



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.
CARRERA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN GERENCIAL.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

EL USO DE REDES SOCIALES PARA LA CONTRATACIÓN DE
CAPITAL HUMANO EN LAS EMPRESAS DEL CANTÓN SALCEDO.

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Licenciados en
Gestión de la Información Gerencial.

AUTORES:

García Moreno Gabriel Alejandro.

Silva Rodríguez Melisa Lisseth.

TUTOR:

Dra. Almeida Lara Libia Dolores.

Latacunga- Ecuador.

Agosto, 2023.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.

Nosotros, García Moreno Gabriel Alejandro y Silva Rodríguez Melisa Lisseth, manifestamos ser autores del presente proyecto de investigación: “El uso de redes sociales para la contratación de capital humano en las empresas del cantón Salcedo”, siendo la Dra. Almeida Lara Libia Dolores, tutora del presente trabajo; y absuelvo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

También, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Latacunga, agosto, 2023



.....
García Moreno Gabriel Alejandro

C.I 0504187360



.....
Silva Rodríguez Melisa Lisseth

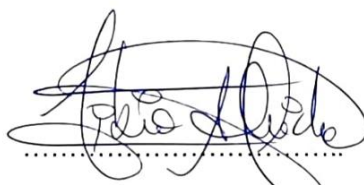
C.I 0504114224

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“EL USO DE REDES SOCIALES PARA LA CONTRATACIÓN DE CAPITAL HUMANO EN LAS EMPRESAS DEL CANTÓN SALCEDO”, García Moreno Gabriel Alejandro y Silva Rodríguez Melisa Lisseth, de la carrera de Gestión de la Información Gerencial, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, 15 de agosto del 2023.



Dra. Libia Almeida Lara.

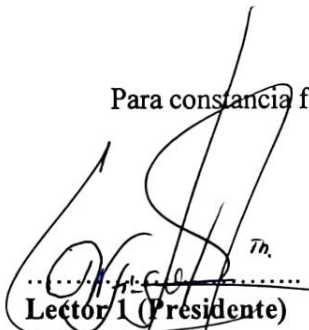
Docente Tutor

C.I: 0501797997

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto, el o los postulantes: García Moreno Gabriel Alejandro y Silva Rodríguez Melisa Lisseth, con el título de Proyecto de Investigación “El uso de redes sociales para la contratación de capital humano en las empresas del cantón Salcedo”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto. Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes; según la normativa institucional.

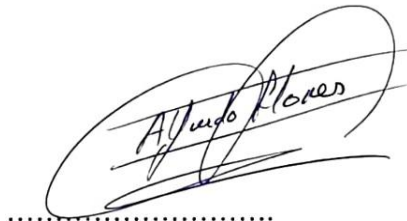
Para constancia firman:



.....
Lector 1 (Presidente)

Ing. Wilson Trávez
CC:0501854855

Latacunga, 15 agosto, 2023



.....

Lector 2

Ing. Galo Flores.
CC. 0501857213



.....

Lector 3

Ing. Mónica Salazar.
CC. 0502138191

AGRADECIMIENTO.

Queremos agradecer primeramente a Dios, quien ha sido nuestra guía, fortaleza y la mano amiga de fidelidad y amor, que nunca nos ha dejado caer.

También queremos agradecer a nuestros padres por su apoyo, son el motor que impulsan nuestros sueños y esperanzas.

De igual manera nuestros agradecimientos a la Universidad Técnica de Cotopaxi, a toda la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a nuestra apreciada tutora, Dra. Libia Almeida Lara, quién con su inteligencia y constancia nos ayudó a cristalizar los objetivos de la investigación, a nuestros docentes de la carrera, en especial al Ing. Diego Jácome y al Ing. Jorge Cañar, quienes con la enseñanza de sus conocimientos hicieron que podamos desarrollar el trabajo, gracias a cada uno de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

Además, queremos agradecer a las empresas del cantón Salcedo, por abrirnos las puertas y permitirnos realizar todo el proceso investigativo dentro de sus establecimientos.

Finalmente queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a nuestros amigos y compañeros de clases por las experiencias vividas a lo largo de la vida universitaria.

DEDICATORIA.

Le dedico el resultado de este trabajo a toda mi familia. Principalmente, a mi mamá que a pesar de las dificultades que se nos han presentado en la vida, ella nunca me abandona. A mi papá, hermanos y abuelitos que me apoyaron de una u otra manera para alcanzar este sueño tan importante. Todos me han enseñado a ser la persona que soy, inculcándome valores y principios virtuosos.

También quiero dedicarle este trabajo a mi novio Alejandro. Por su paciencia, comprensión, amor y apoyo incondicional. Realmente, él me ayuda a alcanzar el equilibrio que me permite dar todo mi potencial. Jamás dejaré de estar agradecida por eso. Ha sido el mejor compañero de trabajo para lograr este resultado, juntos somos un gran equipo.

Además, quiero dedicarle este trabajo a mi sobrina Victoria. Su llegada a la vida cambió la mía, ella y mi mamá son mis fieles amigas. Sin duda son lo mejor que me ha pasado, y están para darme empujones de apoyo justos y necesarios.

Melisa Lisseth Silva Rodríguez.

Dedico todo el esfuerzo y trabajo a mis padres Mauricio y Magdalena, son el apoyo incondicional, el ejemplo a seguir y mi razón de ser, su sacrificio son los frutos de mi éxito. A mi hermana Lorena, a mi Tía Isabel que su aliento y apoyo me han ayudado en todo momento. A mi novia Melisa, compañera de vida, de tesis, amiga y mi todo, “lo estamos logrando como lo prometimos”, el trabajo, paciencia y amor que entregamos en todo, se cristalizó como un sueño cumplido, somos el mejor equipo, por siempre. Gracias a toda mi familia y amigos que son parte de mi vida.

Gabriel Alejandro García Moreno.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.

TEMA: “El uso de redes sociales para la contratación de capital humano en las empresas del cantón Salcedo.”

Autor/es: García Moreno Gabriel Alejandro

Silva Rodríguez Melisa Lisseth

RESUMEN.

La investigación tiene como finalidad, proponer el uso de las redes sociales como herramienta de apoyo para la contratación de capital humano en las empresas del cantón Salcedo. Las prácticas tradicionales de contratación ya no resultan lo suficientemente eficientes y los efectos de la globalización exigen la generación de cambios en todos los ámbitos organizacionales para enfrentar a la competencia. Las empresas necesitan estar presentes en el mundo de la tecnología, construyendo su imagen de marca y contratando candidatos potenciales, y para ello necesitan diseñar estrategias en redes sociales que les permita optimizar recursos.

Para este proyecto se empleó una metodología cuantitativa, con la encuesta como instrumento de apoyo y adicional para la tabulación, se desarrolló matrices QFD, lo que permitió conocer la situación actual de las empresas frente al uso de redes sociales en la contratación de capital humano.

Para esto el aporte como equipo de trabajo, es proponer a las redes sociales como herramientas de apoyo para optimizar el proceso de reclutamiento y contratación de capital humano, describiendo los impactos que éstas causan en la sociedad y en el mundo empresarial.

Las redes sociales son herramientas bidireccionales que deben ser utilizadas con responsabilidad, conociendo a fondo los beneficios que estas poseen y así estarán a disposición de las empresas para una mejora continua.

Palabras clave: Redes sociales, capital humano, contratación, globalización, digitalización.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI.
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES.

ABSTRACT.

MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS

Theme: "The Use of Social Networks for the Recruitment of Human Capital in Companies in the Canton of Salcedo."

Authors: García Moreno Gabriel Alejandro
Silva Rodríguez Melisa Lisseth

ABSTRACT

This research is to propose using social networks as a support tool for recruiting human capital in companies in the canton of Salcedo. Traditional recruitment practices need to be more efficient, and the effects of globalization require the generation of changes in all organizational areas to face the competition. Companies must be present in technology, build their brand image, and recruit potential candidates. For this, they need to design strategies in social networks that allow them to optimize resources. A quantitative methodology was used for this project, with the survey as a support instrument and, in addition to the tabulation, QFD matrices were developed, which made it possible to find out the current situation of the companies concerning the use of social networks in the recruitment of human capital. For this, the contribution as a working team is to propose social networks as support tools to optimize recruiting and hiring human capital, describing the impacts they cause in society and the business world. Social networks are bidirectional tools that must be used responsibly, knowing in depth the benefits they have and thus will be available to companies for continuous improvement.

Keywords: Social Networks, Human Capital, Recruitment, Globalization, Digitalization.

AVAL DE TRADUCCIÓN.



CENTRO
DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma Inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: **“EL USO DE REDES SOCIALES PARA LA CONTRATACIÓN DE CAPITAL HUMANO EN LAS EMPRESAS DEL CANTÓN SALCEDO”** presentado por: **GARCÍA MORENO GABRIEL ALEJANDRO Y SILVA RODRÍGUEZ MELISA LISSETH**, egresados de la Carrera de: **GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN GERENCIAL**, perteneciente a la **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a los peticionarios hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, agosto del 2023.

Atentamente,



Mg. Bolívar Maximiliano Cevallos Galarza
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0910821669

ÍNDICE DE CONTENIDOS.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	i
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iii
AGRADECIMIENTO.	iv
DEDICATORIA.	v
RESUMEN.	vi
ABSTRACT.....	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
ÍNDICE DE CONTENIDOS.	x
ÍNDICE DE TABLAS.	xiii
ÍNDICE DE MATRICES.	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xv
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
2.1. Formulación del problema.	7
3. OBJETIVOS.	7
3.1 Objetivo General:.....	7
3.2 Objetivos Específicos:.....	7
3.3. Actividades y sistemas de tareas en relación a los objetivos.	7
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	9
4.1. Beneficiarios Directos.	9
4.1.1. Beneficiarios directos del proyecto.	10
4.2. Beneficiarios Indirectos.....	10
5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	11
5.1 Redes sociales.	11
5.1.1 Características.....	11
5.1.2 Importancia.....	12
5.1.3 Tipos.	13
5.1.4 Utilidad de las redes sociales en las empresas.....	14
5.1.5 Ventajas de utilizar redes sociales para la contratación de capital humano.	15
5.1.6 Desventajas de utilizar redes sociales para la contratación de capital humano.....	16
5.1.7 Contratación con las Redes Sociales.	17
5.1.8 Técnicas.	17
5.2 Capital humano.	18

5.2.1 Aspectos principales del capital humano.....	18
5.2.2 Importancia del desarrollo del capital humano en las empresas.	19
5.3 Gestión del Capital humano.	20
5.3.1 Procesos de gestión de capital humano.	20
5.3.2 Administración del capital humano.	21
5.3.3 Objetivos de la administración del capital humano.....	21
5.3.4 Importancia de la administración del capital humano.	22
5.4 Reclutamiento y selección.....	23
5.4.1. Reclutamiento y selección 2.0.	23
5.4.2. E-recruitment.	24
5.4.3 SEO.....	25
6. PROPUESTA METODOLÓGICA.	26
6.1. Tipo de Investigación.	26
6.2. Técnicas e instrumentos.	26
6.3 Población.....	27
6.4 Técnica e instrumento de recolección de datos.	28
7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	30
8. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.	59
8.1 Relación de la fundamentación científico técnica con la problemática.	59
8.2 Resultados de la aplicación del instrumento.	59
9. IMPACTOS.	61
9.1. Impacto social.	61
9.2. Impacto Empresarial.	61
9.3. Impacto Ambiental.....	62
9.4. Impacto económico.	63
10. PROPUESTA.....	64
10.1 Estrategias.	65
10.2. Presupuesto para el proyecto.....	67
11. CONCLUSIONES.	70
12. RECOMENDACIONES.....	71
13. BIBLIOGRAFÍA.	72
14. ANEXOS	77
Anexo A.	77
Anexo B.....	80
Anexo C.....	82

Anexo D.	88
Anexo E.	89
Anexo F.	90

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1	Actividades del Proyecto.	7
Tabla 2	Beneficiarios Directos.....	10
Tabla 3	Tipos de Redes Sociales.....	13
Tabla 4	Utilidad de las Redes Sociales.	14
Tabla 5	Ventajas de las Redes Sociales en la contratación de capital humano.	15
Tabla 6	Desventajas de las Redes Sociales en la contratación de capital humano.	16
Tabla 7	Población.....	28
Tabla 8	Preguntas de prioridad.	64
Tabla 9	Medio para difundir ofertas de empleo.....	65
Tabla 10	Transición tecnológica.	65
Tabla 11	Redes sociales más aptas para la contratación de capital humano.....	66
Tabla 12	Beneficios del uso continuo de las redes sociales en las empresas.....	66
Tabla 13	Ideas para el uso de redes sociales.	67
Tabla 14	Presupuesto estrategia 2.....	67
Tabla 15	Presupuesto estrategia 3.....	68
Tabla 16	Presupuesto para Facebook adds.	68
Tabla 17	Presupuesto por tipo de empresas.	68

ÍNDICE DE MATRICES.

Matriz 1 1. ¿Qué medios de comunicación utiliza la empresa para difundir ofertas de empleo?.....	30
Matriz 2 2. ¿Cuáles son comúnmente los problemas que tiene al momento de llenar una vacante?.....	31
Matriz 3 3. Al momento de captar capital humano ¿la mayoría de las personas cumple con las expectativas que tiene en cuanto a capacidades y aptitudes para el puesto que está ofertando? ¿Qué porcentaje cumple esa expectativa?	33
Matriz 4 4. Para cubrir un puesto de trabajo vacante usted ¿toma en cuenta al personal interno de la empresa o prefiere un personal nuevo?.....	34
Matriz 5 5. ¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de capital humano ha empleado?	35
Matriz 6 6. ¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de capital humano que usted utiliza?.....	37
Matriz 7 7. Por lo general ¿cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece al nuevo personal?	38
Matriz 8 8. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de capital humano por los métodos tradicionales o a través de redes sociales?.....	39
Matriz 9 9. ¿Qué tan eficiente cree usted que es el proceso de reclutamiento y selección de capital humano a través de las redes sociales?.....	41
Matriz 10 10. ¿Cuáles cree usted que son los aspectos positivos del uso de las redes sociales para el proceso de captación y selección de capital humano?	42
Matriz 11 11. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de capital humano?.....	43
Matriz 12 12. ¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de capital humano?	45
Matriz 13 13. ¿Cuál método cree que se desarrolla en el menor tiempo para el proceso de reclutamiento y selección de personal; ¿las redes sociales o los métodos tradicionales?	46
Matriz 14 14. Seleccione que tan eficiente es el método que su empresa utiliza en el proceso de reclutamiento y selección de capital humano.....	48
Matriz 15 15. ¿Cree usted qué tiene algo que ver que una persona deje de trabajar en la empresa, con el método de reclutamiento por el que fue captado ya sea este tradicional o por redes sociales?.....	49
Matriz 16 16. ¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del capital humano contratado mediante el método que su empresa utiliza?.....	51
Matriz 17 17. ¿Existen diferencias de los empleados que han sido contratados al utilizar redes sociales con los contratados por métodos tradicionales?	52
Matriz 18 18. ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de capital humano?.....	54
Matriz 19 19. ¿Qué redes sociales considera usted más aptas para la contratación de capital humano?.....	55
Matriz 20 20. De acuerdo con su experiencia ¿qué iniciativa o idea podría usted aportar para que el reclutamiento a través de redes sociales tenga mayor aceptación y que además permita que sus resultados sean más efectivos?.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1	Características de las redes sociales.....	12
Gráfico 2	Aspectos del capital humano.	19
Gráfico 3	1. ¿Qué medios de comunicación utiliza la empresa para difundir ofertas de empleo?.....	30
Gráfico 4	2. ¿Cuáles son comúnmente los problemas que tiene al momento de llenar una vacante?.....	32
Gráfico 5	3. Al momento de captar capital humano ¿la mayoría de las personas cumple con las expectativas que tiene en cuanto a capacidades y aptitudes para el puesto que está ofertando? ¿Qué porcentaje cumple esa expectativa?	33
Gráfico 6	4. Para cubrir un puesto de trabajo vacante usted ¿toma en cuenta al personal interno de la empresa o prefiere un personal nuevo?.....	35
Gráfico 7	5. ¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de capital humano ha empleado?	36
Gráfico 8	6. ¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de capital humano que usted utiliza?.....	37
Gráfico 9	7. Por lo general ¿cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece al nuevo personal?	38
Gráfico 10	8. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de capital humano por los métodos tradicionales o a través de redes sociales?.....	39
Gráfico 11	9. ¿Qué tan eficiente cree usted que es el proceso de reclutamiento y selección de capital humano a través de las redes sociales?.....	41
Gráfico 12	10. ¿Cuáles cree usted que son los aspectos positivos del uso de las redes sociales para el proceso de captación y selección de capital humano?	42
Gráfico 13	11. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de capital humano?.....	44
Gráfico 14	12. ¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de capital humano?	45
Gráfico 15	13. ¿Cuál método cree que se desarrolla en el menor tiempo para el proceso de reclutamiento y selección de personal; ¿las redes sociales o los métodos tradicionales?	47
Gráfico 16	14. Seleccione que tan eficiente es el método que su empresa utiliza en el proceso de reclutamiento y selección de capital humano.....	48
Gráfico 17	15. ¿Cree usted que tiene algo que ver que una persona deje de trabajar en la empresa, con el método de reclutamiento por el que fue captado ya sea este tradicional o por redes sociales?.....	50
Gráfico 18	16. ¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del capital humano contratado mediante el método que su empresa utiliza?.....	51
Gráfico 19	17. ¿Existen diferencias de los empleados que han sido contratados al utilizar redes sociales con los contratados por métodos tradicionales?	53
Gráfico 20	18. ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de capital humano?.....	54
Gráfico 21	19. ¿Qué redes sociales considera usted más aptas para la contratación de capital humano?.....	56
Gráfico 22	20. De acuerdo con su experiencia ¿qué iniciativa o idea podría usted aportar para que el reclutamiento a través de redes sociales tenga mayor aceptación y que además permita que sus resultados sean más efectivos?	57

Gráfico 23 Calculadora de Facebook adds.68

1. INFORMACIÓN GENERAL.

Título del Proyecto:

El uso de redes sociales para la contratación de capital humano en las empresas del cantón Salcedo.

Fecha de inicio: octubre 2022

Fecha de finalización: agosto 2023

Lugar de ejecución:

San Miguel-Salcedo-Cotopaxi-zona 3

Facultad que auspicia:

Ciencias Administrativas y Económicas.

Carrera que auspicia:

Gestión de la Información Gerencial.

Proyecto de investigación generativo vinculado (si corresponde):

No corresponde.

Grupo de investigación

No participa.

Equipo de Trabajo:

Tutor:

- Dra. Libia Dolores Almeida Lara.

Investigadores:

- Gabriel Alejandro García Moreno.
- Melisa Lisseth Silva Rodríguez.

Lectores:

Lector 1: Ing. Wilson Trávez.

Lector 2: Ing. Galo Flores.

Lector 3: Ing. Mónica Salazar.

Área de Conocimiento:

TIC (Tecnologías de la información y la comunicación)

Línea de investigación:

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.

Sub líneas de investigación de la Carrera (si corresponde):

Gestión Administrativa, Servicio al Cliente y TIC.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Las redes sociales son unas de las herramientas de comunicación más populares de la actualidad, ayudan a captar la atención de la audiencia, ofrecen muchas posibilidades, por lo que son imprescindibles para el crecimiento sano de un negocio.

Por eso, es importante que una organización tenga presencia en estos canales digitales, así poder construir una comunidad alrededor de la marca, captar la atención de clientes potenciales y darles un giro a los medios. Las redes sociales como canal de venta, aviso de vacantes disponibles y un medio de captación de personas que sean aptas para ocupar dichas vacantes de trabajo.

Centrarse en las experiencias de las organizaciones puede ayudar a desarrollar teorías más sólidas de flexibilidad y efectividad en el empleo de redes sociales para contratar personal, así como potencialmente informar futuros proyectos organizacionales.

“El desarrollo de la tecnología, el internet y otros instrumentos tecnológicos que recaen derechamente en la sección de los RRHH, ha dado paso a oportunidades significativas para las empresas a fin de acelerar y hacer más eficientes los procesos de unificación de su personal”. (Castro, Barrientos, et. 2016) “El desarrollo de la tecnología, el internet y otros instrumentos tecnológicos que recaen derechamente en la sección de los RRHH, ha dado paso a oportunidades significativas para las empresas a fin de acelerar y hacer más eficientes los procesos de unificación de su personal”. (Castro, Barrientos, et. 2016)

La investigación se basa en la importancia que tienen las redes sociales para interactuar directamente con las personas, y de igual manera ellas pueden interactuar directamente con las empresas. Al contrario de los medios tradicionales, que solamente ofrecen una vía de comunicación, las redes sociales son bidireccionales.

El aporte como equipo de investigación es mostrar a las redes sociales como una herramienta de apoyo en la contratación de capital humano, distinguir entre mantener contacto con compañeros en órbita, anunciar ofertas de trabajo, así como encontrar contactos comerciales.

Los beneficiarios son las empresas y la comunidad nacional e internacional que requieran hacer uso y aplicación de la presente investigación, ya que las redes sociales son de acceso para cualquier persona.

El impacto de la investigación es el análisis de procesos obsoletos y recientes en el reclutamiento de personal, con esto describir los beneficios y la influencia que tienen las redes sociales para agilizar los mismos. Es raro encontrar alguna organización que no se acerque a sus clientes mediante una plataforma online. Es relevante en un mundo digitalizado utilizar las redes sociales para conectarse con los clientes (externos e internos), generar ingresos, publicar vacantes de puestos de trabajo y así captar la atención de un público más extenso, de esta forma se ahorra muchos recursos económicos, y también se agiliza el tiempo.

El fin práctico del proyecto es que, mediante un listado de redes sociales, se pueda aplicar un proceso innovador de contratación de colaboradores. Incitando a las empresas a mantenerse en un perfil competitivo y actualizado.

Como datos se tomó, que:

- “Las organizaciones se encuentran con dificultad al elegir a su personal, sobre todo en la postura de puestos que requieren un análisis profundo sobre el perfil de los aspirantes” (Hanze, 2020)

- “14,25 millones de usuarios con acceso a Internet de los cuales 14 millones están en propiedades de Facebook Inc y 10,5 en propiedades de Alphabet (Google)” (Del Alcázar Ponce, 2021).
- “Aunque las redes sociales y plataformas digitales se están utilizando, aún no han adquirido todo el protagonismo en los procesos de reclutamiento y selección” (García, 2017)

Como hechos anteriores a la investigación se revisó un trabajo de fin de grado con el título “Reclutamiento y selección a través de redes sociales y plataformas digitales” del autor, D^a. Coral García Rodríguez, una investigación realizada en la Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing), con los siguientes resultados; los profesionales de RRHH encuestados nos han comentado algunos aspectos negativos que se han hallado al reclutar candidatos mediante redes sociales. En primer lugar, no todas las personas que tienen un perfil en las redes sociales lo mantienen activo, por lo que en algunas ocasiones dificulta el poder contactar con los candidatos, lo cual supone cierta limitación. En segundo lugar, la imagen que se da en las redes sociales no siempre es la más real. Además, hay candidatos que mienten en cuanto a su perfil profesional. En tercer y último lugar, realizar el proceso de contratación a través de redes sociales permite ver y conocer aspectos técnicos del sujeto, sin embargo, hay aspectos personales que no se encuentran al realizar el proceso.

También se tomó en cuenta una investigación realizada en la ciudad de Ambato- Ecuador, con el título, “El impacto de las redes sociales Facebook y LinkedIn en el proceso de contratación de las instituciones financieras de la economía popular y solidaria del cantón Ambato”, del autor, Ing. Luis Rodrigo Rengel Cevallos. Con los siguientes resultados, de

todas las formas de contratación, las redes sociales demuestran cada día que son efectivas para las empresas, aunque no todas las usan de forma adecuada.

Se puede observar gran cantidad de los perfiles de los contratados son excelentes y muy buenos, lo que testimonia que la contratación mediante redes sociales es bastante efectiva. Las redes sociales no sólo abaratan costos, por el bajo costo de la publicidad en estas, y en muchos casos no tiene costo alguno. También son una fuente de para encontrar gran cantidad de potenciales aspirantes, además que son tendencia en la actualidad y llegan a bastantes personas.

Se relacionó también con una tercera cita, realizada en la Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador. Las redes sociales como apoyo al reclutamiento y selección de personal, del autor, Germán Rubén Enríquez Loyo, con los siguientes resultados, el rendimiento que tienen las redes sociales en los procesos se identifica ya que el 75% de las empresas entrevistadas menciona que es muy eficiente el proceso de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales. Al igual que el 63% de las exponen que la acogida es uno de los principales aspectos positivos del uso de las redes sociales para la captación y selección de personal. De igual forma el 88% de las empresas entrevistadas mencionan que las redes sociales no limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de personal.

El impacto que tienen las redes sociales en los procesos de reclutamiento y contratación lo podemos notar cuando la persona encargada de este proceso toma decisiones de contratación inmediatas, podemos decir “primera impresión”, basadas en la información que se encuentra en las redes sociales esto se da porque son de acceso rápido y fácil.

En la actualidad las redes sociales profesionales como LinkedIn son plataformas imprescindibles para cualquier persona que quiera destacar en su profesión. Permiten a las personas crear y vender marcas personales.

Varias investigaciones sugieren que la adaptación de redes sociales en el lugar de trabajo puede robustecer el intercambio de conocimientos. El resultado es optimizar las actividades de gestión de proyectos y aprobar la difusión de conocimientos especializados.

2.1. Formulación del problema.

Por lo tanto, el proyecto de investigación lleva a formular la **pregunta: ¿Cómo mejorar el proceso de contratación de capital humano, usando las redes sociales?**

3. OBJETIVOS.

3.1 Objetivo General:

- Proponer el uso de las redes sociales en el proceso de contratación de capital humano en las empresas del cantón Salcedo.

3.2 Objetivos Específicos:

- Identificar las bases teóricas del uso de las redes sociales en los procesos de contratación de capital humano.
- Diagnosticar del uso de las redes sociales en la contratación del capital humano en las empresas del cantón Salcedo.
- Plantear estrategias para el uso de las redes sociales como herramientas de apoyo para optimizar el proceso de contratación de capital humano.

3.3. Actividades y sistemas de tareas en relación a los objetivos.

Tabla 1

Actividades del Proyecto.

Objetivos específicos:	Actividades	Cronograma	Productos
Proponer el uso de las redes sociales en el proceso de contratación de capital humano en las empresas del cantón Salcedo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Búsqueda de información bibliográfica, publicaciones, repositorios sobre el uso de redes sociales y contratación de capital humano. 	SEMANA 3-4	Fundamentación científico- técnica.
Diagnosticar del uso de las redes sociales en la contratación del capital humano en las empresas del cantón Salcedo.	<ul style="list-style-type: none"> ● Diagnosticar el uso de las redes sociales en las empresas. ● Aplicación del instrumento de apoyo, cuestionario de 20 preguntas y obtención de resultados mediante la 	SEMANA 6-7	Análisis y tabulación de resultados.

	<p>tabulación en matrices QFD.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enríquez Loyo, G. (2022). <i>“Las redes sociales como apoyo al reclutamiento y selección de personal”</i> 		
Plantear estrategias para el uso de las redes sociales como herramientas de apoyo para optimizar el proceso de reclutamiento de capital humano.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de estrategias para el uso de las redes sociales, como propuesta para optimizar el proceso de contratación de capital humano. 	SEMANA 8-9-10	Conclusiones y recomendaciones. Presentación de la propuesta de las redes sociales como herramienta de apoyo para la contratación de capital humano.

Elaborado por: García y Silva (2023).

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.

4.1. Beneficiarios Directos.

Los beneficiarios directos son los colaboradores que trabajan en las empresas del cantón Salcedo, en el área de Talento Humano y demás personas o departamentos que se involucren en los procesos de selección y contratación de capital humano, que diariamente manejan

grandes cantidades de documentos de manera manual, como hojas de vida, certificaciones, referencias, entre otros.

4.1.1. Beneficiarios directos del proyecto.

Tabla 2

Beneficiarios Directos.

BENEFICIARIOS DIRECTOS.		
HOMBRES	MUJERES	Total
14	20	34

Elaborado por: García y Silva (2023)

4.2. Beneficiarios Indirectos.

Al realizarse la investigación en empresas privadas, que brindan productos y servicios a la comunidad, los beneficiarios indirectos, son las personas que quieren formar parte de la empresa, cuando ingresan a los procesos de contratación y selección para ocupar una vacante disponible, logrando la adaptación a las nuevas tecnologías.

5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

5.1 Redes sociales.

“Las redes sociales se han modificado en un hito en términos de acogida masiva por su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizados tanto por empresas privadas como instituciones públicas, ya que permiten una comunicación enérgica e interactiva. Hutt-Herera, H. (2012).

En su artículo menciona:

En los últimos tiempos han aparecido muchos tipos de redes sociales, para el ámbito social y el ámbito corporativo, con fines comerciales o sobre temas específicos de interés para determinados grupos o segmentos. Sin embargo, el objetivo general se logra en la medida en que se logre una comunicación ágil y efectiva con grupos de interés específicos, que incluye desde la capacidad de atender las necesidades de la asociación social hasta la facilitación para el diseño y posicionamiento de empresas, productos, servicios e incluso uso político”.

Dando a entender que las redes sociales, ahora cumplen roles más amplios, las personas ya no solo publican y comparten información, sino que es un medio dinámico que facilita la interacción entre personas, permite la creación de nuevos emprendimientos y el crecimiento de los mismos.

5.1.1 Características.

El potencial que tienen las redes sociales, ha sido de vital importancia para que las personas y empresas puedan desarrollar sus actividades de manera eficiente. Las redes sociales ya no solo permiten la conectividad, sino también la interacción y gestión de organizaciones a nivel mundial.

Gráfico 1

Características de las redes sociales.

Autores	Características
Pavan y otros (2012)	Permiten obtener Feedback: posibilidad de interacción Accesibles a todo tipo de usuario.
García (2009)	Ofrecen establecer un perfil de usuario. Gratuitas en su mayoría y de fácil uso.
Cuesta y Alonso (2010)	No son intrusivas: libertad de pertenecer o no a una red social. Con ellas se obtienen respuestas fácilmente medibles así como eficaces.
Kotler y Armstrong (2003)	Divulgan información de todo tipo: económica, social, financiera, profesional, entre otros. Carácter bidireccional: información de ida y vuelta. Rápidas, eficientes, y coste de entrada escaso.
Celaya (2011)	Se consolidan relaciones empresa-cliente a través de conversaciones en estas plataformas sociales.
Hernández (2013)	Facilita la toma de contacto de forma directa e inmediata entre empresas y consumidores.
Flores (2009)	Capaces de expresar el contenido en diferentes formatos (texto, audio, vídeo, gráfico, animaciones...)
Orihuela (2002)	Actualización de información de forma constante y rápida. Son abundantes y no hay límites sobre el volumen de información que éstas ofrecen a los usuarios de la red. Recopilación y almacenaje de la información, así como la creación de la misma.
Burgos et al (2009)	Capacidad viral de los contenidos: éstos se propagan de boca a boca.

Elaborado por: Jiménez Prieto, N. (2014).

5.1.2 Importancia.

Chávez AA y Vásquez G. B. (2017). En su publicación mencionan:

“Los sitios de redes sociales le permiten crear una comunicación bidireccional, donde la presencia del cliente se considera el factor principal. Esta retroalimentación permite a la empresa acercarse a los gustos y requerimientos de cada cliente, y comprender en tiempo real los problemas de los consumidores con la marca. El éxito o fracaso de la estrategia utilizada dependerá de la capacidad de respuesta de la empresa”.

Las redes sociales se han convertido en la principal herramienta de marketing digital, captación de clientes, contratación de personal, entre otras para la mayoría de las empresas, para muchas de ellas este medio es su mayor crecimiento y éxito. Parte de

esto es el personal encargado, que debe tener una idea clara de qué esperar con el uso de estas herramientas.

5.1.3 Tipos.

Tabla 3

Tipos de Redes Sociales.

Red Social	Características.
Facebook	Es una red social gratuita que nos permite conectarnos fácilmente con otras personas y marcas, crear grupos y eventos, buscar clasificados y crear páginas públicas en torno a un tema o interés específico.
YouTube	Se trata de una red de contenido audiovisual donde los usuarios pueden ver, compartir, comentar y publicar fotos y videos.
Instagram	Instagram es una de las redes sociales más intuitivas y se ha convertido en un favorito sólido.
Twitter	Se caracteriza por textos breves y concisos: cada tuit no debe superar los 240 caracteres. Es el lugar completo para saber qué está pasando y dónde.
Snapchat	Su atractivo radica en la corta duración del video: solo 10 segundos por video y desaparecerá una vez que la audiencia termine de verlo.
WhatsApp	Te permite mandar y recibir, así como fotos, videos, audio, grabaciones de audio, documentos, ubicaciones, contactos, gifs, así como llamadas y videollamadas con múltiples participantes al mismo tiempo.
LinkedIn	Ofrece la oportunidad de hacer networking con otros profesionales y, por supuesto, encontrar trabajo. Su interfaz te permite realizar llamadas, enviar mensajes privados y presumir de nuestra experiencia.

Tik-Tok Esta es una aplicación social que te permite grabar, editar y compartir videos cortos con la opción de agregar música de fondo, efectos de sonido y filtros o efectos visuales.

Elaborado por: García y Silva (2023)

5.1.4 Utilidad de las redes sociales en las empresas.

Tabla 4

Utilidad de las Redes Sociales.

UTILIDAD PARA LAS EMPRESAS	UTILIDAD PARA LOS CONSUMIDORES
- Permite el contacto en línea en cualquier momento y en cualquier lugar.	- Permite el contacto en línea en cualquier momento y en cualquier lugar.
- Brindar información sobre temas de interés para los consumidores. -Proporcionar información detallada y actualizada, constantemente actualizada.	- Brindar información sobre temas de interés para los consumidores. - Proporcionar información detallada y actualizada, constantemente actualizada.
- Costo de compra en línea. “Te permiten tomar decisiones de compra y consumo más rigurosas.	- Costo de compra en línea. “Te permiten tomar decisiones de compra y consumo más rigurosas.
- Conocer las opiniones, recomendaciones o quejas de otros consumidores sobre productos, precios o marcas.	- Conocer las opiniones, recomendaciones o quejas de otros consumidores sobre productos, precios o marcas.
- A través de ellas los consumidores reciben contenidos útiles e interesantes.	- Le permite ponerse en contacto en línea en cualquier momento y en cualquier lugar.

-
- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Permiten solucionar problemas a los clientes en determinados temas. - Por medio de las redes sociales, los clientes pueden obtener promociones adaptadas a sus necesidades. - Autopromoción - Acceso de manera voluntaria a la web de empresa a través de las redes sociales. - Ofrecen la oportunidad de mantener comunicaciones personalizadas. | <ul style="list-style-type: none"> - Brindar información sobre temas de interés para los consumidores. - Proporcionar información detallada y actualizada, constantemente actualizada. - Costo de compra en línea. “Te permiten tomar decisiones de compra y consumo más inteligentes. - Conocer las opiniones, recomendaciones o quejas de otros consumidores sobre productos, precios o marcas. - A través de ella, los consumidores reciben contenidos útiles e interesantes. |
|---|---|
-

Elaborado por: Jiménez Prieto, N. (2014).

5.1.5 Ventajas de utilizar redes sociales para la contratación de capital humano.

Tabla 5

Ventajas de las Redes Sociales en la contratación de capital humano.

<ul style="list-style-type: none"> • Permite separar el público objetivo al que va dirigida la oferta de trabajo.
<ul style="list-style-type: none"> • Los medios sociales amplían el acceso a un gran grupo de candidatos.
<ul style="list-style-type: none"> • Existe disponibilidad de la oferta de trabajo de forma estable.
<ul style="list-style-type: none"> • Son de amplio alcance, y que permiten reclutar personal de cualquier parte del mundo.
<ul style="list-style-type: none"> • Permiten disminuir los costos.
<ul style="list-style-type: none"> • Disponen de mayor información para los postulantes.

<ul style="list-style-type: none"> • Facilitan el proceso, ya que se procesa la información de manera electrónica.
<ul style="list-style-type: none"> • Mantiene la base de datos sobre candidatos para futuros procesos de contratación y selección.
<ul style="list-style-type: none"> • Permiten la consulta eficaz, ya que en el momento deseado se puede acceder al sistema de ofertas laborales.
<ul style="list-style-type: none"> • Forman parte de las funciones estratégicas de RRHH.

Elaborado por: García y Silva (2023)

5.1.6 Desventajas de utilizar redes sociales para la contratación de capital humano.

Tabla 6

Desventajas de las Redes Sociales en la contratación de capital humano.

<ul style="list-style-type: none"> • Saturación de postulaciones, generando gran cantidad de demanda de empleo.
<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de contacto humano.
<ul style="list-style-type: none"> • Algunos sitios de empleo no son tan rápidos para la clasificación de candidatos, complicando la tarea para el seleccionador.
<ul style="list-style-type: none"> • No todos tienen la posibilidad de acceso, ya que algunas personas no poseen o no conocen el manejo de las herramientas tecnológicas.
<ul style="list-style-type: none"> • Limitaciones de las propias redes, ya sea por escasez, cobertura o mal funcionamiento.
<ul style="list-style-type: none"> • Algunos de los formatos que ofrecen los websites especializados son incompletos o desorganizados complicando la tarea de selección.
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de confianza en el uso de los datos.

Elaborado por: García y Silva (2023)

5.1.7 Contratación con las Redes Sociales.

Para los autores Sabin, R. G., & González, R. (2005). dan a conocer la modernidad de la contratación empresarial, con la siguiente idea:

En un ambiente más competitivo como el existente que afirma que hay escasez de talento, los procesos de selección están aumentando e incorporando entre sus herramientas el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, surgiendo así el e-recruitment, que se percibe como el método de captación y selección de talento mediante el internet y que admite optimizar los procesos. Por tanto, las empresas corresponden estar al pendiente de los avances tecnológicos con el fin de fructificar sus beneficios.

El uso de las redes sociales para la contratación de personal tiene muchas ventajas debido al tiempo más corto para encontrar candidatos. La empresa y el candidato pueden interactuar al instante y el proceso de selección se vuelve más simple y rápido. De esta manera se logra llenar la vacante rápidamente.

5.1.8 Técnicas.

El proceso de selección radica en la aplicación de diversas pruebas o técnicas para la compilación y análisis de información sobre los postulantes y que sirve para evaluar el grado en el que éstos poseen los requisitos definidos en el perfil competitivo. Las técnicas de selección según García Rodríguez, C. (2017) más habituales son las siguientes:

- Pruebas profesionales (in-baskt, discusiones profesionales en grupo...)
- Examen de conocimientos, como pueden ser las pruebas orales y las pruebas escritas.
- Pruebas psicotécnicas, para apreciar atributos psicológicos como la personalidad, cualidades, aptitudes y capacidades.
- Entrevista. Es la técnica más común en las empresas grandes, medianas y pequeñas.

- Ejercicios de interacción grupal, también denominados discusiones en grupo.
- Pruebas de aptitudes físicas.
- Reconocimiento médico.
- Análisis de referencias. Son datos pertinentes a los solicitantes proporcionados por terceras personas o conseguidos por la empresa.
- Período de prueba, etc.

Con todo esto, si las técnicas preliminares se han aplicado correctamente facilitando una investigación válida y fiable, y el proceso de selección- contratación a continuado bien sus pasos, se podría decir que el postulante elegido será apto para el puesto ofertado.

5.2 Capital humano.

El capital humano es la fuente de la ventaja competitiva de una organización, por lo que las organizaciones deben determinar cada vez más el valor que un individuo aporta a la organización y esforzarse por aumentar este valor, así como agregar valor que la empresa tiene para sus empleados.

“Atrae a los mejores candidatos y reduce el riesgo de transferir un recurso valioso como el capital humano”. Valencia Rodríguez, M. (2005).

El capital humano es un recurso importantísimo, ya que es el conjunto de habilidades, experiencia y conocimiento, que permite el trabajo fluya de manera eficiente, siendo capaces de mejorar las series e impulsar el crecimiento económico de la organización.

5.2.1 Aspectos principales del capital humano.

El capital humano tiene varios aspectos que se deben cumplir para permitir que las organizaciones funcionen de manera correcta.

El capital humano, en su naturaleza y calidad como fuente de producción, cuenta con una serie de factores que se evalúan tanto a nivel individual como colectivamente, en los mismos que podemos mencionar; la puntualidad, capacidad para resolver problemas, habilidades físicas y mentales, habilidad comunicacional, entre otros. La competitividad en cualquier caso es un elemento clave de una empresa o entidad que posea una misión y visión determinada. Esta característica asegura la mejora continua de la organización y permite llevar una buena relación con los competidores y claro, con nuestro entorno empresarial.

Gráfico 2

Aspectos del capital humano.



Elaborado por: García y Silva (2023).

5.2.2 Importancia del desarrollo del capital humano en las empresas.

El capital humano es y será el pilar fundamental de una organización, es por ello que Contreras, R. (2012) mencionan lo siguiente:

El capital humano es ahora un factor de creación de valor agregado para las organizaciones, lo que se vuelve aún más importante cuando el conocimiento se distribuye en función del beneficio de los objetivos organizacionales. Depende en gran medida de la capacidad de la organización para utilizar y desarrollar el

conocimiento. El proceso de mejorar el conocimiento es idealmente capacitar y desarrollar al capital humano (p. 14).

Es necesario dentro de una organización contar con un constante desarrollo de sus colaboradores, logrando un perfeccionamiento de habilidades y generando conocimiento, que será parte de una ventaja competitiva.

5.3 Gestión del Capital humano.

En el siguiente texto Chávez, L. M. (2015), menciona:

“El término recurso humano describe a una persona como instrumento, no como fundamental de una empresa, que posee las destrezas y peculiaridades que dan vida, flujo y funcionamiento a cualquier organización; por eso hoy se usa el término talento porque todas las personas tienen talento”.

La gestión del capital humano, es una variable necesaria para lograr el éxito en el mundo empresarial, busca la calidad y el valor para fortalecer todas las áreas.

Con un correcto proceso de gestión de capital humano, las organizaciones se permiten establecerse dentro del mercado y trabajar por ser la mejor. Entendiendo así que el capital humano es el motor de toda empresa.

5.3.1 Procesos de gestión de capital humano.

Chiavenato (2011), Establece que los procesos de capital humano son:

Integración, organización, comportamiento, desarrollo y evaluación del capital humano.

Gracias a su interacción, cada cambio en uno de ellos afecta a los demás, provocando nuevas dinámicas, provocando cambios y la expansión de todo el sistema. Para este autor, la PTH consta de cinco subsistemas: (1) distribución, (2)

organización, (3) mantenimiento, (4) desarrollo y (5) pruebas (Tabla 2).

Están íntimamente relacionados y son dependientes entre sí, debido a su interconexión, cualquier cambio en uno de ellos afecta a los demás, lo que conducirá al ajuste y adaptación de unos a otros. dentro de este sistema.

Los procesos de gestión del personal permiten ingresar a un colaborador en la empresa, conjunto de métodos para atraer candidatos, potencialmente aptos, capacitados para desarrollar las actividades del puesto de trabajo y aplicar a vacantes.

5.3.2 Administración del capital humano.

Debemos recordar que la gestión del capital humano se encarga tanto de dirigir como de organizar los recursos de cualquier organización.

“La gestión de capital humano no es solo el departamento de recursos humanos; pero bajo la responsabilidad directa de la Casa Matriz y los jefes de Departamento”.
(Flores M, et.al 2018).

La administración del capital humano, es aplicable dentro de cualquier tipo de organización, ya que no es el directivo o el departamento como tal, sino un medio para organizar a las personas y encaminar los objetivos de la organización, como los objetivos de cada colaborador.

En el libro Administración de Recursos Humanos, Chiavenato (2015), menciona lo siguiente: “la administración del capital humano no es un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar la eficiencia y eficacia de las organizaciones mediante las personas, lo que permite condiciones favorables para que estas últimas logren sus objetivos individuales” (pág. 114)

5.3.3 Objetivos de la administración del capital humano.

Chiavenato (2015) considera y promueve la siguiente idea:

Además de las metas de la organización, la HRA también debe considerar las metas individuales de sus miembros.

Las principales tareas de ARCH son:

1. Producir, conservar y extender un equipo de personas con las destrezas, motivación y satisfacción para lograr los objetivos de la empresa.
2. Establecer, mantener y desarrollar las condiciones de la organización para el empleo, desarrollo y plena satisfacción de las personas y el logro de las metas personales.
3. Aumentar la eficiencia y la eficacia en el trato con las personas. (pág. 122).

Dentro de cualquier organización, vamos a encontrar sus diferentes objetivos y metas, que procuran cumplirlos, pero así también se deben alinear los objetivos para su capital humano, que es el recurso más importante y dentro de un mundo empresarial competitivo, es más que necesario, una obligación considerar el desarrollo y mejora continua de sus colaboradores.

5.3.4 Importancia de la administración del capital humano.

(Chiavenato, 2015) en la publicación “Gestión de Recursos Humanos” señala que: “La gestión es el camino para lograr los mejores resultados, utilizando los recursos disponibles para alcanzar las metas. La gestión se ocupa de la coordinación del capital humano y los recursos materiales para lograr los objetivos. Cuatro elementos principales se configuran en este concepto:

1. El número de tareas.
2. A través de las personas.
3. Adopción de tecnología.
4. En la organización.

En la práctica, la tarea de la administración es incorporar y clasificar los recursos organizacionales que a menudo son cooperativos y a veces contradictorios, como personas, materiales, dinero, tiempo o espacio, etc., para lograr objetivos específicos de la manera más eficiente y efectiva posible”.

El correcto manejo y administración del capital humano que posee una empresa, permite tener personas comprometidas con su trabajo, que todos los días se encuentren motivados y felices con las tareas que desempeñan, aportar en su crecimiento personal, dará como resultado colaboradores creativos y altamente competitivos.

5.4 Reclutamiento y selección.

Un proceso de selección y contratación eficaz es clave para el éxito en los negocios.

Corral F. (2007) nos menciona lo siguiente:

“Mirando al momento actual, cuando decimos 'contratación de personal', nos referimos a un conjunto de actividades destinadas a recopilar datos relevantes, intercambiar información y luego evaluar la idoneidad de los solicitantes para los puestos. Se trata de un análisis en profundidad de la idoneidad de la persona para el puesto para el que será elegida.

Las estrategias de negocio las implementan las personas. Sin el talento adecuado difícilmente se puede liderar una organización hacia la misión pretendida.

5.4.1. Reclutamiento y selección 2.0.

En Reclutamiento y Selección 2.0, La Nueva Forma de Encontrar Talento, Rojas. P, (2010) mencionó que:

“La probabilidad de encontrar candidatos pasivos que reconozcan sus talentos y sientan que tienen un poder que nunca han tenido (no han experimentado antes) es muy alta, por lo que el enfoque debe ser mucho más íntimo. refinado a medida que el

perfil se vuelve más detallado. El futuro de la elección en el corto plazo estará determinado por una feroz competencia, en la que empresas, cazarrecompensas y portales de empleo jugarán un papel protagónico nunca antes visto”.

Las nuevas formas de contratación a través de internet, exigen nuevas competencias al departamento de recursos humanos, si las empresas son capaces de gestionar eficazmente los procesos en contratación on-line será sostenible. El internet es un canal por el que se pueden ofertar puestos y proporcionar datos respecto al proceso de presentación de candidaturas.

5.4.2. E-recruitment.

El E-recruitment, un término de origen anglosajón, que en español hace referencia a la selección y contratación de personal a través de internet.

Trata de una serie de herramientas que de modo automático se encargan de manejar el proceso de contratación y permiten agilizar el proceso, dejando de lado los métodos tradicionales. Esta técnica resulta muy importante para la transformación digital de cualquier empresa.

El objetivo del reclutamiento online es facilitar los procesos de contratación a todos los actores implicados, entre sus mayores ventajas podemos destacar:

1. Ahorro de tiempo: en el menor tiempo a partir de publicar la oferta en páginas de empleo o en diversas plataformas, podemos empezar a recibir cantidades de CV. Esto permite que el proceso se agilice, logrando cubrir las vacantes disponibles rápidamente.
2. Reducción de costes: permite evaluar un elevado número de candidatos, por lo que los procedimientos abundantes en las grandes organizaciones se reducen en precio, al lograr disminuir las horas de trabajo del personal de Talento Humanos

en comparación con los métodos manuales. Asimismo, no se necesita invertir dinero para ofertar un empleo.

Dicha evolución, ha dado lugar a nuevas opciones de contratación alternativas y/o complementarias a la contratación clásica conocidas como e-recruitment y reclutamiento móvil. Que ha ayudado con la existencia de un mercado laboral online. (Aragón I. 2018).

El e-recruitment hace referencia al uso de Internet en el proceso de selección y contratación, que es un aspecto mucho más positivo para las agencias de contratación y los reclutadores.

5.4.3 SEO.

Las siglas SEO pertenecen al acrónimo Search Engine Optimization, traducido; Optimización de los motores de búsqueda. Es la tarea de concordar la información de las páginas que intentan aparecer en las primeras posiciones de los resultados que proyecten los buscadores. Radica en modificar otros elementos en las páginas y en la disposición del sitio web, así como atarearse en otros elementos externos.

SEO se conocen como técnicas de posicionamiento natural u orgánico en los buscadores, la aplicación de estas es gratuito, además, puede derivar en gastos para aquellas empresas que prefieren dejar esto en manos de profesionales, externalizando el servicio y paguen por eso. Luna, AC (2017).

Optimización para mecanismo de búsqueda, el principal objetivo es mejorar el posicionamiento de cualquier tipo de website dentro de los mecanismos de búsquedas como Google, Bing, Yahoo! search, etc. A través de diversas estrategias, el principal objetivo sería dejar una web en el primer lugar de la búsqueda cuando se busca por término relacionados a esta, como, por ejemplo, recibir recomendaciones por buscar algún tipo de información.

6. PROPUESTA METODOLÓGICA.

Para la investigación se aplicaron diferentes métodos, técnicas e instrumentos como se describe a continuación:

6.1. Tipo de Investigación.

Esta es una investigación de enfoque cualitativo; porque como investigadores, interesa conocer los hechos concretos, se estudió las opiniones y expectativas que tienen los colaboradores que forman parte de los procesos de contratación de capital humano de las empresas del cantón Salcedo.

Por definición, la investigación cualitativa se centra en generar datos descriptivos, como las palabras y expresiones habladas y escritas de las personas, así como el comportamiento observable. (Taylor, S.J. y Bogdan R.,1986).

El grupo de investigación se basó en la expresión escrita de un grupo específico de personas abordadas y así para poder construir nuevos conocimientos.

Adicional la investigación es de carácter descriptivo y corte transversal, ya que su propósito es describir la naturaleza de los grupos de población sin centrarse en por qué ocurre un fenómeno particular. Es decir, "describe" el tema del estudio, pero no cubre el "por qué" sucedió y sirve para evaluar la frecuencia y la distribución del tema de estudio en un determinado grupo demográfico, (empresas del cantón Salcedo).

El método que se utilizó es no experimental ya que se observaron los acontecimientos en su contexto natural, para después poder analizarlos. No se construyó ninguna situación, sino que se percibió situaciones ya existentes.

6.2. Técnicas e instrumentos.

Para la recolección de información se utilizó la técnica de encuesta;

Además, como instrumento; un cuestionario de 20 preguntas con el tema: “El uso de las redes sociales para la contratación de capital humano”, considerado de la publicación de:

Enríquez, G. “*Las redes sociales como apoyo al reclutamiento y selección de personal*”, adaptado al objeto de estudio, el mismo permitió identificar la situación actual de las empresas del cantón Salcedo, respecto al uso de redes en la contratación del capital humano.

La implementación de la función de calidad (o QFD) es un método de diseño de productos y servicios que recopila las necesidades y expectativas del cliente y las traduce en parámetros técnicos y operativos satisfactorios a través de pasos secuenciales. Yacuzzi, E., & Martín, F. (2003).

Como instrumento de apoyo para obtener los efectos de la aplicación de la encuesta en las empresas del cantón Salcedo, utilizamos la matriz (por sus siglas en inglés QFD), despliegue de la función de la calidad, que permitió conocer que procesos de contratación son de prioridad y cuáles manejan cada una de las empresas que se visitó, la matriz permite valorar las respuestas obtenidas mediante el instrumento aplicado, con una escala de 1 = **débil**, 3 = **media** y 5 = **fuerte**, la misma será de utilidad para deducir puntos débiles y necesidades en la contratación de capital humano y así poder proponer estrategias de mejora.

6.3 Población.

López, P. L. (2004) En su publicación, “Población muestra y muestreo” menciona que la población:

Es el grupo de sujetos o cosas de los que se anhela conocer algo en una investigación.

"El conjunto debe estar compuesto por individuos, animales, investigaciones científicas, alumbramientos, las ejemplares de laboratorio, los incidentes, entre otros".

(PINEDA et al 1994:108) En nuestra rama pueden estar libros, ensayos, animaciones, series, transmisiones y por supuesto personas.

La población es el conjunto de personas u objetos y son el foco principal de una investigación, la misma que se realiza en beneficio del lugar tomado en cuenta.

Para el trabajo de investigación se tomó en cuenta como población las empresas grandes, medias y pequeñas del cantón Salcedo, mediante información descargada de la SuperCias (Superintendencia de Compañías), existen 90 empresas en la ciudad de Salcedo, para poder realizar la investigación se consideraron 25 empresas, por su tamaño, de las cuales 7 lamentablemente no accedieron al pedido, y se contó finalmente con la predisposición de 8 empresas, a éstas se aplicó una encuesta, como instrumento para levantar la información necesaria del estudio (cuestionario de 20 preguntas), que sirvió de gran apoyo para todo el estudio.

Tabla 7

Población.

Empresas	Grandes	Medianas	Pequeñas	Nro. Empresas.	Nro. encuestados.
El Ranchito	x			1	1
INPLASS		x		1	7
Agua Santa		x		1	3
Soluakabados			x	1	7
Disprotel			x	1	2
San Miguel Drive			x	1	5
Ivonndy			x	1	4
Sierra Fértil	x			1	5
Total				8	34

Elaborado por: *García y Silva (2023)*

6.4 Técnica e instrumento de recolección de datos.

López. P, & Fachelli. S, (2016). En su libro mencionan que:

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de acopio de datos mediante la interrogación de los sujetos cuyo propósito es la de conseguir de manera sistemática medidas sobre las nociones que se derivan de una problemática de investigación anticipadamente construida. La recogida de los datos se ejecuta a través de un cuestionario, instrumento de recolección de los datos (de medición) y la forma protocolaria de realizar las preguntas (cuadro de registro) que se administra a la población o una muestra grande de ella mediante una entrevista donde es particular el anonimato del sujeto.

La técnica de la encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación porque recopila y procesa datos de manera rápida y eficiente, es un instrumento de observación y recogida/ producción de la información, es una formación indirecta de los hechos.

7. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.

Matriz 1

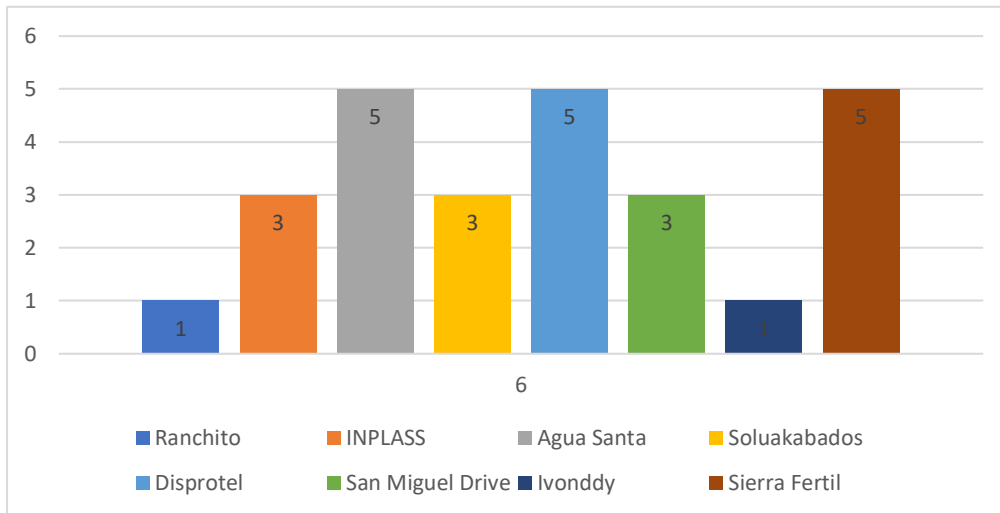
1. ¿Qué medios de comunicación utiliza la empresa para difundir ofertas de empleo?

FUERTE= 5						-								no existe relación	
MEDIA= 3						+								existe relación	
DEBIL= 1															
Cómo?						EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR									
Qué?															
Pregunta		Prioridad													
1. ¿Qué medios de comunicación utiliza la empresa para difundir ofertas de empleo?		5													
1		5													
EVALUACIÓN DE IMPORTANCIA		ABSOLUTA				40									
		RELATIVA (%)				100									
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA		1				OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25									

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 3

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



Elaborado por: García y Silva (2023)

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 1. ¿Qué medios de comunicación utiliza la empresa para difundir ofertas de empleo?, de 8 empresas encuestadas, 2 empresas con una valoración de **1**, (Débil) no manejan un medio de comunicación específico, por lo que puede no resultar efectivo los procesos que manejan, las 3 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), manejan varios tipos de medios de comunicación, y esto podría provocar confusión en el público al que se dirigen y las 2 últimas empresas tienen una valoración de **5**, (fuerte), utilizan redes sociales para difundir ofertas de vacantes disponibles, lo que nos indica que están a la par con los avances tecnológicos, y se adaptan a los cambios, sin embargo existen procesos que se pueden mejorar para que éstos sean totalmente exitosos.

Matriz 2

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

FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DÉBIL= 1

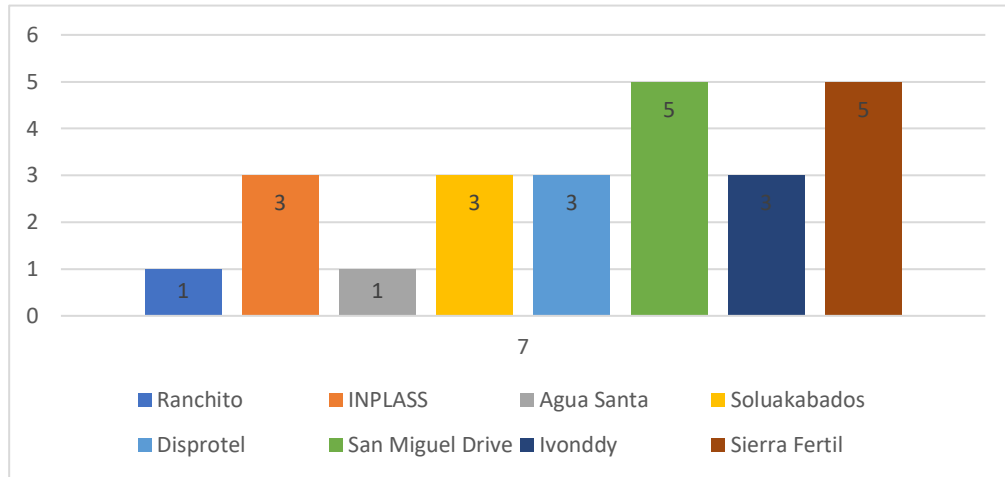
- no existe relación
 + existe relación

CÓMO?						EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR								
		Falta de candidatos cualificados	Localizar a candidatos pasivos.	Buscar candidatos con las mismas características que el colaborador anterior.	Reclutamiento sin uso de tecnología.	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Sohiakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonaddy	Sierra Ferial	
Qué?	Prioridad	2	2	2	2									
Pregunta	2. ¿Cuáles son comúnmente los problemas que tiene al momento de llenar una vacante?													
2	3	5	1	5	3	1	3	1	3	3	5	3	5	
EVALUACIÓN DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA	15	3	15	9	42								
	RELATIVA (%)	35,71	7,14	35,71	21,43	100	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 15							
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA		1	3	1	2									

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 4

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



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 2. ¿Cuáles son comúnmente los problemas que tiene al momento de llenar una vacante?, de 8 empresas encuestadas 2 empresas con una valoración de **1**, (Débil) tienen problemas para llenar una vacante, esto se puede dar porque sus procesos no sean los correctos al momento de contratar a alguien, las 4 siguientes empresas con una valoración **3**, (Medio), tienen inconvenientes pero también muchos aciertos para llenar un puesto, por lo que los procesos deberían ser innovados, y las 2 últimas empresas tienen una valoración de **5**, (fuerte), permitiéndonos conocer que no existe mayor inconveniente al momento de llenar una vacante de trabajo en las empresas.

Matriz 3

3. Al momento de captar capital humano ¿la mayoría de las personas cumple con las expectativas que tiene en cuánto a capacidades y aptitudes para el puesto que está ofertando?

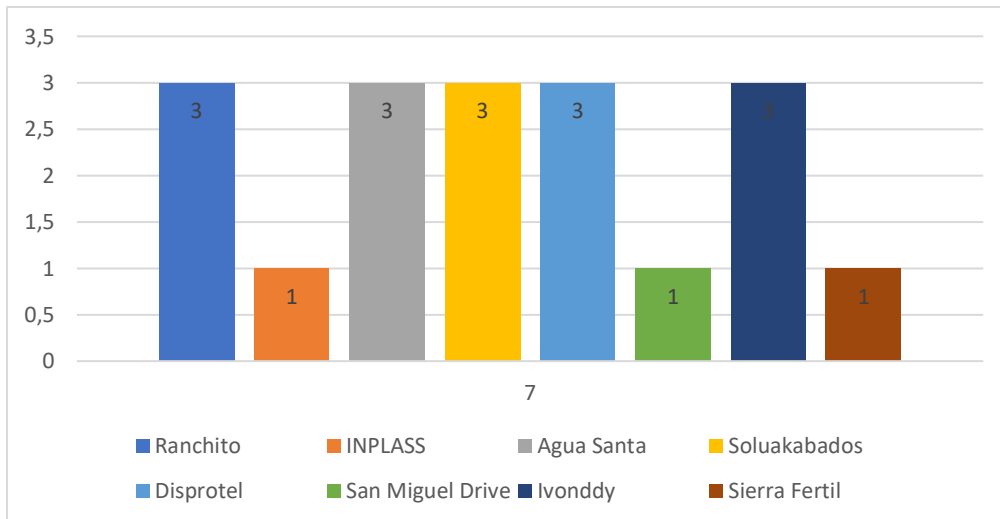
¿Qué porcentaje cumple esa expectativa?

FUERTE= 5 MEDIA= 3 DEBIL= 1							<table border="1"> <tr> <td>-</td> <td>no existe relación</td> </tr> <tr> <td>+</td> <td>existe relación</td> </tr> </table>		-	no existe relación	+	existe relación				
-	no existe relación															
+	existe relación															
Cómo?		Todos 100%	La mayoría 80%	A veces 50%	Rara vez 25%	Nunca 0%	EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR									
Qué?		Prioridad	3	3	3	3	3	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil	
Pregunta		3. Al momento de captar capital humano ¿la mayoría de las personas cumple con las expectativas que tiene en cuánto a capacidades y aptitudes para el puesto que está ofertando? ¿Qué porcentaje cumple esa expectativa?	3	5	5	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	1
EVALUACION DE IMPORTANCIA		ABSOLUTA	15	15	9	3	3	45								
		RELATIVA (%)	33,33	33,33	20,00	6,67	6,67	100								
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA			1	1	2	3	3	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 15								

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** *García y Silva (2023)*

Gráfico 5

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



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 3. Al momento de captar personal ¿la mayoría de las personas cumple con las expectativas que tiene en cuanto a capacidades y aptitudes para el puesto que está ofertando? ¿Qué porcentaje cumple esa expectativa?, de 8 empresas encuestadas 3 empresas con una valoración de **1**, (Débil) que las personas que contratan rara vez cumplen con las expectativas planteadas, y las 5 siguientes empresas tienen una valoración de **3**, (Medio), nos da a conocer que las personas que llegan a ocupar un puesto de trabajo no siempre podrían llegar a tener las capacidades y aptitudes que las empresas requieren.

Matriz 4

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

FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DÉBIL= 1

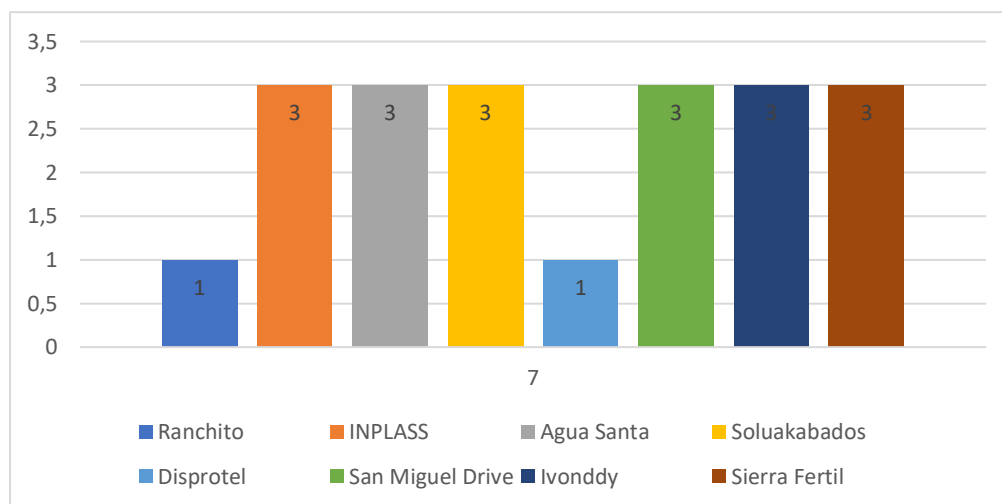
- no existe relación
 + existe relación

Cómo?		+		EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR							
		SI	NO								
Pregunta	Qué?	Prioridad		Rancho	INPLASS	Agua Santa	Soluabados	Disproel	San Miguel Drive	Ivondy	Sierra Fertil
	4	4. Para cubrir un puesto de trabajo vacante usted ¿toma en cuenta al personal interno de la empresa o prefiere un personal nuevo?	3		1	3	3	3	1	3	3
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA			9	3	12					
	RELATIVA (%)			75	25	100					
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA				1	2	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 9					

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 6

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



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 4. Para cubrir un puesto de trabajo vacante usted ¿toma en cuenta al personal interno de la empresa o prefiere un personal nuevo? ¿Por qué?, de 8 empresas encuestadas 2 empresas con una valoración de **1**, (Débil) las empresas manejan distintas preferencias al momento de contratar personal nuevo y las 3 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), toman en cuenta al personal interno para cubrir un puesto disponible, pero no descartan vincular personal externo.

Matriz 5

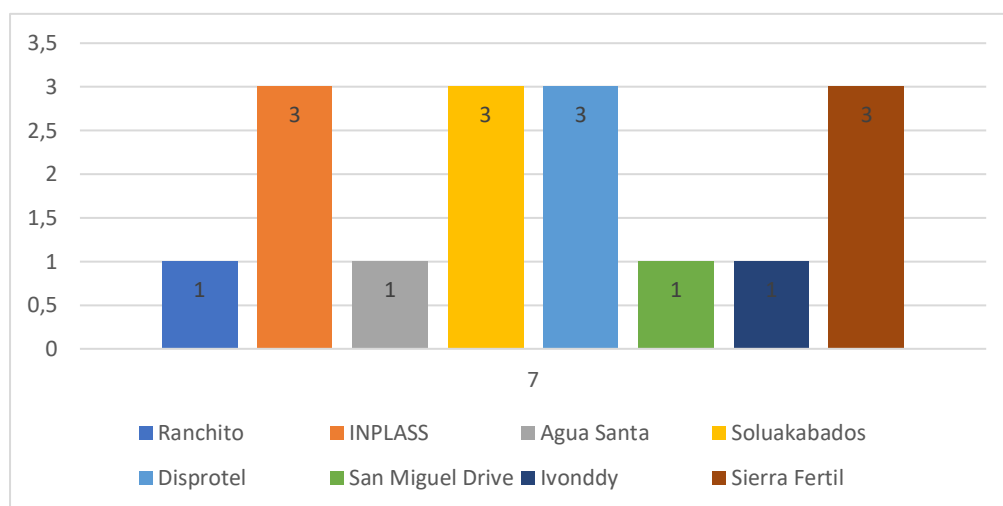
5. ¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de capital humano ha empleado?

FUERTE= 5																	
MEDIA= 3																	
DEBIL= 1																	
						<table border="1"> <tr> <td>-</td> <td>no existe relación</td> </tr> <tr> <td>+</td> <td>existe relación</td> </tr> </table>								-	no existe relación	+	existe relación
-	no existe relación																
+	existe relación																
Cómo?		Entrevista	Análisis de currículo	Evaluaciones de capacidades y habilidades	Evaluaciones psicométricas y de personalidad.	EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR											
Qué?		Prioridad	5	5	5	5	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil			
Pregunta		5	5	3	3	1	3	1	3	3	1	1	3				
5. ¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de capital humano ha empleado?		3	5	5	3	3	1	3	1	3	3	1	1	3			
EVALUACION DE IMPORTANCIA		ABSOLUTA		15	15	9	9	48									
EVALUACION DE IMPORTANCIA		RELATIVA (%)		31,25	31,25	18,75	18,75	100									
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA		1	1	2	2	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 15											

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** *García y Silva (2023)*

Gráfico 7

5. ¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de capital humano ha empleado?



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 5. ¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de personal ha empleado? ¿Por qué?, de 8 empresas encuestadas, 4 empresas con una valoración de 1, (Débil) manejan distintos métodos de selección de personal, por lo que podríamos deducir que, por no concentrarse en menos opciones, la saturación causa distracción, las 4 empresas siguientes tienen una valoración de 3, (medio), se centran en menos métodos por lo que podría resultar menos tedioso al momento de encontrar el personal adecuado para formar parte de la empresa.

Matriz 6

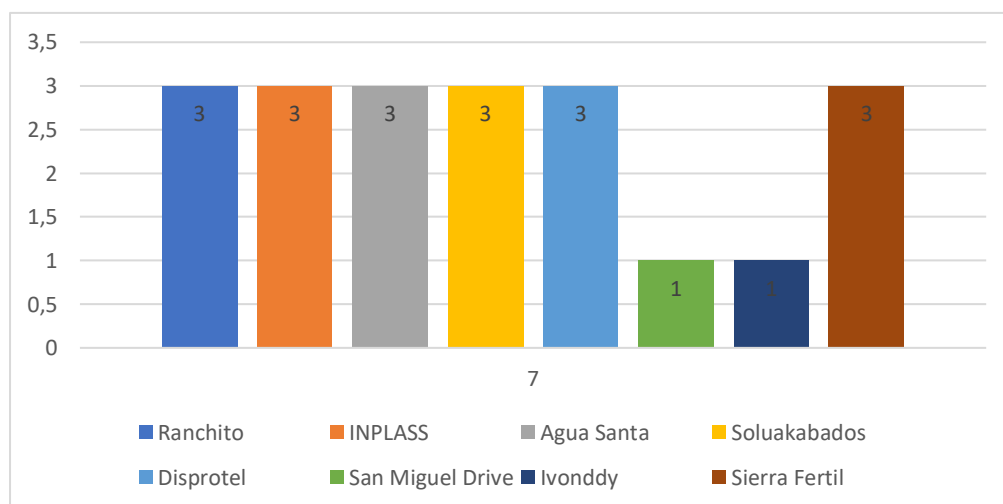
6. ¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de capital humano que usted utiliza?

						EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR									
			3 días	1 semana	2 semanas	1 mes									
	Cómo?														
	Que?	Prioridad	6	6	6	6	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil	
	Pregunta														
6	6. ¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de capital humano que usted utiliza?	3	1	3	5	5	3	3	3	3	3	1	1	3	
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA		3	9	15	15	42								
	RELATIVA (%)		7,142857143	21,42857143	35,71428571	35,71428571	100								
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA			1	1	1	1	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25								

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. Elaborado por: García y Silva (2023)

Gráfico 8

6. ¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de capital humano que usted utiliza?



Elaborado por: García y Silva (2023)

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 6. ¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de personal que usted utiliza?, de 8 empresas encuestadas, 2 empresas con una valoración de 1, (Débil) esto podría tardar mucho el proceso que las empresas y como resultado algo negativo, las 6 empresas

siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), sus tiempos de contratación se reducen y esto lograría la eficiencia en los procesos.

Matriz 7

7. Por lo general ¿cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece al nuevo personal?

FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DEBIL= 1

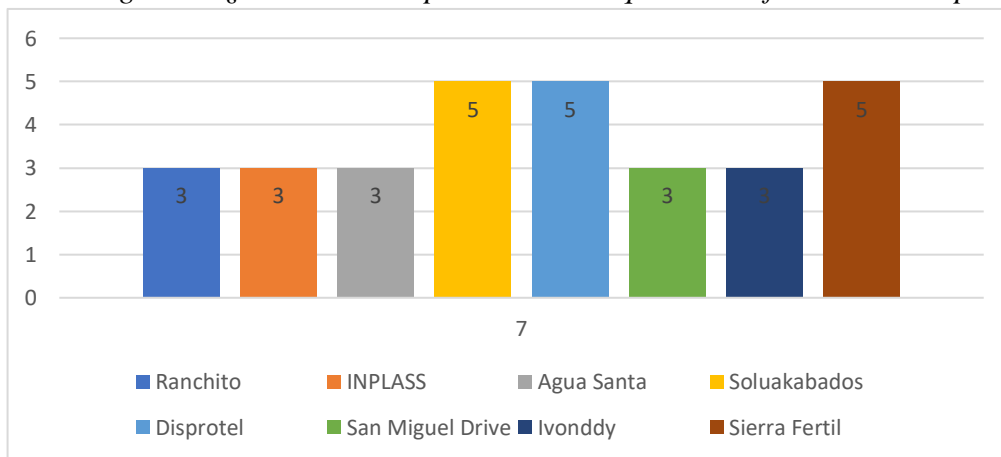
- no existe relación
 + existe relación

CÓMO?		+			EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR								
		3 meses	1 año	Indefinido	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil	
Qué?		Prioridad	7	7	7								
Pregunta	7. Por lo general ¿cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece al nuevo personal?	3	1	3	5	3	3	3	5	5	3	3	5
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA		3	9	15	27							
	RELATIVA (%)		11,11	33,33	55,56	100							
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA			3	2	1	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 15							

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 9

7. Por lo general ¿cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece al nuevo personal?



Elaborado

por: García y Silva (2023)

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 7. Por lo general ¿Cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece al nuevo personal?, de 8 empresas

encuestadas, 3 empresas con una valoración de **3**, (Medio) estas empresas manejan contratos ocasionales, por obra y también indefinidos, las 5 empresas siguientes tienen una valoración de **5**, (Fuerte), ofrecen estabilidad y permanencia laboral en el lugar o puesto de trabajo.

Matriz 8

8. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de capital humano por los métodos tradicionales o a través de redes sociales?

FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DEBIL= 1

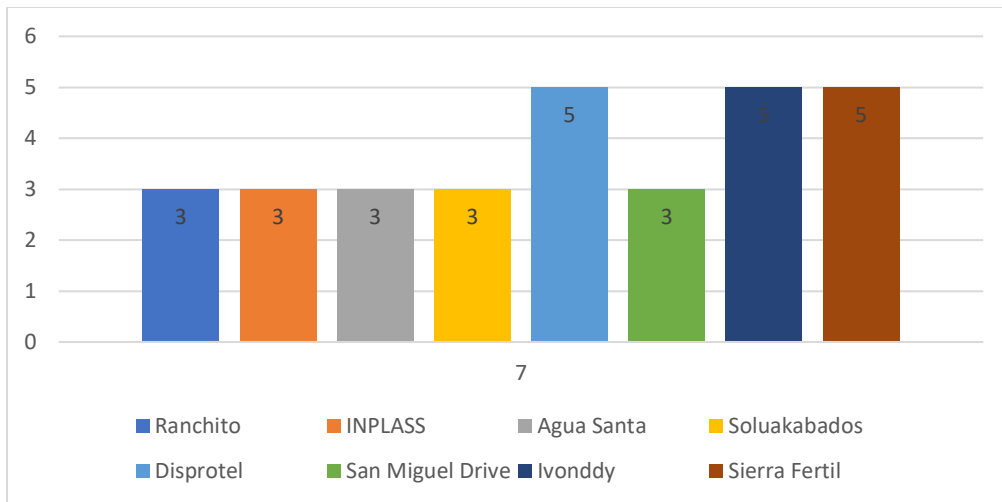
-	no existe relación
+	existe relación

Cómo?		+		EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR								
		Métodos tradicionales	Redes Sociales	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disproiel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil	
Qué?	Prioridad	∞	∞									
8	Pregunta 8. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de capital humano por los métodos tradicionales o a través de redes sociales?	5	3	5	3	3	3	3	5	3	5	5
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA		15	25	40							
	RELATIVA (%)		37,5	62,5	100	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25						
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA			2	1								

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 10

8. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de capital humano por los métodos tradicionales o a través de redes sociales?



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 8. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de personal por los métodos tradicionales o a través de redes sociales? ¿Por qué?, de 8 empresas encuestadas, 5 empresas con una valoración de **3**, (Medio) estas empresas manejan procesos de contratación mediante distintos métodos y les podría resultar favorable o muy confuso, las 3 empresas siguientes tienen una valoración de **5**, (Fuerte), sus procesos son llevados mediante las redes sociales, con esto se puede decir que estas empresas están en constante adaptación.

Matriz 9

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

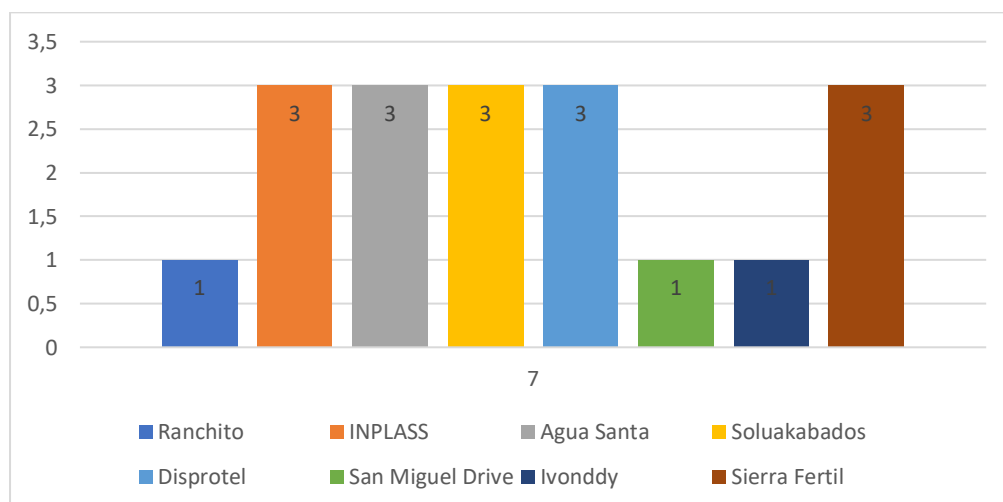
FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DEBIL= 1

Cómo?		Muy eficiente	Eficiente	Poco eficiente	Nada eficiente	EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR							
Qué?	Prioridad	9	9	9	9	Rancho	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil
	I. REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES												
9	9. ¿Qué tan eficiente cree usted que es el proceso de reclutamiento y selección de capital humano a través de las redes sociales?	5	3	1	1	1	3	3	3	3	1	1	3
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA	25	15	5	5	50							
	RELATIVA (%)	50	30	10	10	100							
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA		1	2	3	3	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25							

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 11

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



Elaborado por: García y Silva (2023)

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 9. ¿Qué tan eficiente cree usted que es el proceso de reclutamiento y selección de personal a través de las redes sociales?, de 8 empresas encuestadas, 3 empresas con una valoración de 1, (Débil) nos

indican que el proceso de reclutamiento a través de redes sociales no resulta tan eficiente con quisieran, las 5 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), el proceso que manejan para contratar personal por redes es eficiente, pero se podría mejorar para lograr que sea exitoso.

Matriz 10

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

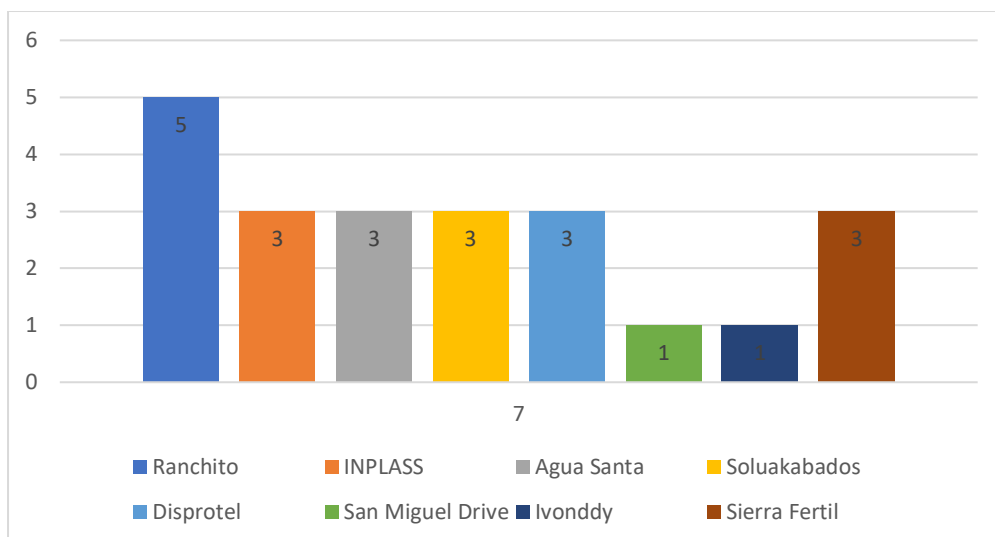
FUERTE= 5																																																					
MEDIA= 3							- no existe relación																																														
DEBIL= 1							+ existe relación																																														
Cámpo?		Disponen de mayor información para los candidatos				Mantiene la base de datos sobre candidatos potenciales para futuros procesos de contratación				Facilitan el proceso, ya que se procesa la información de manera electrónica.				Formas más didácticas para enseñar.				EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR																																			
Cámpo?		Prioridad				10				10				10				10																																			
I. REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES																																																					
10. ¿Cuáles cree usted que son los aspectos positivos del uso de las redes sociales para el proceso de captación y selección de capital humano?		5				3				3				5				1				Ranchito				INPLASS				Agua Santa				Solhachados				Disproiel				San Miguel Drive				Ivonddy				Siema Feril			
EVALUACION DE IMPORTANCIA		ABSOLUTA				15				15				25				5				60																															
		RELATIVA (%)				25				25				41,67				8,33				100																															
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA		2				2				1				3																																							

OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 12

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



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 10. ¿Cuáles cree usted que son los aspectos positivos del uso de las redes sociales para el proceso de captación y selección de personas?, de 8 empresas encuestadas, 5 empresas con una valoración de **1**, (Débil) la mayoría de empresas piensa que los aspectos de usar redes sociales para los procesos de reclutamiento son más negativos que positivos, esto puede darse por falta de conocimiento o por la resistencia al cambio, las 2 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), nos indican que usar redes sociales tienen aspectos positivos y negativos, así que se puede mejorar la opinión, y 1 última empresa tiene una valoración de **5**, (fuerte), esta empresa indica que las redes sociales tienen muchos aspectos positivos a la hora de encontrar el personal óptimo para ocupar una vacante.

Matriz 11

11. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de capital humano?

FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DEBIL= 1

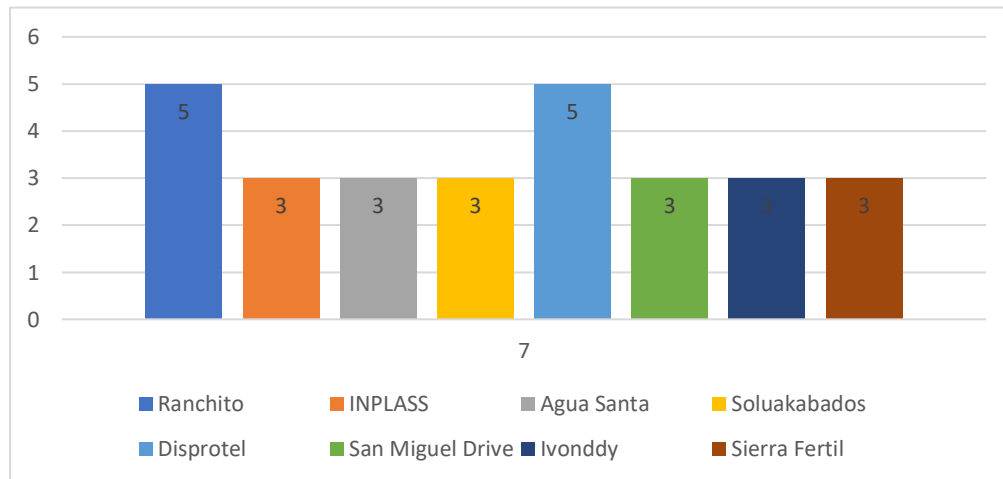
- no existe relación
 + existe relación

Cómo?			EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR							
	Sí	No	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil
Qué?	Prioridad	11	11							
Pregunta										
11. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de capital humano?	5	5	5	5	3	3	3	3	5	3
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA	25	25	50						
	RELATIVA (%)	50,00	50,00	100						
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA		1	1	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25						

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por: García y Silva (2023)**

Gráfico 13

11. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de capital humano?



Elaborado

por: García y Silva (2023)

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 11. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de capital humano?, de 8 empresas encuestadas, 6 empresas con una valoración de 3, (medio), nos indican que usar redes sociales para el reclutamiento pueden limitar que no se cumplan todas las fases del mismo y resulte negativo, y las 2 últimas empresas tienen una

valoración de 5, (fuerte), estas empresas nos indican que las redes sociales no limitan ningún proceso referente al reclutamiento y selección del capital humano.

Matriz 12

12. ¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de capital humano?

FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DEBIL= 1

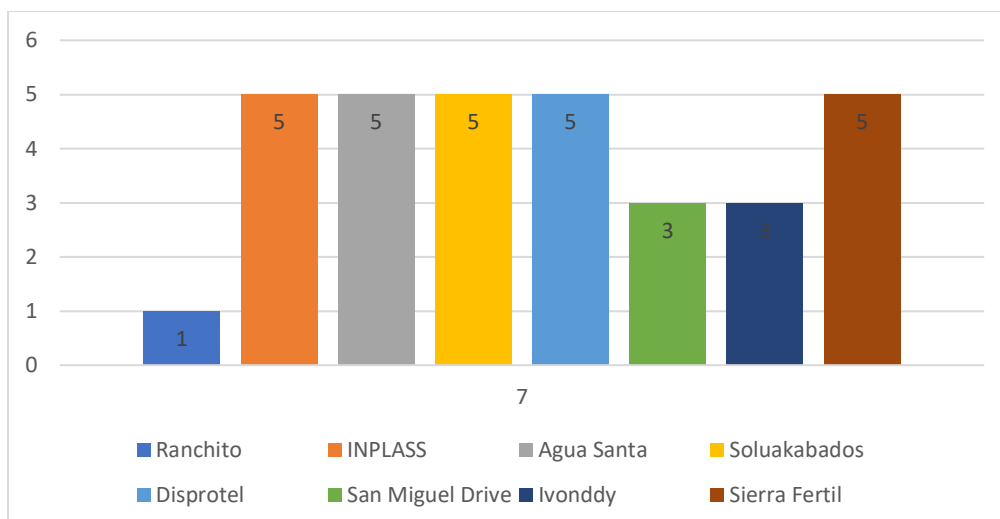
-	no existe relación
+	existe relación

Cómo?		+		EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR								
		Si	No	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Solutkabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil	
Qué?	Prioridad	12	12									
Pregunta												
12	12. ¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de capital humano?	4		5	1	1	5	5	5	3	3	5
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA			20	4	24						
	RELATIVA (%)			83,33	16,67	100						
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA				1	2	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 20						

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 14

12. ¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de capital humano?



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 12. ¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de capital humano?, de 8 empresas encuestadas, 1 empresa con una valoración de **1**, (Débil) cree que muchas empresas no utilizarán redes sociales en futuro, esto podría darse debido a que muchas empresas se resisten al cambio, las 2 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), éstas empresas creen que muchas evolucionarán y utilizarán las redes y otras herramientas para optimizar sus procesos, y 4 empresas tiene una valoración de **5**, (fuerte), esto indica que las empresas si utilizarán las redes y la tecnología eso podría ser para lograr eficiencia y creatividad en sus procesos.

Matriz 13

13. *¿Cuál método cree que se desarrolla en el menor tiempo para el proceso de reclutamiento y selección de personal; ¿las redes sociales o los métodos tradicionales?*

FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DEBIL= 1

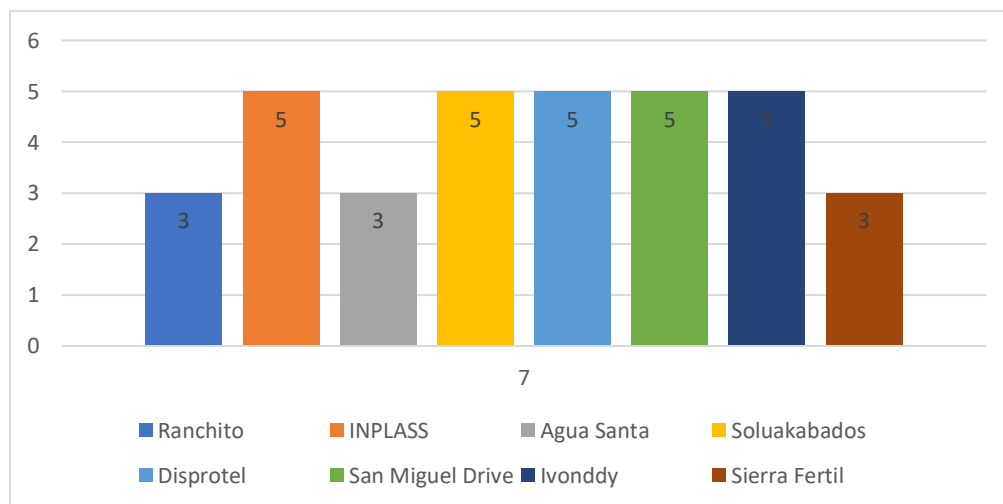
- no existe relación
 + existe relación

Círculo		+		EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR								
Pregunta	Qué	Prioridad	Redes Sociales	Métodos tradicionales	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil
			13. ¿Cuál método cree que se desarrolla en el menor tiempo para el proceso de reclutamiento y selección de personal; ¿las redes sociales o los métodos tradicionales?	5	5	3	3	5	3	5	5	5
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA		25	15	40							
	RELATIVA (%)		62,5	37,5	100							
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA			1	2	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25							

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 15

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



Elaborado por: García y Silva (2023)

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 13. ¿Cuál método cree que se desarrolla en el menor tiempo para el proceso de reclutamiento y selección de personal; ¿las redes sociales o los métodos tradicionales?, de 8 empresas encuestadas, 3 empresas tienen una valoración de **3**, (medio), lo que nos indica que usar redes sociales y métodos tradicionales podrían aportar en igual manera que los tiempos de

contratación de capital humano se minimicen, y 5 empresas tiene una valoración de 5, (fuerte), estas empresas nos indican que el enfocarnos en definidos procesos podrían evitar la distracción en otros, y permitir centrar la atención en uno y así optimizarlo al máximo.

Matriz 14

14. Seleccione que tan eficiente es el método que su empresa utiliza en el proceso de reclutamiento y selección de capital humano.

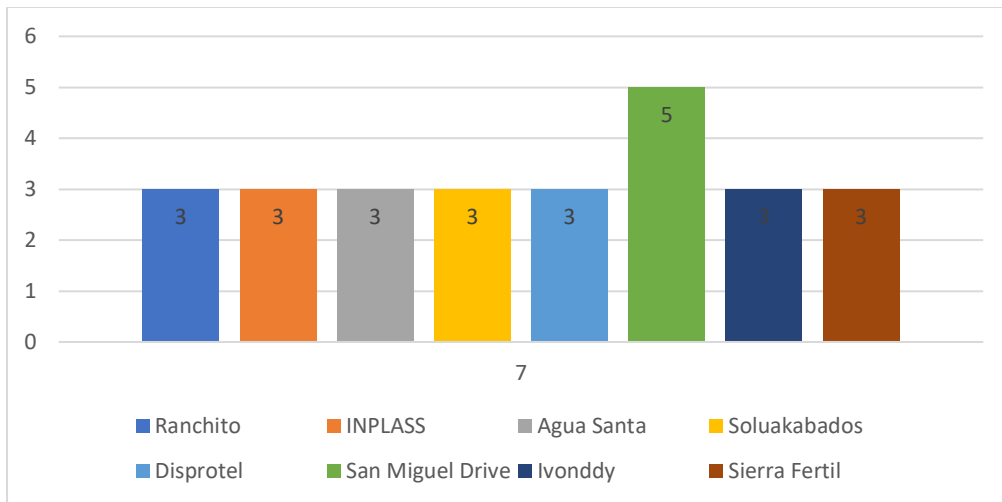
FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DEBIL= 1

						<table border="1"> <tr><td>-</td><td>no existe relación</td></tr> <tr><td>+</td><td>existe relación</td></tr> </table>		-	no existe relación	+	existe relación			
-	no existe relación													
+	existe relación													
Cómo?		Muy eficiente	Eficiente	Poco eficiente	Nada eficiente	EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR								
Que?	Prioridad	14	14	14	14	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivondy	Sierra Fertil	
	I. REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES													
14	14. Seleccione que tan eficiente es el método que su empresa utiliza en el proceso de	3	5	3	1	1	3	3	3	3	3	5	3	3
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA		15	9	3	3	30							
	RELATIVA (%)		50	30	10	10	100							
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA			1	2	3	3	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 15							

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 16

14. Seleccione que tan eficiente es el método que su empresa utiliza en el proceso de reclutamiento y selección de capital humano.



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 14.

Seleccione que tan eficiente es el método que su empresa utiliza en el proceso de reclutamiento y selección de capital humano, de 8 empresas encuestadas, 7 tienen una valoración de **3**, (medio), nos indican que usar redes sociales tienen aspectos positivos y negativos, y se podría mejorar para que éstos sean eficientes, y 1 última empresa tiene una valoración de **5**, (fuerte), esta empresa nos indica que contratar mediante redes sociales son procesos eficientes y han resultado exitosos.

Matriz 15

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

FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DEBIL= 1

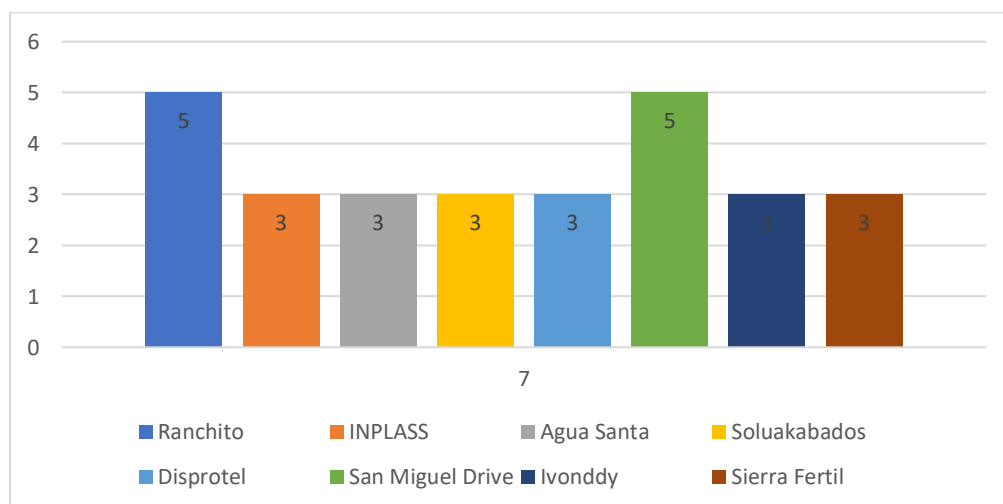
- no existe relación
 + existe relación

		+		EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR							
Cómo?		5	3								
Qué?		15	15	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil
Pregunta											
15	15. ¿Cree usted qué tiene algo que ver que una persona deje de trabajar en la empresa, con el método de reclutamiento por el que fue captado ya sea este tradicional o por redes sociales?	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA	9	9	18							
	RELATIVA (%)	50,00	50,00	100							
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA		1	1	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 9							

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** *García y Silva (2023)*

Gráfico 17

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



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 15. ¿Cree usted qué tiene algo que ver que una persona deje de trabajar en la empresa, con el método de reclutamiento por el que fue captado ya sea este tradicional o por redes

sociales?, de 8 empresas encuestadas, 2 empresas con una valoración de **1**, (Débil) indican que una persona deje de pertenecer a la empresa, si puede influir el método por el que fue contratado, las 3 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), indican que los métodos por el que fueron contratados pueden o no influir en la decisión de dejar de trabajar y 2 empresas tienen una valoración de **5**, (fuerte), nos indican que los métodos de contratación no influyen en las decisiones de los colaboradores en trabajar o no en las empresas.

Matriz 16

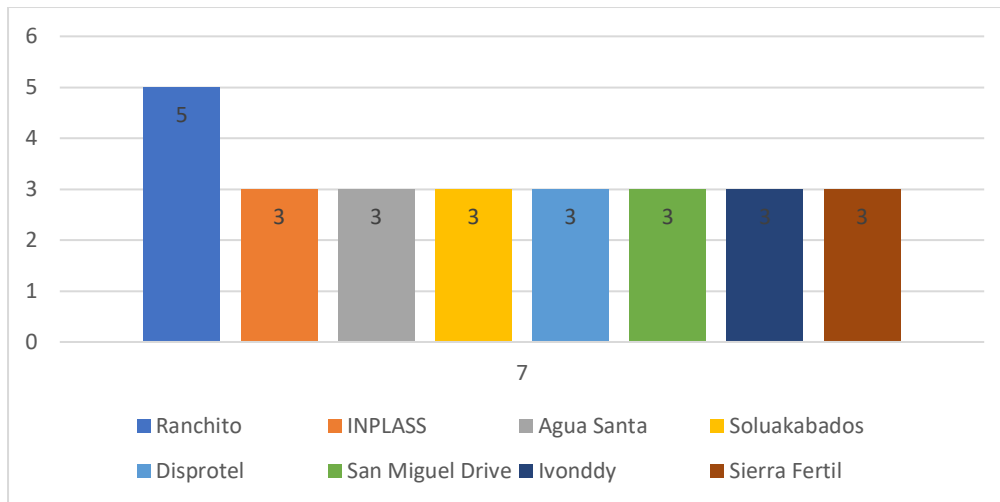
16. ¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del capital humano contratado mediante el método que su empresa utiliza?

						<table border="1"> <tr> <td>-</td> <td>no existe relación</td> </tr> <tr> <td>+</td> <td>existe relación</td> </tr> </table>								-	no existe relación	+	existe relación
-	no existe relación																
+	existe relación																
Cómo?		Muy satisfecho	Satisfecho	Poco Satisfecho	Insatisfecho	EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR											
Qué?		Prioridad	16	16	16	16	Rancho	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil			
I. REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES																	
16	16. ¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del capital humano contratado mediante el método que su empresa utiliza?	3	5	3	1	1	5	3	3	3	3	3	3	3			
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA		15	9	3	3	30										
	RELATIVA (%)		50	30	10	10	100										
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA			1	2	3	3	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 15										

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 18

16. ¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del capital humano contratado mediante el método que su empresa utiliza?



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 16. ¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del capital humano contratado mediante el método que su empresa utiliza?, de 8 empresas encuestadas, 2 empresas con una valoración de **1**, (Débil) indican que el desempeño de los colaboradores contratados por el método que manejan no ha sido muy satisfecho, las 3 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), creen que el método que manejan demuestran que algunas veces lo colaboradores si cumplen su trabajo satisfactoriamente y otras veces no, y 5 empresas tiene una valoración de **5**, (fuerte), creen que el método de contratación que manejan si les ha resultado satisfactorio con respecto al desempeño del capital humano.

Matriz 17

17. *¿Existen diferencias de los empleados que han sido contratados al utilizar redes sociales con los contratados por métodos tradicionales?*

FUERTE= 5
 MEDIA= 3
 DEBIL= 1

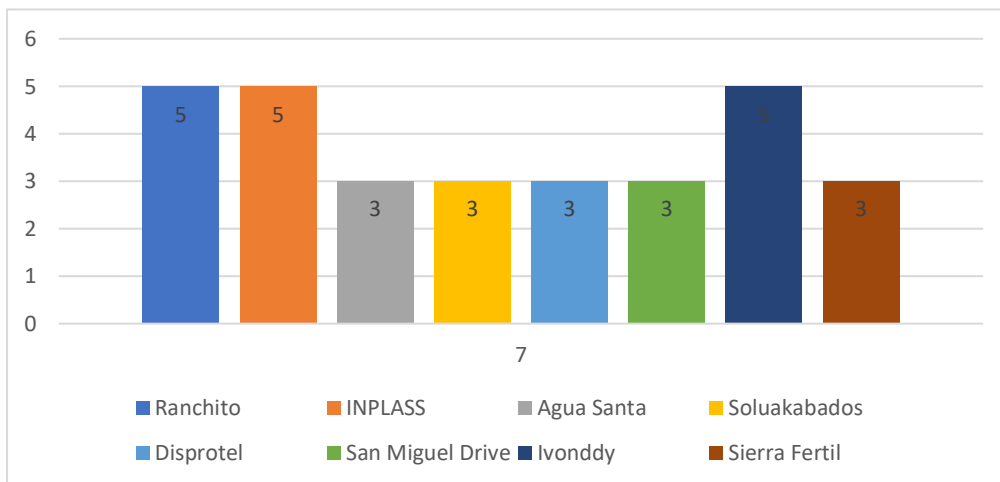
- no existe relación
 + existe relación

		+		EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR								
Cómo?		Si	No									
Qué?		Prioridad		Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy	Sierra Fertil	
17	17. ¿Existen diferencias de los empleados que han sido contratados al utilizar redes sociales con los contratados por métodos tradicionales?	3	3	5	5	3	3	3	3	5	3	
EVALUACION DE IMPORTANCIA		ABSOLUTA	12	12	24							
		RELATIVA (%)	50	50	100							
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA				OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 20								
		1	2									

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** *García y Silva (2023)*

Gráfico 19

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



Elaborado

por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 17 ¿Existen diferencias de los empleados que han sido contratados al utilizar redes sociales con los contratados por métodos tradicionales?, de 8 empresas encuestadas, 2 empresas con una valoración de **1**, (Débil), creen que si puede existir diferencias entre el personal contratado por redes sociales y métodos tradicionales, las 3 empresas siguientes tienen una valoración de

3, (medio), creen que pueden haber y no diferencias en las personas contratadas por distintos métodos, y 3 empresas tiene una valoración de 5, (fuerte), estas empresas creen que tal vez no existen diferencias en las personas que sean contratadas por distintos métodos.

Matriz 18

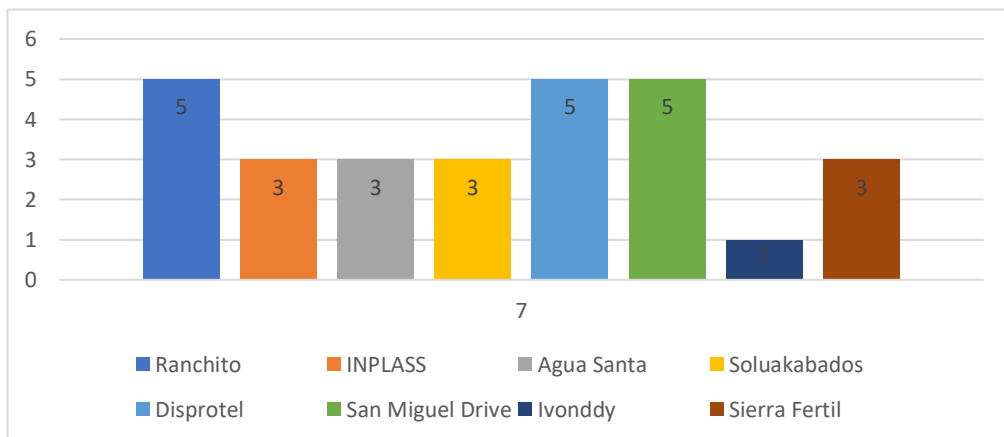
18. ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de capital humano?

							<table border="1"> <tr> <td>-</td> <td>no existe relación</td> </tr> <tr> <td>+</td> <td>existe relación</td> </tr> </table>								-	no existe relación	+	existe relación
-	no existe relación																	
+	existe relación																	
		<p>Cómo?</p> <ul style="list-style-type: none"> Permiten segmentar el público objetivo al que va dirigida la oferta laboral Los medios sociales amplían el acceso a un enorme grupo de candidatos. Disponen de mayor información para los candidatos. Forman parte de las funciones estratégicas de RRHH. Rapidez para cubrir las vacantes ya que se automatizan las tareas y no hay resguardo de demasiado papeleo. 					<p>EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR</p>											
		<p>Qué?</p> <p>Prioridad</p>					<p>Rancho</p> <p>INPLASS</p> <p>Agua Santa</p> <p>Soluakabados</p> <p>Disprotel</p> <p>San Miguel Drive</p> <p>Ivonddy</p> <p>Sierra Fertil</p>											
<p>Pregunta</p> <p>18. ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de capital humano?</p>		<p>18</p>					<p>5</p> <p>3</p> <p>3</p> <p>3</p> <p>5</p> <p>5</p> <p>1</p> <p>3</p>											
<p>EVALUACION DE IMPORTANCIA</p>		<p>ABSOLUTA</p>					<p>85</p>											
		<p>RELATIVA (%)</p>					<p>100</p>											
<p>EVALUACIÓN DE INGENIERÍA</p>		<p>1</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>3</p>					<p>OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25</p>											

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 20

18. ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de capital humano?



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 18. ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de personal?, de 8 empresas encuestadas, 2 empresas con una valoración de **1**, (débil) creen que las redes sociales no podrían aportar en ningún aspecto al proceso de reclutamiento y selección de personal, las 3 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), creen que podrían haber aspectos positivos y negativos que las redes sociales podrían aportar al proceso de reclutamiento y las 3 últimas empresas tienen una valoración de **5**, (fuerte), creen que las redes sociales aportan de muchas maneras para poder efectivizar los distintos procesos dentro de las mismas.

Matriz 19

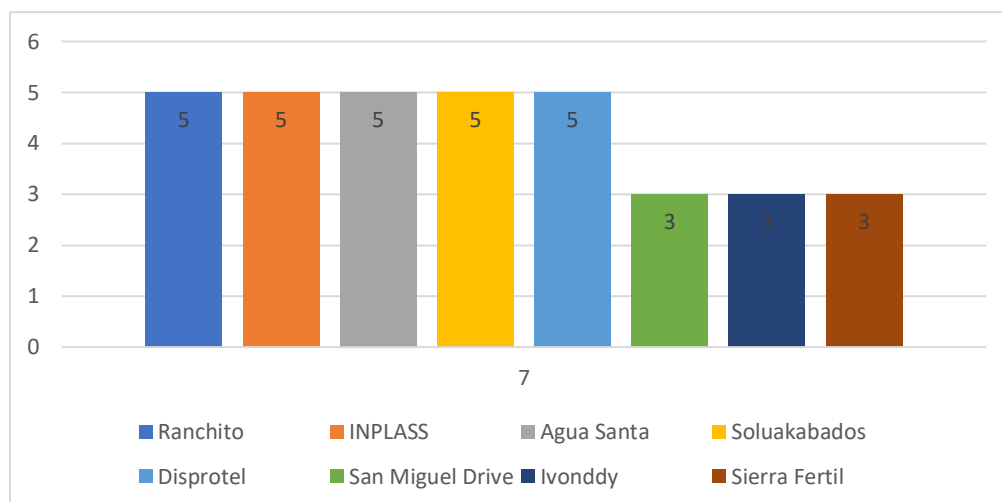
19. ¿Qué redes sociales considera usted más aptas para la contratación de capital humano?

FUERTE= 5									- no existe relación							
MEDIA= 3									+ existe relación							
DEBIL= 1																
Cómo?		Facebook	LinkedIn	Twitter	WhatsApp	Tik Tok	Instagram	EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR								
Qué?		Prioridad	19	19	19	19	19	19	Ranchito	IN PLASIS	Agua Santa	Solutakabados	Disprodel	San Miguel Drive	Avondly	Sierra Fertil
Pregunta		19_¿Qué redes sociales considera usted más aptas para la contratación de capital humano?	5	5	1	5	3	3	5	5	5	5	5	3	3	3
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA		25	25	5	25	15	15	110							
	RELATIVA (%)		22,73	22,73	4,55	22,73	13,64	13,64	100	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25						
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA			1	1	3	1	2	2								

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** *García y Silva (2023)*

Gráfico 21

19. ¿Qué redes sociales considera usted más aptas para la contratación de capital humano?



Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 19. ¿Qué redes sociales considera usted más aptas para la contratación de capital humano?, de 8 empresas encuestadas, 2 empresas con una valoración de **1**, (Débil) creen que las redes sociales no serían las herramientas más aptas a la hora de adquirir capital humano, las 3 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), consideran que existen redes sociales que podrían aportar en los procesos y otros que tal vez no y las 2 últimas empresas tienen una valoración de **5**, (fuerte), consideran que las redes sociales si podrían ser una herramienta de apoyo en los procesos de reclutamiento.

Matriz 20

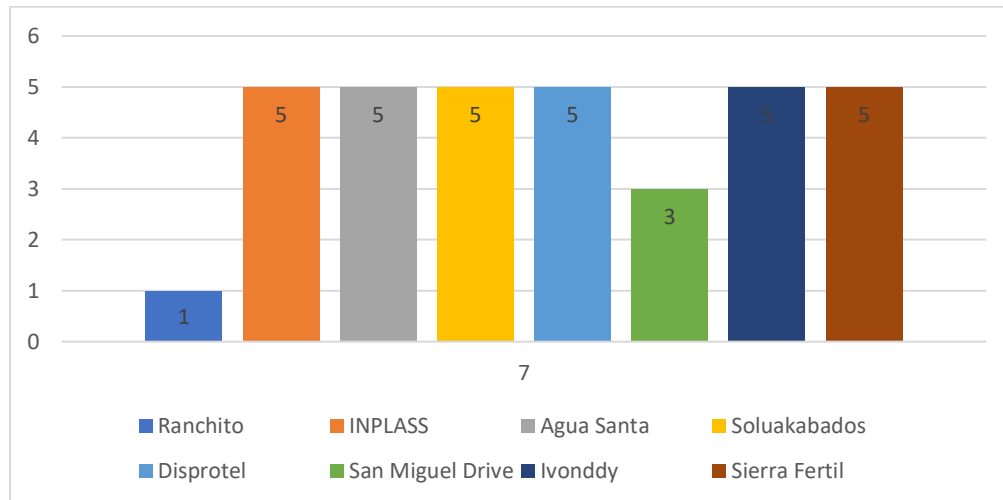
20. De acuerdo con su experiencia ¿qué iniciativa o idea podría usted aportar para que el reclutamiento a través de redes sociales tenga mayor aceptación y que además permita que sus resultados sean más efectivos?

FUERTE= 5 MEDIA= 3 DEBIL= 1						<table border="1"> <tr> <td>-</td> <td>no existe relación</td> </tr> <tr> <td>+</td> <td>existe relación</td> </tr> </table>		-	no existe relación	+	existe relación		
-	no existe relación												
+	existe relación												
II. REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES 20. De acuerdo con su experiencia ¿qué iniciativa o idea podría usted aportar para que el reclutamiento a través de redes sociales tenga mayor aceptación y que además permita que sus resultados sean más efectivos? 20		Crear una página específica para publicar ofertas laborales.	Utilizar Facebook y Whatsapp, como herramientas predeterminadas.	Dar a conocer los beneficios empresariales al momento de publicar una oferta.	Segmentar a las personas, para una contratación ágil	EVALUACIÓN COMPARATIVA 5 = MEJOR 1 = PEOR							
		Ocho Prioridad 1	1	1	1	1	Ranchito	INPLASS	Agua Santa	Soluakabados	Disprotel	San Miguel Drive	Ivonddy
		5	1	5	5	5	1	5	5	5	3	5	5
EVALUACION DE IMPORTANCIA	ABSOLUTA		5	25	25	25	80						
	RELATIVA (%)		6,25	31,25	31,25	31,25	100	OBSERVAMOS EL MAYOR = MAYOR PRIORIDAD = 25					
EVALUACIÓN DE INGENIERÍA			2	1	1	1							

Nota: Valoración 5= Fuerte, 3= Media y 1= Débil. **Elaborado por:** García y Silva (2023)

Gráfico 22

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



Elaborado por: García y Silva (2023)

Análisis e Interpretación: Con los resultados obtenidos en la pregunta 20. De acuerdo con su experiencia ¿qué iniciativa o idea podría usted aportar para que el reclutamiento a través de redes sociales tenga mayor aceptación y que además permita

que sus resultados sean más efectivos?, de 8 empresas encuestadas, 2 empresas con una valoración de **1**, (Débil) no consideran necesario aportar ideas de aportación a los distintos procesos, las 3 empresas siguientes tienen una valoración de **3**, (medio), creen que aportar ideas podría ser de utilidad en las empresas, esto podría ser para que se conozca de mejor manera los beneficios de las mismas, y 3 empresas consideran que impulsar las redes sociales como herramientas de apoyo podría resultar en la mejora continua de varios aspectos empresariales.

8. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.

A continuación, se presentan los resultados de los datos obtenidos en la investigación.

8.1 Relación de la fundamentación científico técnica con la problemática.

Los métodos tradicionales que manejan las empresas para llevar a cabo los procesos de contratación de capital humano ya no son tan eficientes como se quisiera, por eso es necesario que esos métodos sean sustituidos por unos más actuales, como la implementación las redes sociales.

Las redes sociales, son espacios de internet formados por comunidades de usuarios que tienen contacto y relación entre sí por intereses en común e intercambian información.

Para las empresas las redes sociales juegan un papel clave en su estrategia de marketing y comunicación, es aquí donde nace el interés del grupo de investigación de proponer a las mismas como herramientas de apoyo en los procesos de contratación de capital humano.

8.2 Resultados de la aplicación del instrumento.

Para llegar a cumplir los objetivos planteados se aplicó una encuesta, con un cuestionario de 20 preguntas, en 8 empresas del cantón Salcedo, las cuáles fueron contestadas por el personal que se involucran en la contratación de personal, con los resultados obtenidos, se pudo conocer que existe mucho desconocimiento sobre todo lo que significa manejar las redes sociales, muchas empresas siguen manejando los métodos tradicionales, tal vez por miedo a la transformación, o implementación de la tecnología en los procesos. Muchas opiniones se dividen en que las redes sociales no tienen beneficios y otras dicen que sí, que si hay existen ventajas, pero no saben cómo ponerlas en marcha.

A partir de los resultados se logró crear la propuesta, se desea plantear programas de capacitación para que los colaboradores conozcan todo sobre las redes sociales y como

utilizarlas para crear una ventaja, y así consideren la opción de adaptarlas a sus procesos de contratación de capital humano para poder hacerlos más ágiles y efectivos. En estas 5 estrategias que se creó, partiendo de los problemas, distintos objetivos, actividades y presupuestos que permitan cumplir las mismas, se desea cambiar la idea de que las redes sociales son solo un medio de entretenimiento, que se conozca que son un canal para dar a conocer todo lo relativo a una marca o empresa, y muchos más beneficios.

9. IMPACTOS.

Las redes sociales actualmente han evolucionado al punto de tener influencia en el crecimiento social y económico del país, de tal forma que el comportamiento de los usuarios en estos medios ha sido muy espontáneo. De tal manera que se debe gestionar las redes sociales para no generar ni distorsionar las informaciones que se publican y se vulneran cada día. (Aranda et al., 2019).

Los procesos de transformación tecnológica en las diferentes ciencias incluida la administración orilla a las empresas y colaboradores a caminar a un ritmo de crecimiento sostenido, midiendo habilidades individuales y en el entorno que al respecto se presenta. La investigación y la capacitación constante en el manejo de las mencionadas herramientas procuran entonces el desarrollo sostenible y/o avanzado tanto de las organizaciones como de la sociedad.

9.1. Impacto social.

Los avances de la tecnología son objeto de estudio de las ciencias sociales, ya que las nuevas formas de relación social provocan la transformación en los hábitos y costumbres de la sociedad.

Las redes sociales están inmersas en la cotidianidad de la vida de las personas, sea para el trabajo, entretenimiento, comunicación, entre otras. Por esta razón cada vez ofrecen a los usuarios distintas herramientas que hacen que su uso sea cada vez constante y diverso. Con la globalización todas las naciones, van encontrando en la tecnología herramientas de apoyo para optimizar tiempo y recursos.

9.2. Impacto Empresarial.

Las redes sociales en las empresas, contribuyen para presentar nuevos productos y servicios, logrando impulsar la marca. Además, son útiles para aumentar la audiencia de

posibles clientes y consumidores. A través de contenido y promociones permiten generar una comunicación efectiva, creando una comunidad interactiva.

Las redes sociales permiten:

- ✓ Reducir los costos.
- ✓ Mejorar el alcance de las marcas.
- ✓ Promocionar a la empresa.
- ✓ Aumentar la interacción con un público objetivo.

Todo esto permite que las empresas aprovechen al máximo, los beneficios que ofrecen las redes sociales en cualquier tipo de proceso.

9.3. Impacto Ambiental.

Utilizar servidores y equipos tecnológicos no es sinónimo de purificación, pero:

¿Qué podemos hacer para reducir la huella de carbono de Internet?

- En cuanto a los dispositivos, primero debe desconectar el cargador si no se están cargando.
- Cuando termine de usar su computadora portátil, no la ponga en suspensión, apáguela para ahorrar dinero.
- Con una computadora de escritorio, apáguela si planea dejarla durante una hora, ya que seguirá produciendo dióxido de carbono.

El uso de las redes sociales y otros medios tecnológicos, permite reducir el uso de papel e insumos físicos, reduciendo los costos económicos y permitiendo reducir ampliamente la contaminación por insumos de oficina.

9.4. Impacto económico.

El uso de las redes sociales como herramienta de comercio electrónico ha tenido un impacto económico y financiero positivo en las empresas de comercio, generando \$ 2.3 mil millones en ingresos en 2020, un aumento de \$ 700 millones (43,75%) con respecto a 2019. Otero, V. (2021).

Las redes sociales son importantes para la economía, se están convirtiendo en un aliado para las empresas e industrias que es más que una herramienta.

Hoy en día, las redes sociales aumentan significativamente las ganancias, los clientes, el alcance y más.

10. PROPUESTA.

Mediante los resultados obtenidos a lo largo de la investigación, como propuesta se plantea estrategias para el uso de las redes sociales en la contratación del capital humano, tomando en cuenta las preguntas (Cuestionario de 20 preguntas) de prioridad 5 = fuertes (Matriz QFD), que son las más relevantes e importantes.

En la siguiente tabla se detalla las preguntas base, para las estrategias desarrolladas.

Tabla 8

Preguntas de prioridad.

Preguntas.
1. ¿Qué medios de comunicación utiliza la empresa para difundir ofertas de empleo?
8. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de capital humano por los métodos tradicionales o a través de redes sociales?
9. ¿Qué tan eficiente cree usted que es el proceso de reclutamiento y selección de capital humano a través de las redes sociales?
10. ¿Cuáles cree usted que son los aspectos positivos del uso de las redes sociales para el proceso de captación y selección de capital humano?
11. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de capital humano?
13. ¿Cuál método cree que se desarrolla en el menor tiempo para el proceso de reclutamiento y selección de personal; ¿las redes sociales o los métodos tradicionales?
18. ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de capital humano?
19. ¿Qué redes sociales considera usted más aptas para la contratación de capital humano?

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

Nota: Preguntas con valoración 5=fuerte en las matriz QFD. **Elaborado por:** *García y Silva (2023)*

10.1 Estrategias.

Tabla 9

Medio para difundir ofertas de empleo.

Nro. Pregunta	1
Problema	Varias empresas utilizan distintos medios para difundir ofertas de trabajo, por lo que es no es eficiente el tiempo dedicado para esta actividad primordial, dentro de una organización.
Objetivo	Seleccionar un medio para difundir ofertas de empleo.
Estrategia 1	Escoger las redes sociales como un medio fijo en la contratación de capital humano.
Departamento	Talento Humano, Marketing
Responsable	Jefe del departamento de talento humano y Marketing.
Tiempo	2 meses
Indicadores	Sugerencias y encuesta a clientes.
Plan	Utilizar las redes sociales para la contratación de capital humano.
Actividades.	1. Buscar los medios tecnológicos más utilizados para explorar candidatos. 2. Filtrar información sobre la difusión de ofertas de empleo. 3.Ofertar las vacantes disponibles en las redes sociales.

Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Tabla 10

Transición tecnológica.

Nro. Pregunta	8, 9
Problema	Las empresas prefieren seguir con los métodos tradicionales, evitando así adaptar las nuevas tecnologías a sus actividades empresariales.
Objetivo	Adaptar la tecnología al proceso de reclutamiento y selección de capital humano.
Estrategia 2	Transición tecnológica.
Departamento	Talento Humano y TIC
Responsable	Jefe del departamento de talento humano y TIC.

Tiempo	1 mes
Indicadores	Evaluaciones de desempeño.
Plan	Implementar una transición de lo tradicional a lo tecnológico.
Actividades.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adaptar herramientas tecnológicas. 2. Desarrollo constante del capital humano, mediante cursos y congreso sobre nuevas tecnologías. 3. Capacitación sobre cómo usar las redes sociales para el beneficio de la empresa.

Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Tabla 11

Redes sociales más aptas para la contratación de capital humano.

Nro. Pregunta	10, 11, 13
Problema	Existe un gran número de redes sociales, unas más útiles que otras, es por eso que las empresas mediante su perfil empresarial, necesita escoger las que más beneficios generen.
Objetivo	Elegir las redes sociales más aptas para la contratación de capital humano y para sus necesidades empresariales.
Estrategia 3	Determinar las redes sociales más aptas para la contratación de capital humano.
Departamento	Talento Humano, Marketing
Responsable	Jefe del departamento de talento humano, analista de relaciones públicas.
Tiempo	1 mes
Indicadores	Cantidad de seguidores y clientes obtenidos.
Plan	Comparar los tipos de Redes sociales, para poder elegir las que más se adapten a sus necesidades empresariales.
Actividades.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar los tipos de redes sociales más usadas en el Ecuador. 2. Seleccionar las redes sociales más aptas para reclutar y seleccionar capital humano. 3. Creación de perfiles y mantener presencia digital activa en las redes sociales elegidas.

Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Tabla 12

Beneficios del uso continuo de las redes sociales en las empresas.

Nro. Pregunta	18, 19
Problema	Falta de credibilidad al potencial que tienen las redes sociales, como medio difusor de ofertas laborales para una empresa.
Objetivo	Usar las redes sociales para publicar sus vacantes y ofertas de empleo, afianzando un lazo de credibilidad entre empresa y clientes.
Estrategia 4	Beneficios del uso continuo de las redes sociales en las empresas.

Departamento	Talento Humano, Marketing
Responsable	Jefe del departamento de capital humano y marketing.
Tiempo	1 mes
Indicadores	Guías de observación.
Plan	Implementar una transición de lo tradicional a lo tecnológico.
Actividades.	1. Formación constante a los colaboradores. 2. Crear y mantener una comunicación activa entre la empresa y el cliente. 3. Publicar post con información de la empresa, vacantes y requerimientos.
Elaborado por: <i>García y Silva (2023)</i>	

Tabla 13

Ideas para el uso de redes sociales.

Nro. Pregunta	20
Problema	Existen muchas dudas sobre el uso de las redes sociales, debido a la falta de conocimiento, poco apoyo tecnológico, escasa capacitación continua de los colaboradores, entre otras cosas.
Objetivo	Exponer otras sugerencias o ideas que aporten y fortalezcan a las estrategias antes mencionadas.
Estrategia 5	Iniciativas para el reclutamiento mediante las redes sociales.
Departamento	Talento Humano.
Responsable	Jefe del departamento de talento humano.
Tiempo	1 mes
Indicadores	Encuestas.
Plan	Complementar las estrategias mencionadas con nuevas ideas para la contratación mediante redes sociales.
Actividades.	1. Utilizar Facebook y WhatsApp, como herramientas predeterminadas. 2. Dar a conocer los beneficios empresariales, al momento de publicar una oferta en las redes. 3. Segmentación de mercado, para una contratación ágil.
Elaborado por: <i>García y Silva (2023)</i>	

10.2. Presupuesto para el proyecto.

Tabla 14

Presupuesto estrategia 2

Estrategia 2: Transición tecnológica.			
Capacitación.	Beneficiarios.	Valor	Valor Total
Master Class: “Redes sociales y community magement”- Tech Universidad	Jefe del departamento de talento	\$ 1995	\$3990

Tecnológica. humano y TIC.

Duración: 1 año.

Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Tabla 15

Presupuesto estrategia 3

Estrategia 3: Redes sociales más aptas para la contratación de capital humano.

Capacitación.	Beneficiarios.	Valor	Valor Total
Curso sobre el uso las redes sociales: “Taller sobre las redes sociales” – Universidad de Israel- Mg. Cesar Vinueza.	Jefe del departamento de talento humano y analista de relaciones públicas.	\$ 250	\$500
Duración: 750 horas			

Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Tabla 16

Presupuesto para Facebook adds.

Estrategia 5: Iniciativas para el reclutamiento mediante las redes sociales.

Paso 1	Determinar el modelo de campaña
Paso 2	Instaurar un objetivo para tus resultados.
Paso 3	Ejecutar una campaña prueba.
Paso 4	Emplear la calculado de Presupuestos de Anuncios de Facebook.

Elaborado por: *García y Silva (2023)*

Tabla 17

Presupuesto por tipo de empresas.


Presupuesto aproximado mensual por tipo de empresa.

Pequeña	\$50
Mediana	\$100
Grande	\$400

Elaborado por: *García y Silva (2023)*


Gráfico 23

Calculadora de Facebook adds.

 **Calculadora de Presupuesto de Anuncios de Facebook**

¿Cuánto invertirás en tu próxima campaña de anuncios en Facebook? ¡Deja de adivinar y utiliza la Calculadora de Presupuesto de Anuncios de Facebook! Para darte una respuesta, esta útil calculadora simplemente necesita saber tu objetivo de ingreso, el precio de venta, tu CPM promedio, tu CTR y el ratio de conversión. Inserta los datos en las **celdas azules** de la tabla y tus resultados aparecerán en las **celdas verdes**. Encontrarás el presupuesto total que necesitas en la **celda roja**. ¡Esta herramienta te encantará!

ENTRADAS	CANTIDADES	RESULTADOS	CANTIDADES	TU PRESUPUESTO
Tu objetivo de ingreso	\$3,000.00	Tu costo por clic (CPC)	\$1.00	\$1,200.00
Precio de tu producto/servicio	\$50.00	Necesitas esta cantidad de clics para obtener las ventas requeridas para alcanzar tus objetivos	1,200	
Tu costo por 1,000 impresiones (CPM)	\$10.00	El número de ventas necesario para alcanzar tu objetivo de ingreso	60	
El número de clics que obtiene tu enlace respecto a su número de impresiones (CTR)	1.00%	Tu costo por adquisición (CPA)	\$20.00	
Tu ratio de conversión (porcentaje de clics en tu sitio web que resultan en una venta)	5.00%			



Elaborado por: *Hablando digital* (2023)

11. CONCLUSIONES.

El uso de las redes sociales dentro de una organización pueden ser parte de una ventaja competitiva, muy importante. Esto lo respaldamos en dos dimensiones, el primero mediante la investigación científico técnica, presentado conceptos básicos y claves para desarrollar. La segunda dimensión es el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, ayudando al cumplimiento del objetivo que fue plantado y ya mencionado.

Se propone diferentes estrategias, considerando en base a la experiencia de gran utilidad y necesidad para una transición tecnología, es tan importante para adaptarse a los cambios generacionales que este mundo globalizado requiere. El capital humano necesita estar a la par de estos cambios, y el reclutamiento a través de las redes sociales es el claro ejemplo, el aporte investigativo pretende incentivar a las empresas del cantón Salcedo, a ser pioneras en adaptar tecnologías a sus procesos administrativos y dejar atrás los métodos tradicionales.

A través de 9 preguntas de prioridad 5, (detalladas en la tabla 8), se obtuvo información que fue de gran valor para la investigación, existe debilidad en las empresas del cantón Salcedo en el uso de las herramientas tecnológicas, específicamente las redes sociales para la contratación de capital humano, por eso es importante ser conscientes del gran alcance que tienen las estas sea para el beneficio de una empresa a la hora de buscar un nuevo colaborador.

Se evidencia una relación media sobre la transición de lo tradicional a lo tecnológico, presuntamente por falta de recursos económicos destinado por la empresa para capacitación al capital humano sobre insumos tecnológicos y por el miedo al cambio. Existe una relación fuerte con las redes sociales Facebook y WhatsApp, como posibles aplicaciones para implementar en los procesos de contratación.

12. RECOMENDACIONES.

Vivimos en una época en donde la tecnología es necesaria y útil para todos los ámbitos, por supuesto que debemos saber ocuparla, sacando provecho a todas las oportunidades que esta nos brinda, es por eso que recomendamos a las empresas utilizar las redes sociales para sus procesos de contratación de capital humano, simplificando los recursos y tiempos necesarios.

Los resultados de nuestro trabajo de investigación, pone en evidencia que se debe fortalecer este proceso, para encontrar al colaborador más idóneo de cualquier lugar del Ecuador debido a la gran influencia que tienen las redes sociales en nuestra sociedad.

Desarrollar una estrategia y planificar las actividades de las redes sociales no solo es importante para que una empresa tenga una posición consistente en este entorno, sino que también ayuda a los profesionales de las redes sociales a organizar su propio trabajo.

Es necesario respaldar diferentes estrategias y planes para cada red social, además de adaptarse al propósito principal de la empresa con respecto a si es posible implementar o no las redes sociales (Facebook y WhatsApp) en los diferentes procesos que se manejan dentro de las mismas.

13. BIBLIOGRAFÍA.

Aranda Elejalde, S. P., Espinoza Rojas, M. R., & Hurtado Tobies, E. Z. (2019). Impactos de las redes sociales en las lomas del Paraíso en el distrito de Villa María del Triunfo, 2019.

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/63988>

Chávez, L. M. (2015). Gestión del talento humano. *Ecuador: La Caracola Editores.*

https://www.academia.edu/download/62166733/gestion_del_talento_humano20200221-82489-1571dah.pdf

Chávez, A. A., & Vásquez, G. B. (2017). La importancia de las redes sociales en el marketing de una compañía. *Espíritu Emprendedor TES, 1(2)*, 1-8.

<http://espirituemprendedortes.com/index.php/revista/article/view/5>

Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos humanos. El capital humano. *Editorial Mc. Grac Hill Interamericano de México SA de CV.*

<https://www.ucsc.cl/wp-content/uploads/2021/05/Bolet%C3%ADn-Biblioteca-IT-Chill%C3%A1n-6-2021.pdf>

Contreras, R. D. (2012). Desarrollo del capital humano en las organizaciones. *México: Red Tercer Milenio SC.*

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63976511/Desarrollo_del_capital_humano_en_las_organizaciones20200720-27784-wav69w-libre.pdf?1595297364=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDesarrollo_del_capital_humano_en_las_organizaciones20200720-27784-wav69w-libre.pdf?Expires=1689654052&Signature=eiwz8b4gfOqncsYIViYfmWxzWLRgQsKSrBPIGKbu5kFv9DJBm~VYIZTP1qbWBavQpjE0dDoxn29g9naPYHxWqYRbmpMhVJHRtJa~sqnKsww-

[Eeyy~mrhSuu6lXWPiCOWhgJES860PyEwoO2U~X9Xeq4GKnApgltfwlPZoLFd8O
hlNyg15APvU9~DvzzfpY~65RW9qEzKkTrWihNfQMr33UGr12AkVLwKUXqodlol
BjWOYcTr5ynoQORfx2mz72o-
0iYAwrrmgzfQmouan0hSLL~F5hvlum8acNEss8d~DnXUIZWLY0wSyAivFgUWaP
H2NDQjvJ0mc2ZirDObZK1pvQ_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://www.redalyc.org/pdf/184/18426920010.pdf)

Cornejo, M., & Tapia, M. L. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en humanidades*, 12(24), 219-229.

<https://www.redalyc.org/pdf/184/18426920010.pdf>

Corral, F. (2007). Reclutamiento y selección por competencias. *Escuela de Negocios*, 3.

<https://www.eoi.es/sites/default/files/savia/documents/componente48181.pdf>

Enríquez Loyo, G. R. (2022). *Las redes sociales como apoyo al reclutamiento y selección de personal* (Bachelor's thesis)

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/12909/2/02%20ICO%20812%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>

García Castro, P. E., Gatica Barrientos, M. L., Cruz Sosa, E. R., Luis Gatica, K., Vargas Hernández, R. del R., Hernández García, J., Ramos Velázquez, V. A., & Macías Díaz, D. M. (2016). Procesos de reclutamiento y las redes sociales. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 6(12), 60 - 76.

<http://ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/226>

García Rodríguez, C. (2017). Reclutamiento y selección a través de redes sociales y plataformas digitales.

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/66370/Reclutamiento_y_seleccion.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hablando Digital (2023). ¿Cuánto cuesta la publicidad de Facebook? Calculadora de Facebook ads.

<https://hablandodigital.com/calculadora-gratuita-de-campana-de-anuncios-en-facebook/>

Hutt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Revista Reflexiones, 91(2).

<https://doi.org/10.15517/rr.v91i2.1513>

Jiménez Prieto, N. (2014). La creciente importancia de las redes sociales en la estrategia de marketing de la empresa. El caso GAM.

<https://uvadoc.uva.es/handle/10324/5907>

López-Roldán, Pedro; Fachelli, Sandra. «La Encuesta». A: Metodología de la investigación social cuantitativa. 2016, cap. II.3. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.

<https://ddd.uab.cat/record/163567>.

Luna, AC (2017). Posicionamiento web (seo/sem) . Editores del ICB.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GBkwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=seo&ots=CLOGr54iDf&sig=p2sbmojrWzcKa862ySmewoul3z8>

Ortega, A. O. (2018). Enfoques de investigación. *Métodos para el diseño urbano–Arquitectónico*.

https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf

Otero, V. J. (2021). Impacto económico y financiero del uso de redes sociales en empresas dedicadas a la comercialización de prendas de vestir en Guayaquil. Universidad Politécnica Salesiana. Sede Guayaquil.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21394/1/UPS-GT003525.pdf>

Ponce, J. P. D. A. (2019). Ecuador Estado Digital Ene/21.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65494042/Ecuador_Estado_Digital_enero_2021_Full-libre.pdf?1611421679=&response-content-disposition=inline%3B

Ramírez Molina, R, Villalobos Antúnez, J y Herrera Tapias, B. (2018). Proceso de talento humano en la gestión estratégica.

<https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/3097>

Rengel Cevallos, L. R. (2022). *El impacto de las redes sociales Facebook y LinkedIn en el proceso de contratación de las instituciones financieras de la economía popular y solidaria del cantón Ambato* (Master 's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Maestría en Gestión del Talento Humano).

<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36927/1/157%20GTH.pdf>

Rojas, P., & Aguado, P. R. (2010). *Reclutamiento y selección 2.0.: La nueva forma de encontrar talento* (Vol. 37). Editorial UOC.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IA4jJgJcyWYC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Reclutamiento+y+selecci%C3%B3n.&ots=SD2XaYce1k&sig=0aabaz6NsfYlkUZGT8XdLzrWj0w>

Sabin, R. G., & González, R. (2005). *Nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de RRHH: las Tics como herramienta de mejora permanente del capital humano*. Ideas propias Editorial SL.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=y_7gnWWsPNUC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Gonz%C3%A1lez,R.+\(2005\).+Nuevas+tecnolog%C3%ADas+aplicadas+a+la+gesti%C3%B3n+de+RRHH.Las+TIC+como+herramienta+permanente+del+capital+humano.+Ideas+propias,+Espa%C3%B1a,+1%C2%AA+ed&ots=DNHq_2NOwM&sig=HM5T3QRk1B-R--I9jFrRT2tO808#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=y_7gnWWsPNUC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Gonz%C3%A1lez,R.+(2005).+Nuevas+tecnolog%C3%ADas+aplicadas+a+la+gesti%C3%B3n+de+RRHH.Las+TIC+como+herramienta+permanente+del+capital+humano.+Ideas+propias,+Espa%C3%B1a,+1%C2%AA+ed&ots=DNHq_2NOwM&sig=HM5T3QRk1B-R--I9jFrRT2tO808#v=onepage&q&f=false)

SuperCias (2023) Superintendencia de compañías.

<https://www.supercias.gob.ec/>

Valencia Rodríguez, M. (2005). El capital humano, otro activo de su empresa.

<http://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/12942>

Yacuzzi, E., & Martín, F. (2003). *QFD: Conceptos, aplicaciones y nuevos desarrollos* (No. 234). Serie Documentos de Trabajo.

<https://www.econstor.eu/handle/10419/84469>

14. ANEXOS

Anexo A.

Validez de contenido de los ítems (V de Aiken)

Apellidos y Nombres del Experto: Angelita Romero Poveda

Especialidad: Gestión del Talento Humano

Experiencia: 12 años

Instrucciones: Complete según la tabla entregada la calidad del ítem en cuanto a las 4 categorías.

ÍTEM	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SECCION 1																
1				X				X				X				X
2				X				X				X				X
3				X				X				X				X
4				X				X				X				X
5				X				X				X				X
6				X				X				X				X
7				X				X				X				X
SECCION 2																
8				X				X				X				X
9				X				X				X				X
10				X				X				X				X
11				X				X				X				X
12				X				X				X				X
13				X				X				X				X
14				X				X				X				X
15				X				X				X				X
16				X				X				X				X
17				X				X				X				X
18				X				X				X				X
19				X				X				X				X
20				X				X				X				X

Criterios de evaluación:

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1	No cumple con el criterio. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2	Bajo Nivel. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.
	3	Moderado Nivel. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4	Alto Nivel. Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1	No cumple con el criterio. El ítem no es claro.
	2	Bajo Nivel. El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3	Moderado Nivel. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4	Alto Nivel. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1	No cumple con el criterio. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2	Bajo Nivel. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3	Moderado Nivel. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4	Alto Nivel. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1	No cumple con el criterio. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2	Bajo Nivel. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3	Moderado Nivel. El ítem es relativamente importante.
	4	Alto Nivel. El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



FIRMA

Apellidos y Nombres del Experto: Romero Poveda Angelita Elizabeth

Cargo: Docente Universitaria

Cédula de Identidad: 050324111-9

Anexo B.**Validez de contenido de los ítems (V de Aiken)****Apellidos y Nombres del Experto:** Martínez Freire Maira Natalia**Especialidad:** Licenciada en Informática**Cargo o experiencia:** Docente agregado 1.**Instrucciones:** Complete según la tabla entregada la calidad del ítem en cuanto a las 4 categorías.

ÍTEM	SUFICIENCIA				CLARIDAD				COHERENCIA				RELEVANCIA			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SECCION 1																
1			X			X				X						X
2				X			X				X					X
3				X				X				X				X
4				X				X				X				X
5				X				X				X				X
6				X				X				X				X
7				X				X				X				X
SECCION 2																
8				X				X				X				X
9			X				X					X				X
10			X				X					X				X
11				X				X				X				X
12				X				X				X				X
13				X				X				X				X
14			X				X					X				X
15				X				X				X				X
16			X				X					X				X
17				X				X				X				X
18			X				X					X				X
19			X				X					X				X
20				X				X				X				X

Criterios de evaluación:

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA Los ítems que pertenecen a una misma dimensión bastan para obtener la medición de ésta.	1	No cumple con el criterio. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión.
	2	Bajo Nivel. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden con la dimensión total.
	3	Moderado Nivel. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente.
	4	Alto Nivel. Los ítems son suficientes.
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1	No cumple con el criterio. El ítem no es claro.
	2	Bajo Nivel. El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas.
	3	Moderado Nivel. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4	Alto Nivel. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1	No cumple con el criterio. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2	Bajo Nivel. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión.
	3	Moderado Nivel. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo.
	4	Alto Nivel. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1	No cumple con el criterio. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2	Bajo Nivel. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3	Moderado Nivel. El ítem es relativamente importante.
	4	Alto Nivel. El ítem es muy relevante y debe ser incluido.



Firmado electrónicamente por:
**MAIRA NATALIA
 MARTINEZ FREIRE**

Firma

Apellidos y Nombres del Experto: Maira Martínez Freire

Cargo: Docente

Cédula de Identidad: 1712507761

Anexo C.

**CUESTIONARIO CON EL TEMA: “EL USO DE LAS REDES SOCIALES
EN LA CONTRATACIÓN DE CAPITAL HUMANO EN LAS EMPRESAS
DEL CANTÓN SALCEDO”.**

Instrucciones: la presente tiene como objetivo identificar el “El Uso de las Redes Sociales en la contratación de capital humano en las empresas del Cantón Salcedo”.

Lo invitamos a participar en esta encuesta como base de proyecto investigativo, para obtener el título de Licenciado en Gestión de la Información Gerencial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

NOMBRE:	
EMPRESA:	
CARGO:	

Marcar con una X la respuesta que considere correcta.

Sección 1. Reclutamiento y Selección.

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

Selecciona todos los que correspondan.

- Redes sociales.
- Radio.
- Televisión.
- Periódico.

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

Selecciona todos los que correspondan.

- Falta de candidatos cualificados.

- Localizar a candidatos pasivos.
- Buscar candidatos con las mismas características que el colaborador anterior.
- Reclutamiento sin uso de tecnología.

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

Marca solo un óvalo.

- Todos 100%
- La mayoría 80%
- A veces 50%
- Rara vez 25%
- Nunca 0%

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

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

5. ¿Cuáles de los siguientes métodos de selección de capital humano ha empleado?

Selecciona todos los que correspondan.

- Entrevista
- Análisis de currículum.
- Evaluaciones de capacidades y habilidades.
- Evaluaciones psicométricas y de personalidad.

6. ¿Cuál es el tiempo estimado que dura el proceso de reclutamiento y selección de capital humano que usted utiliza?

- 3 días.
-

- 1 semana.
- 2 semanas.
- 1 mes

7. Por lo general ¿cuál es el tiempo de contrato que usted ofrece al nuevo personal?

Selecciona todos los que correspondan.

- 3 meses.
- 1 año.
- Indefinido.

Sección 2. Uso de redes sociales.

8. Usted ¿prefiere realizar el proceso de reclutamiento y selección de capital humano por los métodos tradicionales o a través de redes sociales?

- Métodos tradicionales.
- Redes Sociales.

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

Marca solo un óvalo.

- Muy eficiente.
- Eficiente.
- Poco eficiente.
- Nada eficiente.

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

Selecciona todos los que correspondan.

- Disponen de mayor información para los candidatos.
-

Mantiene la base de datos sobre candidatos potenciales para futuros procesos de contratación.

- Facilitan el proceso, ya que se procesa la información de manera electrónica.
- Formas más didácticas para enseñar.

11. ¿Cree usted que las redes sociales limitan alguno de los procesos para el reclutamiento y selección de capital humano?

- SI
- NO

12. ¿Cree usted que en un futuro más empresas utilizarían el método de las redes sociales para el reclutamiento y selección de capital humano?

- SI
- NO

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

Marca solo un óvalo.

- Redes Sociales.
- Métodos tradicionales.

14. Seleccione que tan eficiente es el método que su empresa utiliza en el proceso de reclutamiento y selección de capital humano.

Marca solo un óvalo.

- Muy eficiente.
- Eficiente.
- Poco eficiente.
- Nada eficiente.

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

SI

NO

16. ¿Cuán satisfecho se siente con el desempeño del capital humano contratado mediante el método que su empresa utiliza?

Marca solo un óvalo.

Muy satisfecho.

Satisfecho.

Poco satisfecho.

Insatisfecho.

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

SI

NO

18. ¿En qué aspectos cree que ayuda las redes sociales al proceso de reclutamiento y selección de capital humano?

Selecciona todos los que correspondan.

Permiten segmentar el público objetivo al que va dirigida la oferta laboral.

Los medios sociales amplían el acceso a un enorme grupo de candidatos.

Disponen de mayor información para los candidatos.

Forman parte de las funciones estratégicas de RRHH.

Rapidez para cubrir las vacantes ya que se automatizan las tareas y no hay resguardo de demasiado papeleo.

19. ¿Qué redes sociales considera usted más aptas para la contratación de capital humano?

Selecciona todos los que correspondan.

- Facebook.
- LinkedIn.
- Twitter.
- WhatsApp.
- Tik Tok.
- Instagram.

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

Anexo D.



DATOS INFORMATIVOS PERSONAL DOCENTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: Almeida Lara

NOMBRES: Libia Dolores

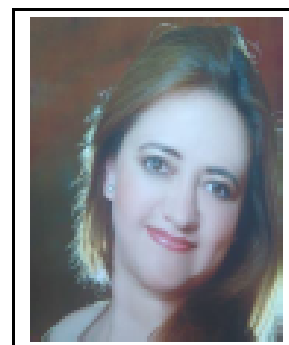
CEDULA DE CIUDADANIA: 0501797997

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: Latacunga, junio 08

DIRECCION DOMICILIARIA: Panamericana Norte- Latacunga

TELEFONO CELULAR: 0984827986

CORREO ELECTRONICO: libia_almeida@utc.edu.ec



ESTUDIOS REALIZADOS Y TITULOS OBTENIDOS

NIVEL	TITULO OBTENIDO
TERCER	Licenciado en Administración de Personal
CUARTO	Magister en Educación y Desarrollo Social y Educativo
CUARTO	Diploma Superior en Gestión del Talento Humano
DOCTORADO	Dra. Administración PHD

HISTORIAL PROFESIONAL

FACULTAD EN LA QUE LABORA: Ciencias Administrativas y Económicas

CARRERA A LA QUE PERTENECE: Gestión de la Información Gerencial

AREA DEL CONOCIMIENTO EN LA CUAL SE DESEMPEÑA: Administración

PERIODO ACADEMICO DE INGRESO A LA UTC: Octubre 2007

Anexo E.

**Carrera de
Gestión de la
Información Gerencial**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN DE LA INFORMACION GERENCIAL
DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE**

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: GARCÍA MORENO

NOMBRES: GABRIEL ALEJANDRO

ESTADO CIVIL: SOLTERO

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 0504187360

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: QUITO, 06 DE ENERO DE 1999

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: LATACUNGA, MARQUEZ DE MAENZA Y QUITO

TELÉFONO CONVENCIONAL: NO

TELÉFONO CELULAR: 0983095227

E-MAIL RESPALDO: gabino2000@hotmail.es

TIPO DE DISCAPACIDAD: NO

DE CARNET CONADIS: NO

**ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS**

INSTRUCCIÓN PRIMARIA: ESCUELA SIMÓN BOLÍVAR.

INSTRUCCIÓN SECUNDARIA: COLEGIO RAMÓN BARBA NARANJO

TITULO DE BACHILLER: BACHILLER TÉCNICO EN ELECTRONICA DE CONSUMO.

Anexo F.



Carrera de
Gestión de la
Información Gerencial

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN GERENCIAL
DATOS INFORMATIVOS DEL ESTUDIANTE

DATOS PERSONALES

APELLIDOS: SILVA RODRÍGUEZ

NOMBRES: MELISA LISSETH

ESTADO CIVIL: SOLTERA

CÉDULA DE CIUDADANÍA: 050411422-4

LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO: SALCEDO, 01 DE MARZO DE 1998

DIRECCIÓN DOMICILIARIA: SALCEDO, BARRIO RUMIPAMBA CENTRAL.

TELÉFONO CONVENCIONAL: NO

TELÉFONO CELULAR: 0983474574

E-MAIL RESPALDO: melisil2009@live.com.ar

TIPO DE DISCAPACIDAD: NO

DE CARNET CONADIS: NO

VISIÓN: Ser una profesional basada en la humanidad con el prójimo y con el entorno, priorizando mis principios y buenas costumbres, compartiendo mis conocimientos y plasmándolo en un trabajo eficiente y eficaz. Viviendo para servir sin esperar recompensa alguna.

ESTUDIOS REALIZADOS Y TÍTULOS OBTENIDOS

INSTRUCCIÓN PRIMARIA: UNIDAD EDUCATIVA "ROSA ZÁRATE"

INSTRUCCIÓN SECUNDARIA: UNIDAD EDUCATIVA "TOMÁS OLÉAS"

TÍTULO DE BACHILLER: CIENCIAS

