uno de los canales que conectan empresas y profesionales, poniendo especial énfasis en el estudio del papel de la web. De esta manera comprobó que las redes sociales son nuevas fuentes de reclutamiento pueden ser más eficientes en cuestión de tiempo y pueden proporcionar mejores empleados en un menor tiempo. Con esto se comprueba que el uso de las redes sociales beneficia el proceso de reclutamiento de personal en el sentido que optimiza el tiempo para la conclusión del mismo ya que la comunicación con las personas es mucho más rápida, asimismo, estas son un apoyo en la búsqueda de personas ya que en ellas se encuentran perfiles de todo tipo.

Díaz (2013) en su estudio indica que “las principales ventajas que se generan con la utilización de las herramientas tecnológicas durante el proceso de dotación de personal son las económicas y de tiempo, lo cual desprende que el uso de dichas herramientas tiene que ver con la maximización del uso de recursos” (p.8). Asimismo lo comprueba Rivera (2006) en su estudio, quien afirma que “la ventaja principal de la Bolsa de Empleo investigada, es que el servicio no implica costo financiero” (p.6) como es el uso de Computrabajo que es una de las más utilizadas según los expertos.

En la presente investigación se recalcó que Facebook, por ser una red social gratuita, se tiene mayor libertad para las publicaciones y el contacto con la gente. LinkedIn por otro lado, tiene la opción de utilizarla sin costo y esperar la respuesta de la comunicación con los candidatos, sin embargo, las empresas pueden invertir en ella para que la búsqueda sea mucho mejor y la comunicación con las personas sea inmediata. De acuerdo al tema de inversión en las redes sociales se puede decir que también son un apoyo ya que se utilizan de forma gratuita, sin embargo puede ser un obstáculo que al

querer llegar a mejores talentos si se debe realizar una inversión en el caso de LinkedIn para que se pueda contactar a las personas de una forma instantánea.

Las encuestas y entrevistas revelan que las personas encargadas del reclutamiento y selección de las empresas utilizan las redes sociales tanto para reclutar como para corroborar o verificar información de los candidatos en un proceso de selección” (p.6). En la presente investigación se comprobó que en las redes sociales se pueden conocer aspectos importantes de la persona que incluso en una entrevista no se pueden obtener, como sus intereses, relaciones interpersonales con otras personas y que de cierta forma pueden dar una idea de cómo es la persona antes de conocerla y que viene a funcionar como un filtro en la herramienta, en muchas ocasiones estas sirven para indagar y ampliar aspectos personales que llaman la atención; sin embargo no todos están de acuerdo en el uso como una toma de decisión final.

Asimismo, se concluyó que el uso de las redes sociales cada día va en aumento y se están haciendo presentes como herramientas elementales en los procesos de reclutamiento y selección de las empresas, por esto es de mucha importancia tener un perfil que sea congruente con la hoja de vida e imagen personal ya que las redes sociales son parte de la presentación y revelan de alguna manera la reputación social que cada persona tiene, lo cual puede comprobar Baltar y Tatiana (2012) a través de la realización de su estudio, en la que refieren que mediante el uso de redes sociales es posible acceder a unidades de observación que no se hubieran detectado por vías institucionales (registros administrativos, censos, etc.). Por lo tanto se puede confirmar que las redes sociales están siendo una fuente más para poder corroborar información de los candidatos que participan en los procesos de selección, lo cual viene a fortalecer y agilizar el proceso de reclutamiento y selección en las empresas. Uclés (2012) en su estudio concluyó que la red de contactos que más se usa para captar candidatos es LinkedIn, mientras que Facebook tienen unas funciones más publicitarias o como simple apoyo a la

labor de reclutamiento en los departamentos de Recursos Humanos. Por otra parte, la aparición de las redes sociales ha amenizado y facilitado bastante el trabajo de los head-hunters que ya lo ofrecen como parte de su trabajo, creándose, de esta manera, una nueva área de negocio. El aporte de Uclés, se pudo corroborar en la presente investigación ya que se confirmó que las redes sociales que son de mayor utilidad para el proceso de reclutamiento de personal son Facebook y LinkedIn, cada una con características específicas y sumamente importantes a considerar para su uso, ya que son claves para llegar al talento deseado. Se conoció que ambas son útiles ya que ayudan a encontrar candidatos que no se encuentran activos en las otras bolsas de empleo. En el caso de Facebook tiene la ventaja de poder enviar mensajes masivos para atraer una gran cantidad de personas. Por otro lado LinkedIn es una plataforma que permite llegar a perfiles mucho más específicos y con características indispensables para el proceso.

La presente investigación reveló que para puestos operativos y puestos que son específicos al giro de la empresa, es recomendable utilizar Facebook, por la variedad de talentos que en ella se manejan, lo cual respalda García (2013) en su investigación en la que afirma que se alcanzó la aceptación general de las redes sociales como un proceso de reclutamiento de personal, calificándolo como un medio económico, agradable, ágil, fácil de utilizar, ventajoso y confiable. A su vez, encontrando que es de mayor utilidad aplicarlo para buscar puestos operativos. Otra de las ventajas que se obtiene por el uso de las redes sociales es que se puede contactar con personas en otras regiones o incluso en otros países, en el caso de desarrollar un proceso en otra región, tal como lo comparten Schmidt y Jensen (2012) en su estudio que las redes sociales aparecen como un elemento crucial para el reclutamiento y la afluencia de mano de obra extranjera, lo que sugiere que las referencias y la información de los empleados acerca de las vacantes en los mercados de trabajo locales también son importantes para la mano de obra extranjera.

Durante la investigación se realizó un grupo focal con colaboradores que aplicaron y fueron contactados por medio de las redes sociales y aún siguen

laborando para la empresa desde hace 6 y 12 meses, a la fecha, las redes sociales siguen sirviendo muchísimo para el proceso de reclutamiento. Sin embargo, las personas entrevistadas refieren que así como las redes sociales han venido a formar parte del proceso de reclutamiento por la facilidad de comunicación con la gente, también tiene sus desventajas como la gran cantidad de perfiles que en ellas se pueden encontrar y que en algunas ocasiones estos no son verdaderos, lo cual perjudica en el tiempo estipulado para la conclusión del proceso. Las redes sociales pueden ser utilizadas como soporte para las demás bolsas de empleo y bases de datos destinadas al proceso de selección de candidatos ya que en ellas se puede verificar información específica, lo que confirma Díaz (2013) en su investigación a pesar que las organizaciones están adaptando nuevas tecnologías en sus procesos de dotación de personal, aún existen modalidades que no pierden su valor, como por ejemplo las bolsas de empleo y la entrevista cara a cara con el personal de recursos humanos.

Por lo tanto, en la presente investigación se descarta la idea de poder realizar un proceso de reclutamiento completo por medio de las redes sociales. Según la unidad de análisis que es la dotación de personal, se pudo constatar por medio de las entrevistas realizadas a los expertos de recursos humanos, que las empresas han ido adaptando las redes sociales como una herramienta más para los procesos de reclutamiento de personal y que han resultado ser una herramienta efectiva para la ubicación de buenos talentos. Las redes sociales sí forman parte importante y son útiles especialmente para la etapa de búsqueda de candidatos para el proceso de selección de personal. Sin embargo estas no pueden ser el único medio de reclutamiento para las empresas ya que existen otras herramientas que a la fecha siguen teniendo importancia y utilidad como las bolsas de empleo, bases de datos y medios de comunicación escrita.

CONCLUSIONES

La fase de provisión de personas, conocido como selección y reclutamiento de personal dentro del proceso de Gestión del Talento Humano es imprescindible para garantizar el éxito de las organizaciones siendo el talento humano uno de los factores de la producción.

Las empresas están siempre buscando personal idóneo con el fin de cumplir sus objetivos como organización. De acuerdo a lo investigado se puede determinar que el reclutamiento y selección a través del uso de las redes sociales es un nuevo complemento para las herramientas de recursos humanos y puede considerarse como un canal a la búsqueda de empleo, cuando se anuncia en una página como Facebook, LinkedIn o portales de búsqueda de empleo. Por otro lado, existen determinadas ofertas de empleo que se "venden" utilizando sólo los diarios escritos.

Dentro de los principales beneficios documentados se destaca el que los procesos de reclutamiento y selección a través de las redes sociales, resultan más económicos y permiten un mayor alcance en menor tiempo, así como, la extraordinaria posibilidad de llegar a candidatos pasivos.

Aunque la revisión de la literatura evidencia que Facebook resulta idóneo principalmente para verificar el contexto social, cultural y económico del candidato, en Guayaquil aún no se la utiliza en su totalidad con este fin en un 100% y hay resultados compartidos en ese sentido. Por el lado de los entrevistados que habían obtenido empleo a través del uso de redes sociales manifestaron que la información disponible de los candidatos no siempre se acerca a la realidad laboral de éstos, lo que entorpece el uso de redes sociales como único medio a ocupar en el proceso de reclutamiento. Frente a esto, las indagaciones realizadas, plantean que ciertamente los candidatos no actualizan con frecuencia su información profesional en redes sociales, pero tales datos por lo general, son poco relevantes o secundarios a la información principal si habilitada. Es decir, a pesar de que los sitios de redes sociales

deben ser respaldados por otras fuentes de información, para corroborar los datos entregados, éstos son menores y por tanto, no afectarían seriamente el proceso de reclutamiento en sí. LinkedIn en cambio, si logra mostrar el perfil del candidato en el ámbito profesional y académico porque es una red específica para el propósito de selección y reclutamiento de personal.

Para concluir lo antes dicho, la metodología planteada se manejó desde tres frentes para poder triangular información de acuerdo al diseño de investigación con enfoque mixto donde se utilizaron encuestas aplicadas a 60 empresas del sector de la industria del plástico, entrevistas a profundidad a expertos y finalmente, usuarios de la web y portales de empleo para búsqueda de empleo.

Finalmente, la percepción general luego del análisis realizado, es compartida. Las aportaciones de la investigación en relación a los candidatos que se encuentran en búsqueda de empleo podrían ser más sencilla y rápida. En este sentido los candidatos valoran internet y las redes sociales como una fuente útil para encontrar información general sobre las empresas y puestos de trabajo y la facilidad de uso para los candidatos es la segunda razón que se argumenta para emplear el reclutamiento a través de la web. Por otro lado, y a pesar del crecimiento del uso de internet y su evolución dentro del ámbito de selección y reclutamiento de personal, puede dejar fuera a candidatos valiosos que no tienen acceso a internet.

Desde el punto de vista de las organizaciones, las organizaciones pueden publicar oferta de empleo de forma casi inmediata a la necesidad de cobertura de puestos de trabajo, y poner a disposición de los interesados aplicaciones técnicas que permitan a los candidatos enviar sus datos caso de estar interesados; esto ya es una ventaja sobre los medios de anuncio en la prensa escrita tradicionales. El filtrado de solicitudes y autoevaluaciones de candidatos son herramientas que les permiten verificar antecedentes, formularios interactivos y otras herramientas de evaluación de los candidatos. El éxito o fracaso del proceso va a depender del volumen de demandas de empleo siendo esto un aspecto que preocupa a las organizaciones por

saturación, así también un correcto uso de las redes sociales para análisis de características de los candidatos desde la objetividad.

RECOMENDACIONES

A la organización, continuar con el uso de las redes sociales para el proceso de reclutamiento y selección de personal ya que parcialmente puede ser benéfico para el desarrollo de los mismos y la organización

Seguir considerando a las redes sociales como un medio de publicación de plazas vacantes ya que facilitan la búsqueda de empleo para las personas, así como para la promoción de la marca empleadora, provocando mayor interés y atracción en las personas.

Utilizar cada una de las redes sociales según las necesidades que las empresas tienen en sus procesos de selección, asimismo, identificar la naturaleza de los puestos vacantes para definir la red social más efectiva para el proceso de reclutamiento.

A la organización, realizar inversiones monetarias en los medios de reclutamiento necesarios que pueden facilitar la búsqueda y la atracción de talentos óptimos para los procesos de selección.

A las personas que buscan empleo por medio de redes sociales, que realicen sus perfiles de forma profesional para que estos puedan ser atractivos y de mayor facilidad de búsqueda para las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

- Alles, M. (2012). *Social Media y Recursos Humanos*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- ASEPLAS. (2014). *Información sobre soluciones tecnológicas para la industria plástica*. Obtenido de <http://www.plastico.com/productos>
- Barquero, A. (2011). *Administración de recursos humanos*. San José: Universidad Estatal a Distancia.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Briones D., E. P., & Saca P., C. P. (27 de Agosto de 2015). <http://repositorio.ucsg.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec>: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4401/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-222.pdf>
- Cabero, J. (1998). *Impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones educativas*. Granada: Grupo Editorial Universitario.
- Cedeño, R. (2010). *Marketing Digital*. Madrid: Publicaciones Vértice.
- Chiavenato, I. (2010). *Administración de Recursos Humanos* (Vol. 1). México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Dessier, G. (2001). *Administración de personal*. México: Pearson Educación.
- Diario El Telégrafo. (29 de Abril de 2015). *a industria plástica produce al menos \$ 418 millones al año*. Obtenido de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/la-industria-plastica-produce-al-menos-418-millones-al-ano.html>
- Dicoplast. (2013). *Breve historia del plástico*. Obtenido de <http://www.dicoplast.com.co/el-plastico/breve-historia-del-plastico>
- Gan, F., & Berdel, G. (2011). *Manual de Recursos Humanos*. Barcelona: Editorial UOC.
- González Rey, F. L. (2007). *Investigación cualitativa y subjetividad: los procesos de construcción de la información*. México: McGraw-Hill.
- Griffin, R. (2012). *Administración*. Mexico D.F.: Pearson.
- Heizer, J. (2014). *Principios de administración de operaciones*. México: PEARSON Educación.
- Hernández Díaz, L. H., Liquidano Rodríguez, M. d., & Silva Olvera, M. d. (2014). Reclutamiento y selección a través de las redes sociales Facebook y LinkedIn (análisis preliminar). *Revista OIKOS*, 37-61.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill .
- Mela, M. (13 de Abril de 2011). *Iber estudios internacional*. Obtenido de <http://noticias.iberestudios.com/%C2%BFque-son-las-tic-y-para-quesirven/>
- Miñarro, J. L. (2004). *E-recruiting. nuevos canales de atracción del talento*. . Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Naghi. (2013). *Metodología de la Investigación*. Madrid: Edins.
- Nikulín, C., & Becker, G. (2015). Una metodología sistémica y creativa para la gestión estratégica. *Journal of Technology Management & Innovation* , 127-144.
- Noe, R. (2013). *Administración de recursos humanos*. México: Pearson Education.
- Ortega, A. (Diciembre de 2012). *5 aspectos organizativos que delimitan el reclutamiento 2.0*. Recuperado el 1 de Enero de 2018, de <http://humanbeingelblogdeandresortega.wordpress.com/category/people-managemente-human-being/recruitment/>:
<http://humanbeingelblogdeandresortega.wordpress.com/category/people-managemente-human-being/recruitment/>
- PICA. (2012). *Historia*. Obtenido de <http://www.pica.com.ec/Web/historia.htm>
- Redes Sociales aliadas a tu departamento de Recursos Humanos*. (15 de Agosto de 2010). Recuperado el 15 de Enero de 2018, de [Ideasparapymes.com: http://www.ideasparapymes.com/contenidos/redes-sociales-reclutamiento-recursos-humanos.html](http://www.ideasparapymes.com/contenidos/redes-sociales-reclutamiento-recursos-humanos.html)
- Reyes, A. (2010). *Administración de empresas: Teoría y Práctica*. México: LIMUSA.
- Stoner, J. A., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. (2000). *Administración*. México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Wayne. (2011). *Administración de recursos humanos*. México D.F.: Pearson Prentice Hall.
- Werther, W. B. (2012). *Administración de personal y Recursos Humanos*. Atlanta: McGraw-Hill.

ANEXO I. ENCUESTA EMPRESARIOS DEL SECTOR PRODUCTIVO DEL PLÁSTICO

El presente instrumento está constituido por 12 preguntas o enunciados de selección múltiple por lo que solicitamos marcar el numeral que escoja.

Fecha -----

1. En la empresa qué tipo de reclutamiento realiza para llenar una vacante?

Interno

Externo

2. En caso de que utilice el reclutamiento interno. Qué medios utiliza para dar a conocer la vacante?

- Cartelera
- Intranet
- Revista interna
- Concurso de méritos
- Directo

3. En caso de que utilice el reclutamiento externo. Qué medios utiliza para dar a conocer la vacante?

- Volantes
- Diarios del país
- Revistas
- A través de empresas de selección
- Mailing
- Publicación a través de Redes Sociales
- Publicación a través de Portales de Empleo

4. Conoce los medios de publicaciones digitales?

- Multitrabajo
- Porfinempleo
- Opción Empleo
- LinkedIn Ecuador
- Universia Ecuador
- Computrabajo
- Acción Trabajo

- Jobomas
- Adecco

5. Ha utilizado alguno de estos medios de publicaciones de empleo digitales?

- Multitrabajo
- Porfinempleo
- OpciónEmpleo
- LinkedIn Ecuador
- Universia Ecuador
- Computrabajo
- Acción Trabajo
- Jobomas
- Adecco

6. Si no lo ha hecho aún, utilizaría?

- Si
- No

7. Ha utilizado redes sociales para publicar empleos de su empresa?

- LinkedIn
- Facebook
- Twitter
- Instagram

8. Si no lo ha hecho aún, utilizaría?

- Si
- No

9. Ha utilizado sobre softwares que automatizan el proceso de selección en la fase de toma de test? Indique cuáles?

- Test de aptitud
- Test proyectivo
- Test de nivel intelectual

- Test de personalidad

10. Si no lo ha hecho aún, ¿Lo utilizaría?

- Si
- No

11. ¿Cree que se deba analizar a un candidato utilizando sus redes sociales?

- Si
- No
- ¿Por qué?

ANEXO II. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD A EXPERTOS

Somos estudiantes de la Carrera de Administración de la UCSG. Nos encontramos haciendo una investigación de tipo cualitativa cuyo objetivo es conocer la percepción de un grupo de expertos en recursos humanos, acerca del uso de las redes sociales como medio de referencia,

A continuación nos gustaría aplicar una entrevista semiestructurada con preguntas categorizadas por los indicadores planteados durante la investigación, los cuales son: influencia, confiabilidad, adaptación, valor, ventajas y desventajas sobre el uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento de personal.

Entrevista dirigida a:

- Empresas especializadas en Selección de Talento Humano
- Profesionales especializados en la Gestión de Talento Humano

1. ¿Cómo es el proceso de reclutamiento que llevan a cabo en la empresa?
2. ¿Siempre utilizan los descriptores de puesto para los procesos de reclutamiento, y qué tan importante lo consideras?
3. ¿Qué medios de reclutamiento utilizan?
4. ¿Por qué han decidido utilizar esos medios? (Si no se utilizan las redes sociales saltar a la pregunta 9)
5. ¿De las redes cuáles son las que más utilizan para el proceso de reclutamiento y porque?
6. ¿Para qué perfiles considera más útiles las redes sociales?
7. ¿Ha sido efectivo en su empresa el uso de las redes sociales para el proceso de reclutamiento de personal? ¿Por qué?

8. ¿Cuál es su opinión acerca de poder realizar un proceso de reclutamiento y selección únicamente por redes sociales? ¿podría ser efectivo, confiable; y por qué?
9. ¿Cree conveniente realizar inversiones monetarias en las redes sociales como herramientas para el proceso de reclutamiento?
10. ¿Cree que el uso de las redes sociales permite identificar características importantes en los candidatos según el perfil que se está buscando, antes de una entrevista?
11. ¿Cree que el uso de las redes sociales optimiza el tiempo en el proceso para la conclusión del mismo?
12. ¿Considera que en la actualidad se podrían incluir formalmente las redes sociales como parte del proceso de reclutamiento de personal, tomando en cuenta que el acceso a las redes cada vez es más amplio?
13. Podría indicar aspectos positivos que ha identificado del uso de las redes sociales para el proceso de reclutamiento de personal
14. Podría identificar las desventajas del uso de las redes sociales para el proceso de reclutamiento de personal.

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Ríos Montoya Génesis Katherine** con C.C. #0929550804 y **Alarcón Adrián Adriana Judith** con C.C: # 0940650450 autoras del trabajo de titulación: **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** previo a la obtención del título de **Ingeniera Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 12 de marzo de 2018

f. _____
Ríos Montoya Génesis Katherine

C.C: 0929550804

f. _____
Alarcón Adrián Adriana Judith

C.C: # 0940650450

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	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.		
AUTOR(ES)	Ríos Montoya Génesis Katherine, Alarcón Adrián Adriana Judith		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Cedeño Alcívar, Gioconda Auxiliadora, Mgs		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de marzo de 2018	No. DE PÁGINAS:	96 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Recursos Humanos, Redes Sociales, Metodología de Investigación		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Reclutamiento, selección, redes sociales, Facebook, LinkedIn, talento humano		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>La presente investigación de tipo mixto tuvo como objetivo conocer la percepción de un grupo de empresas del sector empresarial en la industria productora del plástico en la ciudad de Guayaquil y expertos en recursos humanos, acerca del uso de la web y redes sociales como medio de referencia, para el fortalecimiento del proceso de reclutamiento y selección. Así también la entrevista a manera de grupo focal de candidatos que usan la web y redes sociales para su búsqueda de empleo.</p> <p>Dicha investigación se trabajó por entrevistas semiestructuradas con los grupos antes mencionados del área de reclutamiento y selección de personal en las empresas. Se elaboró una guía de entrevista, la cual estuvo conformada por 15 preguntas categorizadas por los indicadores planteados durante la investigación, los cuales son: influencia, confiabilidad, adaptación, valor, ventajas y desventajas sobre el uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento de personal.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-9-87026917 +593-9-99110833	E-mail: generiosm02@ @gmail.com adriith@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Paola Alexandra Traverso Holguín		
	Teléfono: +593-4-999406190		
	E-mail: paola.traverso@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			