

ARTÍCULO CIENTÍFICO  
CIENCIAS SOCIALES

## El uso de las redes sociales y la selección del personal en la economía popular y solidaria del cantón Ambato

### *The use of social networks and the selection of personnel in the popular and solidarity economy in Ambato canton*

Luis Rodrigo Rengel Cevallos<sup>1</sup>, Howard Fabián Chávez Yépez<sup>1</sup>

<sup>1</sup>. Facultad de Administración de Empresas, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.  
Email: [lrengel5018@uta.edu.ec](mailto:lrengel5018@uta.edu.ec). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8418-6513>  
Email: [howardfchavez@uta.edu.ec](mailto:howardfchavez@uta.edu.ec). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8309-0587>

Recibido: 8/11/2022  
Aprobado: 21/11/2022

Como citar en normas APA el artículo:  
Rengel Cevallos, L. R., y Chávez Yépez, H. F. (2023). El uso de las redes sociales y la selección del personal en la economía popular y solidaria. *Uniandes Episteme*, 10(1), 104-118.

#### RESUMEN

La ciudad de Ambato es una zona comercial y con un número considerable de instituciones de la economía popular y solidaria. El objetivo fue demostrar el impacto que tienen las redes sociales Facebook y LinkedIn en el proceso de reclutamiento en las empresas de la Economía Popular y Solidaria del cantón Ambato. A partir de la población económicamente activa de la provincia, se determinó una muestra de 384 personas y se encuestó personal administrativo de las 86 empresas. Se aplicaron dos encuestas, una para posibles candidatos y otra para las empresas. Se evaluó la consistencia utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniendo que son adecuadas. Se obtiene como resultado que las redes sociales son efectivas para el reclutamiento del personal, aunque no se usan adecuadamente, siendo los perfiles de los reclutados muy favorables. Las variables redes sociales y proceso de selección tienen una buena correlación, lo que se ratificó mediante la prueba chi-cuadrado, mostrando la dependencia de estas. a partir de esto se concluye que las redes sociales Facebook y LinkedIn son poco utilizadas dentro del proceso de reclutamiento en las instituciones financieras del cantón Ambato. Más del 80% de estas empresas no usan este medio para reclutar al personal, a pesar de conocer las ventajas de las redes sociales para el reclutamiento del personal.

**PALABRAS CLAVE:** economía popular y solidaria; reclutamiento; redes sociales; selección del personal.



## ABSTRACT

The Ambato canton is a commercial area with a considerable number of popular and solidarity economy institutions. The objective was to demonstrate the impact that the social networks Facebook and LinkedIn have on the recruitment process in the companies of the Popular and Solidarity Economy of the Ambato canton. From the economically active population, a sample of 384 people was determined for possible employees and administrative personnel of the 86 companies of this type in the territory were surveyed. Two surveys were applied, one for potential candidates and another for companies. The consistency using Cronbach's Alpha coefficient was evaluated, obtaining that they are adequate. As results, it was obtained that social networks are effective for the recruitment of personnel in companies, although they do not use them properly, with the profiles of those recruited being very favorable. The variables social networks and selection process have a good correlation, which was confirmed by the chi-square test, showing their dependence. From this, it's concluded that the social networks Facebook and LinkedIn are little used in the recruitment process in the financial institutions of the Ambato canton. More than 80% of these companies do not use this medium to recruit personnel, despite knowing the advantages of social networks for personnel recruitment.

**KEYWORDS:** popular and solidarity economy; recruitment; social networks; personnel selection.

## INTRODUCCIÓN

El mundo de la tecnología ha ido creciendo a pasos agigantados en los últimos años, y van tomando un lugar importante en el plano empresarial a nivel mundial (Stirzaker et al., 2021). El crecimiento tecnológico, la disponibilidad del internet y la diversidad de aplicaciones y redes sociales han impactado la vida de todo el sector empresarial a nivel mundial (López Garzón & Cárdenas López, 2019; Miranda et al., 2021; Kahai & Lei, 2019)

Las áreas empresariales varían según el giro de negocio, en el caso del área de talento humano, cumple funciones para el desarrollo del personal que colabora y desarrolla sus procesos. Entre las actividades que gestiona está el proceso de reclutamiento y selección, que es considerado como una herramienta que permite conocer y analizar el potencial de los postulantes a un puesto de trabajo (Maldonado Córdova & Pérez Espinoza, 2019).

Los procesos clave para el funcionamiento de una organización se basan en el reclutamiento y la selección de las personas idóneas y competentes para cada uno de los cargos establecidos. Las personas deben ser direccionadas hacia objetivos planteados según el área al que sea destinado (Rivera Garcia, 2019).

A nivel internacional existen estudios de cómo muchas empresas utilizan las redes sociales para red de negocios y como gran localizador de directivos empresariales, también existen



estudios sobre el nivel de audiencia que tiene las redes sociales al momento captar la atención de postulantes (García Rodríguez, 2017; Marín Díaz & Cabero Almenara, 2019).

En estos sentidos, con el transcurso del tiempo el mundo empresarial ha innovado con las nuevas tendencias tecnológicas hasta el punto de realizar los procesos de contratación digitales, los cuales son caracterizados por su uso constante de Internet, aparatos móviles, y redes sociales (Ferns et al., 2022; Habachi et al., 2022).

En estas tendencias digitales, las organizaciones hacen uso de las redes sociales y demás herramientas que Internet pone a su disposición para entrar en contacto con ellos en detrimento de otras fuentes tradicionales. (da Silva et al., 2022).

Adicionalmente, en las redes sociales, los usuarios conectados, son capaces de un intercambio de contenidos con otros donde se unen intereses y motivaciones comunes. El impacto de las redes sociales ha sido tal que ya no es solo personal, la mayoría de las instituciones ha creado sus propias páginas y las ocupan para sus funciones. Las redes sociales se han convertido en una fuente de información y una herramienta para la selección y reclutamiento por sus bajos costos y el gran alcance de difusión (Contreras Pacheco et al., 2017; Cárdenas Rodríguez & Franco Mora, 2020)

El crecimiento tecnológico y el uso del internet han impactado en el proceso de reclutamiento, contribuyendo en agilizar los tiempos desde la publicación del anuncio hasta la incorporación del personal. Acompañado a los elementos tecnológicos, existen necesidades empresariales que van desde: capacitaciones virtuales, administradores de tareas, comunicación, entrevistas online, plataformas de base de datos de candidatos, software, etc.

Las herramientas digitales no desplazarán a los humanos en la toma de decisiones de la contratación del personal, pero son una herramienta eficiente de búsqueda de postulantes. Las herramientas contribuyen en: la búsqueda de candidatos, la publicación de convocatorias, el desarrollo de exámenes y entrevistas, la política de referencias al personal, administración de hojas de vida, entre otros.

Investigaciones precedentes sobre reclutamiento y selección del personal, así como el uso de las redes sociales consideran que existen un grupo de limitantes. Según García Castro et al. (2016) en los procesos de selección del personal sigue, por lo general, la aplicación de métodos tradicionales de selección en la mayoría de las organizaciones, solo algunas empresas aplican las redes sociales para facilitar el proceso.

Por otra parte, Rodríguez Araneda et al. (2017), y Solano Gómez y Smith Castro (2017) consideran que existen problemas éticos durante el proceso de selección de personal tanto en lo público como en lo privado entre los que resaltan: discriminación, favorecimiento a personas, alteración de informes, poca neutralidad, evaluación de atractivo físico o sexual, pasando a lo subjetivo la evaluación de las capacidades para ocupar el puesto de trabajo.



En este sentido, los procesos de selección del personal se acrecientan cuando existen en las empresas altos niveles de rotación de personal. Los principales factores estudiados para la rotación de personal son: la insatisfacción laboral, baja remuneración y la selección incorrecta. En este contexto una contratación errada incurre en pérdidas económicas para la empresa por: pago de liquidaciones, acciones de tipo jurídicas-laborales, tiempo y dinero en el nuevo proceso de contratación, difusión en medios tradicionales, inducción del nuevo reclutado, afectación en el clima laboral, entre otros (Tapia Apaza, 2020; Rodríguez Ponce, 2020).

En Ecuador, según datos estadísticos existe una audiencia de 13 millones de usuarios de redes sociales, siendo las principales Facebook y LinkedIn, consideradas las plataformas favoritas en el mundo empresarial y para la búsqueda de ofertas de trabajo (Del Alcázar Ponce, 2021). Según datos del INEC (2021) la tasa de desempleo en la provincia de Tungurahua es de 6,4 %, no obstante, cifras ubican la tasa de subempleo en un 24,1 %, de empleo no pleno en 20,2 %, empleo no remunerado en un 9,6 % y empleo no clasificado en 1,1 %. Estas cifras tienen una mayor incidencia en personal joven y adultos mayores.

En Ecuador, la provincia de Tungurahua es una zona comercial y tiene un número considerable de instituciones financieras que pertenecen a la Economía Popular y Solidaria (EPS). La mayoría de las instituciones financieras cuentan con un área de talento humano, pero en algunas el gerente se pone al frente del proceso de reclutamiento, publicando en periódicos locales o en algunas redes sociales.

A partir del análisis, se propone como objetivo de investigación: evaluar el impacto que tiene las redes sociales Facebook y LinkedIn en el proceso de selección de personal en las Instituciones Financieras de la Economía Popular y Solidaria del cantón Ambato.

## MÉTODOS

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, con estrategias de obtención y procesamiento de información, empleando valores numéricos y técnicas estadísticas para realizar el análisis de las bases de datos, teniendo en cuenta una relación de causa y efecto.

Se desarrollará una investigación de tipo documental con la consulta de información a través de diversas fuentes bibliográficas. La investigación que se desarrolla se revisa e investiga en documentos relacionados al tema de estudio en el entorno de Latinoamérica, de la región y del país. Se busca analizar la relación que existe entre las dos variables, las características más relevantes que ayudan al mejor entendimiento y resolución de la problemática.

La investigación es descriptiva ya que al momento de analizar el problema de estudio se realizó el estudio en las diferentes áreas de talento humano pertenecientes a las instituciones financieras de la EPS del cantón Ambato. El alcance es correlacional con la finalidad de

comprobar la relación que existe entre las redes sociales y el proceso de selección en la economía popular y solidaria en la ciudad de Ambato.

Para la recolección de esta información se ha procedido a seguir los siguientes pasos.

- Coordinación con personal de las instituciones financieras de la EPS.
- Elaboración de los instrumentos de recolección de información a través de encuestas.
- Validación de los cuestionarios.
- Aplicación de los cuestionarios a través de formularios diseñados con Google Forms.
- Generación de la base de datos con la información obtenida
- Análisis de la información obtenida

Para el desarrollo de la investigación se proponen los cuestionarios:

- El primer cuestionario para posible personal a contratar por las Instituciones Financieras de la EPS del cantón Ambato. Se desarrollan 16 preguntas acerca de: situación sociodemográfica, uso de redes sociales, oferta laboral por redes sociales y calidad de los servicios que brindan los empleadores.
- El segundo cuestionario se desarrolla para las Instituciones Financieras de la EPS del cantón Ambato. Se trabaja a partir de once preguntas y se analiza: situación sociodemográfica, uso de redes sociales por la institución, uso de redes sociales para la selección de personal, calidad y resultados de los procesos realizados.

Para el análisis de la confiabilidad del estudio se evaluó la consistencia interna mediante el Alpha de Cronbach. El análisis de consistencia interna de ambas encuestas se obtuvo que los factores tienen índices adecuados de consistencia interna, siendo de 0,79 y 0,81 en ambas.

Luego de aplicar los cuestionarios se busca relacionar las variables redes sociales y proceso de selección a través de la correlación de Pearson. Las hipótesis definidas son:

H<sub>0</sub>: El uso de las redes sociales Facebook y LinkedIn, no están relacionadas con la efectividad del proceso de contratación de personal.

H<sub>1</sub>: El uso de las redes sociales Facebook y LinkedIn, si están relacionadas con la efectividad del proceso de contratación de personal.

Se quiere conocer si existe relación entre las variables en estudio, utilizando la prueba Chi-cuadrado. El estadístico Chi cuadrado sirve para someter a prueba hipótesis referidas a distribuciones de frecuencias. En términos generales, esta prueba contrasta frecuencias observadas con las frecuencias esperadas de acuerdo con la hipótesis nula.

La población de estudio, en caso de los posibles empleados son las 313 018 personas de la población económicamente activa de Tungurahua. Se calcula una muestra de 384 personas a partir del cálculo de muestra de una población infinita. En el caso de los empleadores se tomarán las empresas pertenecientes a la EPS del cantón Ambato, que suman un total de 86 empresas. (SEPS, 2022)



## RESULTADOS

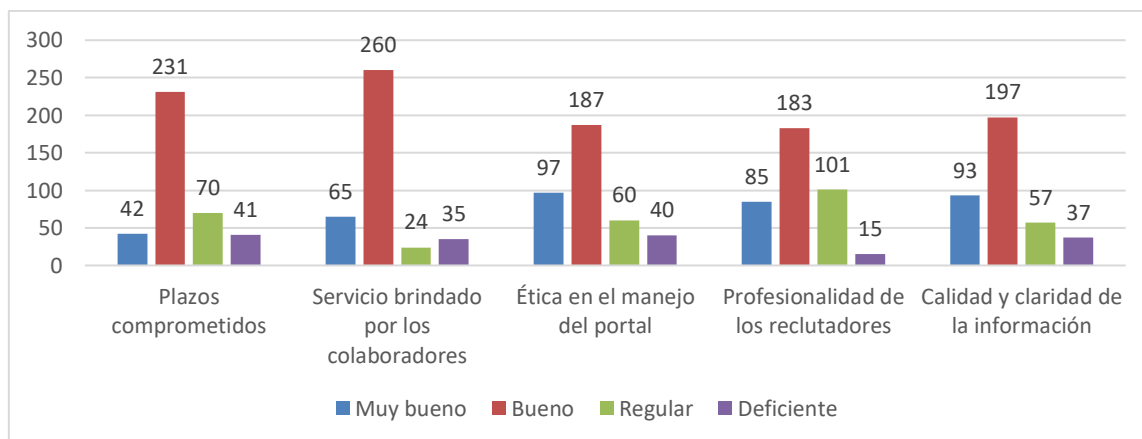
El análisis parte de los resultados de ambas encuestas y a continuación el análisis correlacional de ambas variables.

### Análisis de los resultados de la encuesta a posibles trabajadores

Se analizan primeramente las encuestas realizadas a los posibles trabajadores de las entidades financieras de la EPS en el cantón Ambato. El análisis sociodemográfico muestra los resultados siguientes:

- El 46,8 % son femeninos y el 53,2 % son masculinos.
- Un 31,7 % son bachilleres, el 56,5 % tiene un título de tercer nivel y el 11,8 % tienen al menos un título de cuarto nivel
- El rango de edad de los clientes se comporta de la siguiente forma: el 18,5 % tienen entre 18 y 30 años, el 29,4 % entre 31 y 40 años, el 27,3 % entre 41 y 50 años, y el 24,7 % más de 51 años.
- El 100 % de los encuestados pertenecen a la red social Facebook o LinkedIn.

En el caso de la pregunta si han encontrado ofertas laborales en redes sociales, específicamente en Facebook o LinkedIn el 62,23 % dicen que sí, y un 37,76 % no. A continuación, en la figura 1 se muestran los resultados de cinco de las preguntas consultadas que cuentan con la misma escala de evaluación.



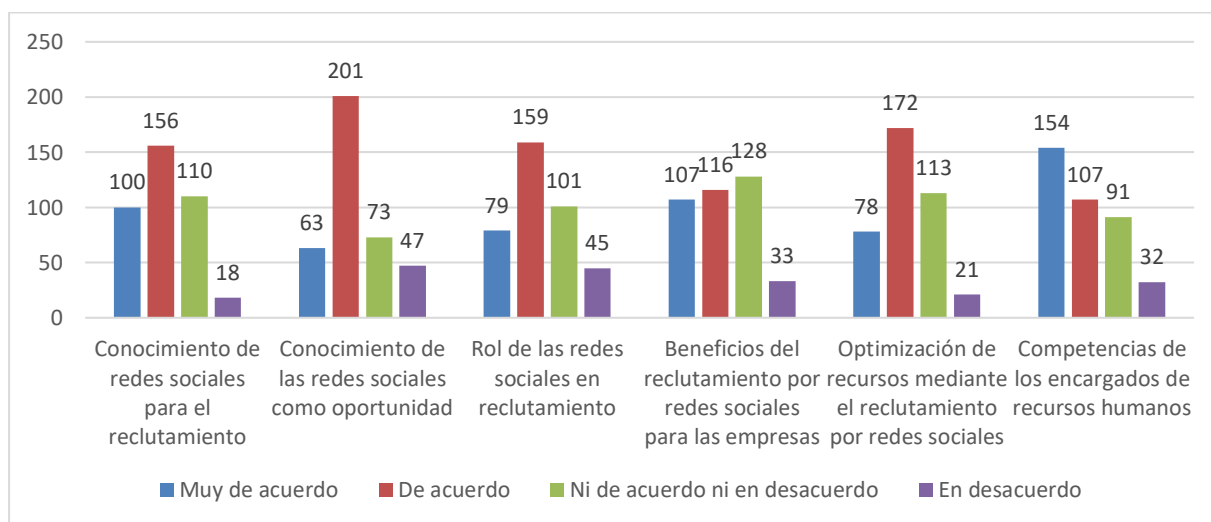
**Figura 1. Resultados de cinco preguntas de la encuesta a posibles trabajadores.**

- Se observa que 42 personas encuestadas plantean que los plazos se cumplieron de manera muy buena, lo que representa el 10,9%. Al mismo tiempo 231 (60,15%) catalogan el cumplimiento como bueno, 70 (18,22%) lo consideran regular y 41 (10,67%) plantean que los plazos se cumplieron de manera deficiente. Aunque los que consideran este servicio regular y deficiente no constituyen un gran número de encuestados representan el 28,89% del total.

- El servicio brindado por colaboradores es catalogado muy bueno por 65 encuestados, así como bueno por 260, y entre regular y malo por 59 personas. La mayoría considera el servicio bueno, lo que implica que están satisfecho con la atención que se recibe.
- La ética en el manejo del portal es considerado muy bueno y bueno por 97 (25,3 %) y 187 (48,7%) encuestados respectivamente. Por otra parte, 100 personas (20,04 %) plantean la ética es regular y deficiente, de ellos 60 y 40; cifra que no es despreciable. Es un elemento para tener en cuenta y ser estudiado de forma independiente.
- La profesionalidad de los colaboradores es bien calificada, solo 15 consideran que la misma es deficiente, 101 encuestados la califican como regular lo que se puede considerar bajo; pero se deben tener en cuenta las opiniones para capacitar a los reclutadores y otras acciones que se consideren. Por el contrario, 183 personas, consideran la profesionalidad como buena y 74 como muy buena.
- La claridad y calidad en la información es catalogada de muy buena por 93 (24,22 %) encuestados, de buena por 197 (51,3 %), regular 57 (14,84%) y deficiente 37 (9,64 %). Del total, 94 de los encuestados catalogan como regular y deficiente el indicador, aspecto a analizar, pues en este tipo de reclutamiento los agentes responsables deben ofrecer toda la información necesaria y esta debe ser clara y precisa.

Adicionalmente, a la pregunta de los tiempos de espera, 255 encuestados (61,41 %) consideran que el tiempo fue razonable. Esto refleja cierta inconformidad lo que implica que las personas apliquen para varias plazas a la vez y que al notificarle que han obtenido la plaza a la cual aplicaron, ya tengan otra o no les interese por otras razones.

Seguidamente, en la figura 2 se muestran los resultados de seis de las preguntas consultadas en la encuesta con la escala de evaluación: muy de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y muy en desacuerdo. Los resultados obtenidos son:



**Figura 2. Resultados de seis preguntas de la encuesta a posibles trabajadores.**

## Rengel Cevallos, Chávez Yépez

- Se considera que el conocimiento de las redes sociales por parte de las empresas influye en los procesos de selección por parte de 256 encuestados, lo que representa el 66,7%. Sin embargo, un total de personas 110, no tienen opinión y 14 están en desacuerdo. Esto denota un desconocimiento considerable por parte de las personas que acceden a las redes sociales para aplicar a puestos de trabajo.
- El conocimiento de las redes como oportunidad por parte de los que aplican a los empleos es considerado como una ayuda por 264 encuestados para un 68,7%; 73 (19 %) personas que no tienen criterio y 47 (12,2) no coinciden con la afirmación anterior. Es evidente que muchos consideran que es una ventaja para aplicar a trabajos ofertados por redes sociales y conocerlas.
- En el caso del rol de las redes sociales en el reclutamiento 238 (62 %) encuestados están muy de acuerdo o de acuerdo; 101 (26,3 %) no aportan ningún criterio y 45 (11,7 %) están en desacuerdo. Es significativo que 101 encuestados no tengan ningún criterio y que existan quienes consideren que el conocimiento en los reclutadores de las redes sociales no juega un rol importante papel en el proceso de selección
- El análisis sobre si el reclutamiento mediante las redes sociales beneficia la imagen de la empresa, 107 (27,9 %) y 116 (30,2 %) encuestado consideran beneficioso; 33 (8,6 %) plantean no estar de acuerdo y 128 no emiten criterio. Es significativo que tantos encuestados no presenten ningún criterio, pues reclutar a través de las redes sociales, le brinda visibilidad y contribuye a fortalecer la imagen de la empresa.
- En cuanto a la optimización de recursos 78 (18,49 %) están muy de acuerdo, 172 (44,79 %) están de acuerdo, 113 (29,43 %) no tienen criterio y 21 (3,91 %) están en desacuerdo. Es evidente que el reclutamiento por redes sociales ahorra tiempo y dinero a las empresas; existe un grupo de encuestados que no da ningún criterio.
- Los encuestados en su mayoría están de acuerdo (103) o muy de acuerdo (154) en que las competencias de los encargados de los recursos humanos influyen en la aplicación de estrategias de contratación. Solo 26 plantean que están en desacuerdo con esta afirmación; existen 91 personas que no tienen criterio y solo un 8,3 % no está de acuerdo con la misma. Son importantes las competencias de los encargados de talento humanos, pues ellos aplican las estrategias para la contratación del personal, seleccionando los mejores candidatos, acorde a los puestos.

### **Análisis de los resultados de las encuestas a instituciones financiera de la EPS**

En el caso de la encuesta realizada a personal que labora en las instituciones financieras de la EPS, los resultados sociodemográficos son:

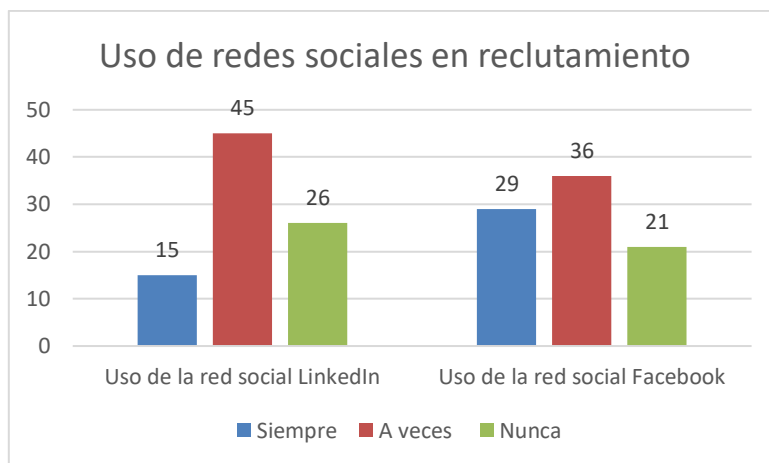
- El 53,4 % de los encuestados son hombres y el 46,6 % mujeres.





- Dentro de los encuestados 15 tienen estudios de bachillerato, 50 tienen tercer nivel y 21 el cuarto nivel.
- El cuanto al área de desempeño de los encuestados: 30 son jefes de áreas, la misma cantidad trabaja en talento humano y 26 son gerentes de las empresas.
- Solo tres de los 86 encuestados no forman parte de las redes sociales, que representa el 3% de los encuestados, lo que no resulta significativo para los resultados.

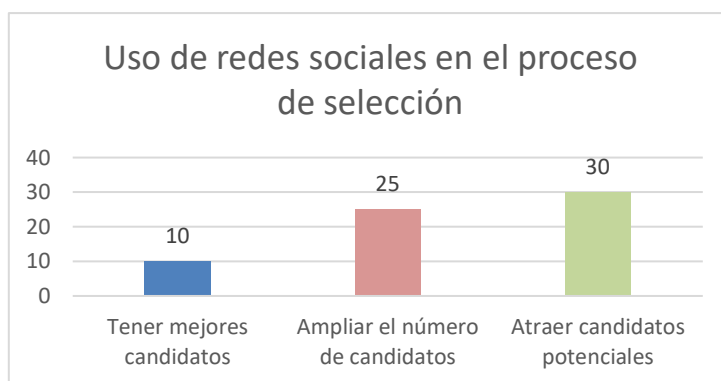
En el caso del uso de las redes sociales Facebook y LinkedIn para el proceso de reclutamiento, publicar vacantes y encontrar candidatos, se muestra en la figura 3



**Figura 3. Uso de redes sociales en reclutamiento.**

- De los encuestados, 15 (17,41 %) siempre usan la red social LinkedIn para el reclutamiento, para un; 45 (52,32%) la usan a veces, y 26 (30,23 %) no la usan nunca. Es decir, más del 80% de las empresas no usan o usan muy poco la red LinkedIn para reclutar al personal necesario, lo que contradice el planteamiento que realizan los usuarios de que, mediante el reclutamiento por las redes sociales las empresas se dan a conocer y mejoran su imagen. Esta red social tiene entre sus seguidores a profesionales de alta calificación y no es aprovechada por estas empresas.
- Esta es otra red que no tiene gran utilización entre las empresas de la EPS, solo 29 de estas usan la red de Facebook, a pesar de que esta es de las redes sociales más utilizadas por toda la población. Esto representa tan solo el 33,72 % de estas empresas. Por el contrario, hay 21 empresas que no usan nunca estas redes y 36 que solo lo hacen a veces. Esto muestra que este tipo de empresa no utiliza adecuadamente las posibilidades que brindan las redes sociales.

A continuación, la figura 4 muestra los resultados de para que utilizan las redes sociales en el proceso de selección. De las 65 empresas que utilizan las redes sociales, 10 las usan fundamentalmente para tener mejores candidatos, 25 para ampliar el número y 30 para atraer candidatos principales.

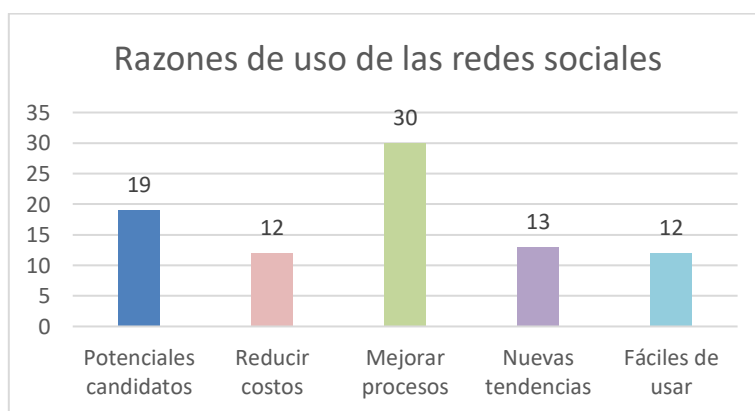


**Figura 4. Uso de redes sociales en el proceso de selección.**

En el caso de las preguntas sobre los medios más utilizados para publicitar las plazas en convocatoria 47 usan más las redes sociales, 27 las bolsas de trabajo, 6 el periódico y la radio. Por otra parte, el número de candidatos reclutados por redes sociales son muy alto y alto en 55 empresas, para un 63,9%. Sin embargo, en 23 de ellas el reclutamiento fue bajo y en 8 muy bajo, para un 26,7% y un 9,3% respectivamente. Es evidente que las redes sociales son una forma de reclutamiento bastante efectiva para estas empresas, aunque como se observó con anterioridad que muchas no la usan y se usan también otros canales de reclutamiento.

Además, la calidad de los perfiles de las personas reclutadas por las redes sociales es excelentes y muy buenos en 60 de las empresas y en 20 son buenos, mientras que solo en 6 los plantean como regular y en ningún caso se dice que sean malos.

A continuación, en la figura 5 se muestran las principales razones que llevan a una Empresa de EPS a utilizar las redes sociales es en un 34,9% se debe a contribuir a la mejora de los procesos, lo que equivale a 30 empresas. De estas empresas 19 plantean que lo hacen para encontrar candidatos potenciales, 12 para reducir costos, 13 por nuevas tendencias en las organizaciones y 12 plantean que las usan, pues por lo fáciles que son de usar.



**Figura 5. Razones para el uso de las redes sociales.**

Las redes sociales no solo abaratan costos, por lo barata que es la publicidad en estas, y en muchos casos se puede realizar sin costo alguno. También son una fuente para encontrar potenciales candidatos, porque son tendencia en la actualidad y llegan a muchas personas.

De todas las formas de reclutamiento, las redes sociales demuestran cada día que son efectivas para las empresas, aunque no todas las usan de forma adecuada. Se puede observar que la mayoría de los perfiles de los reclutados son excelentes y muy buenos, lo que evidencia que el reclutamiento por redes sociales es bastante efectivo.

### Análisis correlacional

El objetivo del análisis correlacionar es identificar la relación entre las variables redes sociales y reclutamiento de personal. La variable redes sociales, según el análisis en la tabla 3 tiene un coeficiente de correlación de 0.67 con la variable proceso de selección, esto nos indica que estas dos se encuentran relacionadas entre sí, pero se puede indicar que hay otros aspectos que también influyen en el proceso de selección, pues el valor es cercano a 0,5.

**Tabla 1. Estudio de correlación de Pearson.**

		Correlaciones	
		Proceso de selección	Impacto de las redes sociales
Proceso de selección	Correlación de Pearson	1	,67
	Sig. (bilateral)		,857
	N	18	17
Impacto de las redes sociales	Correlación de Pearson	-,67	1
	Sig. (bilateral)	,857	
	N	17	17

Luego de validar la relación se calcula el Chi- cuadrado para la validación de las hipótesis planteadas. La prueba de independencia se realiza utilizando el procesador estadístico SPSS, con un 95% de confianza. Esto significa que el nivel de significancia es de 0,05, que se compara con el valor P, en la prueba Chi- cuadrado. Si el P valor es menor que 0,05, entonces se rechaza la hipótesis nula, o sea se prueba la dependencia entre las variables (Tabla 4)

**Tabla 2. Pruebas de Independencia**

Prueba	Estadístico	Grados de independencia	Valor P
Chi-Cuadrada	17,056	7	0,0170

Esta tabla muestra los resultados de la prueba de hipótesis ejecutada para determinar si se rechaza, o no, la idea de que las clasificaciones de fila y columna son independientes. Puesto que el valor-P es menor que 0,05, se puede rechazar la hipótesis de que filas y columnas son independientes con un nivel de confianza del 95,0%. Por lo tanto, el valor observado de las redes sociales está relacionado con su valor en contratación del personal.

### DISCUSIÓN

La concepción de profesionales digitales y el avance considerable de la tecnología han permitido la modificación de muchos procesos, encontrándose entre los que más cambiantes la búsqueda y selección de personal para trabajar en las empresas. En la actualidad las



entidades utilizan las redes sociales para divulgar las plazas que ofertan, seleccionar y atraer talentos a sus organizaciones talentos.

Dentro de las destrezas necesarias para trabajar en los departamentos de RRHH se encuentra el manejo de la tecnología para atraer a una fuerza laboral implicada con la empresa y que a la vez sea productiva. En muchas empresas las redes sociales se han transformado en la vía más importante para la captación de talentos. (De Olim Medina, 2021)

La aceptación de redes sociales tiene múltiples ganancias en las empresas, estas consisten en una mejor administración de los tiempos en los procesos de selección. A su vez esto conlleva a un ahorro en los costos, al mismo tiempo que se consigue una documentación que puede resultar muy valiosa para la organización, acerca de los aspirantes, teniendo más información y mayor capacidad de selección.

Del mismo modo este reclutamiento no presenta impedimento, en cuanto a la de cantidad de definiciones, ni aumento los costos de localización. Se plantea que las empresas que no cuentan con una base de datos de posibles candidatos se encuentran en desventaja con relación a las que, si poseen esta información, pues esto permite clasificar a los aspirantes con mejores condiciones, en poco tiempo y a bajos costos (Tumbaco Bourne, 2018)

Las redes sociales se pueden convertir en un instrumento que promuevan la carrera de las empresas, pues los mercados laborales son cada día más competitivos. Se debe tener en cuenta que, para realizar una adecuada implementación, es necesario construir concepciones basadas en la optimización de los tiempos en los procesos de selección para contratar a colaboradores con la calidad que requieren las empresas (Osorio Perdomo, 2020)

A pesar de todo lo expuesto, es necesario destacar que no son las empresas de la EPS las que menos utilizan estos medios para promocionar sus vacantes y reclutar a su personal. Aunque se ha demostrado que las redes sociales son un medio muy eficiente, tanto en tiempo como en costos para el reclutamiento de posibles candidatos a un puesto de trabajo, muchas de estas empresas lo siguen haciendo mediante métodos tradicionales, incluso algunos directivos ni tienen presencia en estos medios (García Castro et al., 2016).

También se ha observado que, si bien LinkedIn es la red social profesional por excelencia, los candidatos hacen uso de todas las redes, donde transmiten su experiencia laboral y académica, además de sus pasatiempos, motivaciones y valores. Al mismo tiempo, se consideran una fuente de investigación donde se puede conocer más sobre la empresa que está solicitando trabajadores. Existen cuatro razones fundamentales para realizar el reclutamiento de personal por redes sociales: mayor rentabilidad, construcción de marca, información de antecedentes y candidatos difíciles de alcanzar.

La primera está dada porque en las redes sociales siempre existe la posibilidad de difundir ofertas laborales de manera gratuita. Permiten a los candidatos conocer mejor la empresa a

la que postulan, pero al mismo tiempo se puede utilizar la oferta para difundir la cultura empresarial y transmitir valores.

## CONCLUSIONES

En la presente investigación se aplicó una encuesta a los empleadores de las Instituciones pertenecientes a la EPS y a los posibles candidatos a ocupar las plazas en estas empresas. Con los resultados obtenidos se desarrolló un análisis de correlación de las variables.

Las redes sociales Facebook y LinkedIn son poco utilizadas dentro del proceso de reclutamiento en las Instituciones Financieras de la EPS del cantón Ambato. Más del 80% de estas empresas no usan adecuadamente este medio para reclutar al personal que necesitan, no utilizando las posibilidades que brindan las mismas.

A pesar de lo conveniente de las redes sociales para el reclutamiento del personal en cuanto a costos, conocimiento de los candidatos, la administración del tiempo et al. aspectos importantes, muchas de las empresas en estudio, lo siguen realizando mediante métodos tradicionales, incluso muchos de sus directivos ni tienen presencia en estos medios.

Se ha demostrado que el uso de las redes sociales Facebook y LinkedIn, están relacionadas con la efectividad del proceso de contratación de personal, mediante diferentes pruebas estadísticas, que validan el resultado obtenido.

## REFERENCIAS

- Cárdenas Rodríguez, N. G., & Franco Mora, G. S. (2020). *Las herramientas digitales y su incidencia en el proceso de reclutamiento y selección del personal en el banco del pacífico de la ciudad de Guayaquil*. [Trabajo de Grado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/50064>
- Contreras Pacheco, O. E., Camacho Cantillo, D. C., & Badrán Lizarazo, R. M. (2017). Las Social Networking Sites (SNS) en los procesos de reclutamiento y selección del talento humano. Revisión de literatura. *Entramado*, 13(10), 92-100. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6084925>
- da Silva, L., Slotovski, R., Pontes, J., Treinta, F. T., Leitao, P., Mosconi, E., . . . Yoshino, R. T. (2022). Human resources management 4.0: Literature review and trends. *Computers & Industrial Engineering*, 168, 108111. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.108111>
- De Olim Medina, A. M. (2021). *Utilidad de las redes sociales profesionales en le proceso de reclutamiento respecto a los medios convencionales*. [Tesis de Pregrado, Universidad de la Laguna]. RIULL - Repositorio Institucional. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/24694>



- Del Alcázar Ponce, J. P. (1 de julio de 2021). *Estado Digital Ecuador Actualización Julio 2021*. Recuperado el 30 de julio de 2021, de Mentinno – Innovation & Lifetime Value Partners: <https://www.mentinno.com/estadodigitalecuador/#descarga>
- Ferns, S., Dawson, V., & Howitt, C. (2022). Impact of digitalization on the attractiveness of employee recruitment and. *Problems and Perspectives in Management*, 20(3), 12-27. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.02](https://doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.02)
- García Castro, P. E., Gatica Barrientos, M. L., Cruz Sosa, E. R., Luis Gatica, K., Vargas Hernández, R. d., Hernández García, J., . . . Macías Díaz, D. M. (2016). Procesos de reclutamiento y las redes sociales. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 6(12). <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498153966004.pdf>
- García Rodríguez, C. (2017). *Reclutamiento y selección a través de redes sociales y plataformas digitales*. [Tesis de Pregrado, Universidad de Sevilla]. idUS. Depósito de Investigación. <https://idus.us.es/handle/11441/66370>.
- Habachi, M., Nouira, Z., Malainine, C., & Hajaji, O. (2022). Impact of digitalization on the attractiveness of employee recruitment and retention in Moroccan companies. *Problems and Perspectives in Management*, 20(3), 12-27. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(3\).2022.02](https://doi.org/10.21511/ppm.20(3).2022.02)
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.
- INEC. (31 de marzo de 2021). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2021/Trimestre-enero-marzo-2021/Trimestral%20enero-marzo%202021_Mercado_Laboral.pdf)
- Kahai, S. S., & Lei, Y. (2019). Building social capital with Facebook: Type of network, availability of other media, and social self-efficacy matter. *International Journal of Human-Computer Studies*, 130, 113-129. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2019.05.013>
- López Garzón, W. F., & Cárdenas López, J. C. (2019). Tecnología internet of things (IoT) y el big data. *Mare Ingenii. Ingenierías*, 1(1), 73-79. <http://cipres.sanmateo.edu.co/index.php/mi>
- Maldonado Córdova, A. V., & Pérez Espinoza, M. J. (2019). El Talento Humano: la clave del éxito para el mejoramiento de la competitividad de las empresas. *Revista Científica Agroecosistemas*, 7(1), 68-74. <https://aes.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/245>
- Marín Díaz, V., & Cabero Almenara, J. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa? *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 25-33. <https://idus.us.es/handle/11441/87606>
- Miranda, S., Cunha, P., & Duarte, M. (2021). An integrated model of factors affecting consumer attitudes and intentions towards youtuber-generated product content. *Review of Managerial Science*, 15(1), 55-73. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11846-019-00370-3>



- Osorio Perdomo, R. (2020). Aplicación de las redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección del personal en el sector pyme de Villavicencio, Colombia. *Corporación Universitaria Minuto de Dios*, 11(1), 219-236.  
<https://cerac.unlpam.edu.ar/index.php/perspectivas/article/view/4764>
- Rivera Garcia, L. M. (2019). Reclutamiento y selección del personal empresarial. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*, 4(12), 58-71.  
<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i12.65>
- Rodríguez Araneda, M. J., Navarrete Moraga, R., & Bargsted Aravena, M. (2017). Problemas éticos y consecuencias reconocidas por psicólogos noveles en reclutamiento y selección del personal. *Psicoperspectivas*, 16(3), 164-176.  
<http://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol16-issue3-fulltext-1082>
- Rodríguez Ponce, A. P. (2020). *Estudio de los factores que originan la rotación del personal. Caso: ECUATRAN S.A.* [Tesis de Pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Ambato] Repositorio Pucesa.  
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2972>
- SEPS. (2022). *Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria.*  
<https://www.seps.gob.ec/institucion/segmentacion-de-esfps/>
- Serrano Angulo, J. (2017). Sobre la población y muestra en investigaciones empíricas. *Blog Aula Magna 2.0. Revistas Científicas de Educación en Red.*  
<https://cuedespyd.hypotheses.org/2353>
- Solano Gómez, A., & Smith Castro, V. (2017). Efectos del atractivo físico y el sexo en la selección de personal: Un estudio experimental. *Revista Universitas Psychologica*, 16(1), 1-13. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-1.eafs>
- Stirzaker, R., Galloway, L., Muhonen, J., & Christopoulos, D. (2021). The drivers of social entrepreneurship: agency, context, compassion and opportunism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(6), 1381-1402.  
<https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2020-0461>
- Tapia Apaza, L. C. (2020). *Rotación del personal y sus factores determinantes en las organizaciones.* [Trabajo de Grado, Universidad Nacional del Altiplano]  
<http://tesis.unap.edu.pe/browse?type=author&value=Tapia+Apaza%2C+Lisbeth+Carol>
- Tumbaco Bourne, N. R. (2018). *Redes sociales como fuente de reclutamiento para las áreas de recursos humanos.* [Tesis de maestría, Universidad Espíritu Santo]  
<http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/2567/1/TUMBACO%20BOURNE%20NELLY%20ROSE.pdf>