






Document Information

Analyzed document	2879-11384-1-RV.docx (D149064149)
Submitted	11/8/2022 5:51:00 PM
Submitted by	
Submitter email	revista.editor@uniandes.edu.ec
Similarity	5%
Analysis address	revista.editor.unia@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	Universidad Regional Autónoma de los Andes / 2527-9792-1-RV.docx Document 2527-9792-1-RV.docx (D119897381) Submitted by: revista.editor@uniandes.edu.ec Receiver: revista.editor.unia@analysis.arkund.com	 3
SA	submission.docx Document submission.docx (D74842962)	 2
W	URL: https://1library.co/article/instrumentos-impacto-redes-sociales-estrategias-selecci%C3%B3n-rec... Fetched: 5/16/2022 9:42:38 PM	 6
W	URL: https://repositorio.usil.edu.pe/bitstreams/06f26e7e-2741-43b0-8019-0128ec61386e/download Fetched: 6/5/2022 4:39:44 AM	 1
W	URL: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/47204/TFG-L2859.pdf?sequence=1&isAllowed=y Fetched: 11/4/2021 7:55:26 PM	 1

Entire Document

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 I, Howard Fabián Chávez Yépez I

I. Facultad de Administración de Empresas, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Email:

lrengel5018@uta.edu.ec. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8418-6513> Email: howardfchavez@uta.edu.ec. ORCID:

<https://orcid.org/0000-0002-8309-0587>

73%

MATCHING BLOCK 1/13

SA 2527-9792-1-RV.docx (D119897381)

Recibido: dd/mm/aaaa Aprobado: dd/mm/aaaa Como citar en normas APA el artículo: Rengel Cevallos, L. R., y Chávez Yépez, H. F. (2022).

El uso de las redes sociales y la selección del personal en la economía popular y solidaria. Uniandes Episteme, xx(xx), xx-xx.

RESUMEN

La ciudad de Ambato es una zona comercial y con un número considerable de instituciones de la economía popular y solidaria.

El

objetivo general 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.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva con un alcance correlacional. 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 en el territorio. Se aplicaron dos encuestas, una para posibles candidatos y otra para las empresas. Para ambas se evaluó la consistencia utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniendo que son adecuadas. Como resultados de la investigación se obtuvieron que las redes sociales son efectivas para el reclutamiento del personal en las empresas, aunque estas no las 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 general 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. The research has a quantitative approach, of descriptive type with a correlational scope. 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. For both, consistency was evaluated using Cronbach's Alpha coefficient, obtaining that they are adequate. As results of the investigation, 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 within the process of recruitment in the Financial Institutions of the EPS 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

CITATION Sti21 \l 12298 (Stirzaker y otros, 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 CITATION Lóp19 \l 12298 \

m Mir21 \m Kah19 (López Garzón & Cárdenas López, 2019; Miranda y otros, 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 CITATION Mal19 \l 12298 (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

CITATION Riv19 \l 12298 (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

CITATION Gar17 \l 12298 \m Mar191 (García Rodríguez, 2017;

Marín Díaz & Cabero Almenara, 2019). En estos sentido, 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

CITATION Fer22 \m Imp22 \l 12298 (Ferns y otros, 2022; Habachi y otros, 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.

CITATION daS22 \l 12298 (da Silva y otros, 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

CITATION Con17 \l 12298 \

m CÂR20 (Contreras Pacheco y otros, 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, existe un grupo de

92%

MATCHING BLOCK 2/13

SA submission.docx (D74842962)

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 podrán desplazar nunca a los seres humanos en la toma de decisiones de la contratación del personal a la hora de contratar, pero indudablemente son una herramienta eficiente de búsqueda de postulantes. Las herramientas pueden contribuir 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 tiene un grupo de limitantes. Según García Castro y otros CITATION Gar16 \n \t \l 12298 (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, Navarrete Moraga, y Bargsted Aravena CITATION Rod171 \n \t \l 12298 (2017), y Solano Gómez y Smith Castro CITATION Sol172 \n \t \l 12298 (2017) consideran que existe todavía problemas éticos durante el proceso de selección de personal tanto en entidades públicas como en empresas entre los que resaltan: discriminación, favorecimiento a personas, alteración de informes, poca neutralidad, evaluación de atractivo tanto físico como sexual, pasando a un factor 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 llega a incurrir 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 CITATION Tap20 \m Rod201 \l 12298 (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

CITATION Del21 \l 12298 (Del Alcázar Ponce, 2021). Según datos del INEC CITATION INE212 \n \t \l 12298 (2021) la tasa de desempleo en la provincia de Tungurahua es de 6,4 %, no obstante, cifras alarmantes 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 desarrollado

se propone como problema de investigación: ¿Qué

impacto tienen las redes sociales Facebook y LinkedIn en el proceso de contratación personal en las Instituciones Financieras de la Economía Popular y Solidaria del cantón Ambato?

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

1. La investigación tiene

un enfoque cuantitativo, pues se utilizan estrategias de obtención y procesamiento de información, empleando magnitudes numéricas y técnicas estadísticas para realizar el análisis de las bases de datos numéricas, teniendo en cuenta una relación de causa y efecto. |Se

desarrollar 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 realizará el estudio en las diferentes áreas de talento humano pertenecientes a

las instituciones financieras de la economía popular y solidaria del cantón Ambato.

El alcance es

correlacional con la finalidad de comprobar si existe o no, una relación entre las Redes Sociales y el proceso de contratación de personal.

Para la recolección de esta información se ha procedido a seguir los siguientes pasos. • Coordinación con personal de las instituciones financieras de la Economía Popular y Solidaria del cantón Ambato. •

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 la herramienta Google Forms. • Aplicación del cuestionario a la muestra seleccionada • Generación de la base de datos con la información obtenida • Análisis de la información obtenida Para el desarrollo de la investigación se proponen dos encuestas y se diseñan sus respectivos cuestionarios: • El primer cuestionario se desarrolla para

posible personal a contratar por

100%

MATCHING BLOCK 3/13

SA submission.docx (D74842962)

las Instituciones Financieras de la Economía Popular y Solidaria del cantón Ambato

donde, a partir de 16 preguntas se pregunta 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 Economía Popular y Solidaria 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 o fiabilidad de este estudio, se evaluó la consistencia interna, calculada 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 (Tabla 1) y 0,81, (Tabla 2) respectivamente.

Tabla 11. Estadística de Fiabilidad para la encuesta a los posibles empleados Alfa de Cronbach Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados N de elementos ,798 ,351 14

Tabla 22. Estadística de Fiabilidad para la encuesta a las empresas Alfa de Cronbach Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados N de elementos ,814 ,322 8

Luego de aplicación de los cuestionarios se busca identificar la relación entre las variables redes sociales y proceso de selección a través de la correlación de Pearson. A continuación

se definen las hipótesis: H0: El uso de las redes sociales Facebook y LinkedIn, no están relacionadas con la efectividad del proceso de contratación de personal. H1: 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.

Para el estudio se toma como población en el caso de los posibles empleados a la población económicamente activa de la provincia de Tungurahua, la que está compuesta por 313 018,00 personas.

Para determinar el número de la muestra se

considera una población infinita y se obtiene que el tamaño de la muestra es de 384 personas.

Para el caso de los empleadores se tomarán todas las empresas pertenecientes a la Economía Popular y Solidaria del cantón Ambato, que suman un total de 86 empresas. CITATION SEP22 \I 2058 (SEPS, 2022)

RESULTADOS En

este capítulo se exponen los resultados de las encuestas realizadas a los usuarios de las redes sociales para buscar empleo y a los reclutadores de las distintas empresas financieras de la pertenecientes Al Instituto Ecuatoriano de Economía Popular y Solidaria en la provincia del cantón Ambato.

Se analizan primeramente las encuestas realizadas a los usuarios y luego a las empresas.

2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO.

Análisis de los resultados de las encuestas a los usuarios. En el análisis de los encuestados por sexo, tenemos los siguientes resultados:

Tabla 37. Número de encuestados por sexo Sexo Masculino 204 Femenino 180 Total 384

De los encuestados el nivel de estudio se divide de la siguiente manera:

Tabla 48. Nivel de Estudios Nivel de estudios Bachillerato 16 Tercer nivel 352 Cuarto nivel 16 El nivel de bachillerato corresponde a 16 encuestados, así como también el cuarto nivel y 352 tienen el tercer nivel. Se puede observar que la mayoría de los encuestados, el 91,66%, tiene un tercer nivel y solo un 8,3% tienen nivel de bachillerato o maestrías y doctorados. Esto puede estar dado, por la cantidad de graduados de tercer nivel, que salen de las aulas universitarias o de los Institutos Superiores Tecnológicos y no tienen ninguna garantía de encontrar trabajo. A continuación, se presentan los resultados del cuestionario realizados a los usuarios de las redes sociales, que utilizan las mismas para buscar empleo.

1. ¿Forma parte de la red social Facebook o LinkedIn? El 100% de los encuestados usa las redes sociales y tiene conocimiento de estas. El análisis se observa en la figura a continuación.

Forma parte de las redes sociales

Si No 384 0

Figura 12. Encuestados que forman parte de las redes sociales. Fuente: Elaboración propia 2. ¿Usted ha encontrado ofertas laborales en Facebook o LinkedIn? De los 384 encuestados, 239 manifiestan que han encontrado ofertas laborales en estas redes sociales y 145, plantean que no. Esto representa el 62,23% y el 37,76% respectivamente. Esto puede estar dado por la falta de ofertas laborales en el país, agudizada por la crisis económica provocada por la pandemia y otras condiciones dadas en el país. Tabla 59. Ofertas laborales Ofertas laborales en RS Si 239 No 145 Fuente: Elaboración propia 3. Los portales virtuales de Facebook y LinkedIn cumplieron con los plazos comprometidos, para la entrega de resultados acordados? Se observa que 42 personas encuestadas plantean que los plazos se cumplieron de manera muy buena, lo que representa el 10,9% de la muestra. Al mismo tiempo 231 catalogan en cumplimiento como bueno, 70 lo consideran regular y 41 plantean que lo plazos se cumplieron de manera deficiente. Esto representa el 60,15%, 18,22% y el 10,67% respectivamente. Aunque los que consideran este servicio deficiente no constituyen un gran número de encuestados, se deben tener en cuenta, pues si se suman con los que lo consideran regular, estos suman 111 personas, representando el 28, 89% del total. Tabla 610. Cumplimiento de plazos. Plazos comprometidos Muy bueno 42 Bueno 231 Regular 70 Deficiente 41

4. Catalogue el servicio de los colaboradores durante su interacción en las redes sociales. El servicio de los colaboradores es catalogado como muy bueno por 58 encuestados, así como bueno por 256, y regular y malo por 44 personas. La mayoría considera el servicio bueno, lo que implica que están bastante satisfecho con la atención que se recibe. Estos resultados se muestran mediante la tabla y la figura correspondientes, que se muestran a continuación. Tabla 711. Servicio brindado de los colaboradores Servicio de los colaboradores Muy bueno 58 Bueno 256 Regular 15 Deficiente 29 Fuente: Elaboración propia 5. Cómo considera la ética en el manejo del portal? El manejo del portal es considerado muy bueno y bueno por 97 encuestados y 187 respectivamente. Esto representa el 25,3% y el 48,7% en cada uno de los casos. Por otro parte 100 personas plantean la ética es regular y deficiente, de ellos 60 y 40. Se debe tener en cuenta que esta última cifra no es despreciable, pues representa el 20,04%, y en cuestiones éticas esto no es nada despreciable. Es un elemento para tener en cuenta y que puede ser estudiado de manera independiente. Tabla 812. Ética en el manejo del portal. Ética en el manejo del portal Muy bueno 97 Bueno 187 Regular 60 Deficiente 40 Fuente: Elaboración propia 6. ¿Cómo califica la profesionalidad de los colaboradores que interactúan en los procesos de reclutamiento en redes sociales? La profesionalidad de los colaboradores está bastante bien calificada, nadie plantea que la misma sea deficiente, 101 encuestados la califican como regular para un 26.3%, el que se puede considerar bajo, aunque siempre se deben tener en cuenta este tipo de opiniones para realizar capacitaciones a los reclutadores y otras acciones que se consideren pertinentes. Por el contrario, 183 personas, consideran la profesionalidad como buena y 74 como muy buena. Esto representa el 64,4% y el 19,27% respectivamente. En total 257 consideran que los reclutadores son profesionales. Tabla 913. Profesionalidad de los reclutadores Profesionalidad de los colaboradores Muy bueno 74 Bueno 183 Regular 101 Deficiente 0 7. ¿Cómo cataloga la calidad y claridad de la información? La claridad y calidad en la información es catalogada de muy buena por 84 encuestados, de buena por 190, regular 69 y deficiente 28. Esto representa el 21,88%, 49,48%, 17,97% y 7,29% respectivamente. Se debe notar que 97 de los encuestados catalogan los aspectos anteriores como regular y deficiente, aspecto que debe ser objeto de análisis, pues en este tipo de reclutamiento mediante redes sociales, los agentes responsables deben ser capaces de ofrecer toda la información necesaria y esta debe ser clara y precisa, pues es la forma en la que los interesados tendrán toda la información que necesiten y puedan tomar decisiones respecto a la plaza que desean aplicar. Tabla 1014. Calidad y claridad de la información. Calidad y claridad de la información Muy bueno 84 Bueno 190 Regular 69 Deficiente 28 8. ¿Su tiempo de espera fue razonable? En su mayoría los resultados plantean que el 61,41% consideran que el tiempo de espera fue razonable, esto representa a 255 encuestados. Por otro lado 129 dicen que su tiempo de espera no fue el que esperaban. Esto refleja cierta inconformidad con el tiempo de espera, lo que puede implicar 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 la misma, por otras razones. Tabla 1115. Calidad y claridad de la información. Tiempo de espera razonable Si 255 No 129 9. ¿Considera que

100%

MATCHING BLOCK 4/13

W

el conocimiento de las redes sociales por parte de las empresas reclutadoras es influyente a la hora de realizar convocatorias para los procesos de selección?

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 número no despreciable de personas, 101, plantean no tener opinión y 14 están en desacuerdo con el planteamiento. Esto denota un desconocimiento considerable de este aspecto por parte de las personas que acceden a las redes sociales para aplicar a puestos de trabajo. Ellos no saben el conocimiento que tiene el personal de las empresas que se ocupa del reclutamiento por redes sociales, de las mismas. Tabla 1216. Conocimiento de redes sociales para el reclutamiento. Conocimiento de las redes sociales reclutadores Muy de acuerdo 100 De acuerdo 156 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 101 En desacuerdo 14 10. ¿

85%**MATCHING BLOCK 7/13****W**

El conocimiento de las redes sociales por parte de los futuros candidatos, ayuda a que estos tengan más opciones de conseguir algún empleo?

El conocimiento de las redes por parte de los que aplican a los empleos, ofreciendo mejores oportunidades a estos, es considerado como una ayuda por 259 encuestados para un 67,45%. Por el contrario, hay 71 personas que no tienen criterio y 41, que no coinciden con la afirmación anterior, para un 18,5% y un 10,7% respectivamente. Es evidente que muchos consideran que es una ventaja para aplicar a trabajos ofertados por redes sociales, conocer las mismas, aunque para algunos esto no es representativo. Tabla 1317. Conocimiento de las redes sociales como oportunidad. Conocimiento de las redes clientes

80%**MATCHING BLOCK 5/13****W**

Muy de acuerdo 58 De acuerdo 201 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 71 En desacuerdo 41 11. ¿Cree que el uso de las redes sociales en el reclutamiento del personal cumple un rol importante en el proceso de selección?

En este aspecto 227 encuestados están muy de acuerdo o de acuerdo, para un 59,1%, existen 101 que no aportan ningún criterio y 43 que están en desacuerdo. Estos dos últimos representan el 26,3% y 11,2% respectivamente. Es muy significativo que 101 encuestados no tengan ningún criterio al respecto y que existan quienes consideren que el conocimiento en los reclutadores de las redes sociales no juega un importante papel en el proceso de selección, pues debe ser un requisito para poder ser reclutador por redes sociales, tener un buen conocimiento de estas. Tabla 1418. Rol de conocimientos en redes sociales por parte de reclutadores. Rol redes sociales en reclutamiento

85%**MATCHING BLOCK 6/13****W**

Muy de acuerdo 71 De acuerdo 156 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 101 En desacuerdo 43 12. ¿Piensa que el uso de las redes sociales como medio de reclutamiento puede ser beneficioso para la imagen de la empresa con respecto a otras que no lo hagan?

En este aspecto, de los que dan su criterio, la mayoría plantea estar muy de acuerdo o de acuerdo con que el reclutamiento mediante las redes sociales, benefician la imagen de la empresa. En este caso se encuentran 100 y 116 encuestados respectivamente, para un 26,04% y un 30,21%. Del resto de participantes en la encuesta, 27 plantean no estar de acuerdo con esta afirmación, para un 7,03%. El resto, que representan 128 encuestados, no tienen criterio al respecto. Es significativo que tantos encuestados no presenten ningún criterio al respecto, pues reclutar a través de las redes sociales, puede darle visibilidad a la empresa y esto contribuir a que se fortalezca su imagen y esté por encima de otras empresas, que tienen otras formas de reclutar, en el mercado. Tabla 1519. Beneficios del reclutamiento por redes sociales para las empresas. Beneficio de redes sociales

83%**MATCHING BLOCK 10/13****W**

Muy de acuerdo 100 De acuerdo 116 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 128 En desacuerdo 27 13. ¿Cree que el uso de las redes sociales por parte de las empresas reclutadoras ayuda a que estas tengan un ahorro de tiempo y de dinero?

De los

encuestados 71 plantean estar muy de acuerdo, 172 están de acuerdo, 113 no tienen criterio al respecto y 15 están en desacuerdo. Estos valores representan el 18,49%, 44,79%, 29,43% y el 3,91% respectivamente. Es evidente que un gran número de encuestados piensa que el reclutamiento por redes sociales ahorra tiempo y dinero a las empresas, aunque existe un grupo de encuestados que no da ningún criterio, no estando claro si es que no saben realmente o que no tienen la información necesaria para dar un determinado juicio al respecto. Tabla 1620. Optimización de recursos mediante el reclutamiento por redes sociales. Ayuda del uso de las redes sociales

82%

MATCHING BLOCK 8/13

W

Muy de acuerdo 71 De acuerdo 172 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 113 En desacuerdo 15 14. ¿Piensa que las competencias de los encargados de recursos humanos son importantes para la correcta aplicación de las estrategias de selección en los potenciales candidatos?

Los encuestados en su mayoría están de acuerdo o muy de acuerdo en que las competencias de los encargados de los recursos humanos influyen en la aplicación de estrategias de contratación de los candidatos. Solo 26 plantean que están en desacuerdo con esta afirmación, mientras que 154 están muy de acuerdo y 103 de acuerdo. Existen 88 personas que no tienen criterio en este tema. Se puede resumir que un 67% coincide con la afirmación y solo un 6,7 no está de acuerdo con la misma. Son importantes las competencias de los encargados de recursos humanos, pues a partir de ellas se aplican correctamente las estrategias para la contratación del personal, seleccionando los mejores candidatos, acorde a los puestos requeridos. Tabla 1721. Competencias de reclutadores. Competencias de los encargados de recursos humanos Muy de acuerdo 154 De acuerdo 103 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 88 En desacuerdo 26

Análisis general de los resultados de la encuesta a los usuarios En esta encuesta, realizada a las personas que pueden optar por aplicar a plazas mediante las redes sociales, es significativa la cantidad de encuestados en muchas de las preguntas plantean no tener criterio al respecto de lo que se pregunta. Muchos se quejan de los tiempos de respuesta, creen que los reclutadores no son los suficientemente profesionales y que conocer las redes sociales no da muchas ventajas a la hora que obtener plazas. Sin embargo, también en muchos casos plantean que las empresas ahorran tiempo y dinero reclutando mediante redes sociales y que las mismas se dan a conocer en el mercado mediante este tipo de reclutamiento.

También muchos encuestados consideran que el conocimiento de las redes sociales por parte de las empresas influye en los procesos de contratación de estas, pues conocer estos mecanismos facilitan el proceso. También es importante el manejo ético del portal, considerado por muchos como muy bueno, pero es de notar que un número no despreciable de encuestados tiene dudas al respecto, lo que requiere de un análisis por parte de estas empresas. Se debe señalar, además que el servicio de los colaboradores es catalogado por una gran mayoría de encuestados como muy bueno y bueno, lo que aporta de una manera positiva al proceso de reclutamiento. Los portales virtuales de Facebook y LinkedIn, en gran parte, cumplieron con los plazos comprometidos, para la entrega de resultados acordados, cuestión que satisface mucho a los encuestados. Análisis de los resultados de las encuestas en las empresas. Se encuestan en las empresas antes mencionadas 46 hombres y 40 mujeres, lo que corresponde al 53,4% y al 46,6% respectivamente. Estos cumplen diferentes funciones dentro de las mismas, las que se precisan posteriormente. Tabla 1822. Distribución por sexo. Sexo Masculino 46 Femenino 40 Esto se puede visualizar también en la siguiente figura.

Sexo

Masculino Femenino 46 40

Figura 23. Sexo de encuestados. Dentro de los encuestados 15 tienen estudios de bachillerato, 50 tienen tercer nivel y 21 el cuarto nivel.

Tabla 1923. Nivel de estudios Nivel de estudios Bachillerato 15 Tercer nivel 50 Cuarto nivel 21

Nivel de estudios

Bachillerato Tercer nivel Cuarto nivel 15 50 21

Figura 34. Nivel de enseñanza.

El área de desempeño de los encuestados es la siguiente: 30 encuestados son jefes de áreas, la misma cantidad trabaja en talento humano y 26 son gerentes de las empresas. Tabla 2024. Áreas de desempeño. Área de desempeño Jefe de área 30 Talento Humano 30 Gerente 26

Área de desempeño

Jefe de área Talento Humano Gerente 30 30 26

Figura 45. Áreas de desempeño.

1. ¿Forma parte de la red social Facebook o LinkedIn? Solo tres de los 86 encuestados no forman parte de las redes sociales, esto solo representa el 3% de los encuestados, lo que no resulta significativo para el objetivo de esta encuesta. Tabla 2125. Ser parte de las redes sociales. Redes Sociales Si 83 No 3

Presencia en redes sociales de las empresas

Si No 83 3

Figura 56. Presencia en las redes sociales. Fuente: Elaboración propia 2. ¿Utiliza LinkedIn en el proceso de reclutamiento, publicar vacantes y encontrar candidatos? De los encuestados, 15 siempre usan la red social LinkedIn para el reclutamiento, para un 23,25%; 45 la usan a veces, representando el 52,32% y 26 no la usan nunca. Siendo el 30,23%. Es des notar que más del 80% de las empresas no usan o usan muy poco esta red para reclutar al personal que necesitan, 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, pero no es aprovechada por estas empresas. Tabla 2226. Uso de la red LinkedIn para reclutar personal. Uso de LinkedIn Siempre 15 A veces 45 Nunca 26

Uso de red LinkedIn

Siempre A veces Nunca 15 45 26

Figura 67. Uso de la red LinkedIn para reclutar personal.

3. ¿Utiliza Facebook en el proceso de reclutamiento, publicar vacantes y encontrar candidatos? Esta es otra red que no tiene gran utilización entre las empresas de la Economía Popular y Solidaria, 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, para un 24,41% y un 41,86% respectivamente. Esto muestra que este tipo de empresa no utiliza adecuadamente las posibilidades que brindan las redes sociales. Tabla 2327. Uso de la red social Facebook en el reclutamiento. Uso de Facebook Siempre 29 A veces 36 Nunca 21

Uso de la red social Facebook

Siempre A veces Nunca 29 36 21

Figura 78. Uso de la red social Facebook en el reclutamiento.

4. ¿Para qué son utilizadas las redes sociales Facebook y LinkedIn 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 de estos y 30 para atraer candidatos principales. En general las redes sociales son usadas para atraer clientes y seleccionar mejores candidatos para los puestos que ofertan. Tabla 2428. Uso de redes sociales en el proceso de selección Uso de Redes Sociales Tener mejores candidatos 10 Ampliar el número de candidatos 25 Atraer candidatos potenciales 30

Uso de redes sociales en el proceso de selección

Tener mejores candidatos Ampliar el número de candidatos Atraer candidatos potenciales 10 25 30

Figura 89. Uso de redes sociales en el proceso de selección.

5. ¿Cuál es el medio más utilizado para publicación de ofertas laborales?

Las empresas pertenecientes a la Economía Popular Solidaria usan las redes sociales, bolsas de trabajo, periódicos y la radio. De las mismas, 47 usan más las redes sociales, 27 las bolsas de trabajo y 6 el periódico y la radio respectivamente. Esto representa el 54,6%, 31,4%, 6,9% y 6,9% respectivamente. De todos los medios los más utilizados son la bolsa de trabajo y las redes sociales, el periódico y la radio son los menos usados, pues en la actualidad no son tan efectivos y no llegan a la misma cantidad de personas que las redes sociales y las bolsas de empleo que de cierta manera también se publicitan en las redes sociales. Tabla 2529. Medios utilizados por las empresas. Medios utilizados Redes sociales 47 Bolsa de trabajo 27 Periódico 6 Radio 6

Medios utilizados

Redes sociales Bolsa de trabajo Periodico Radio 47 27 6 6

Figura 910. Medios utilizados por las empresas.

6. ¿Cómo se comportó el número de candidatos reclutados por las redes sociales Facebook y LinkedIn, en comparación a los convocados por medios físicos?

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 que se usan también otros canales de reclutamiento Tabla 2630. Efectividad de las redes sociales en el reclutamiento. Reclutados por RS Muy alto 19 Alto 36 Bajo 23 Muy bajo 8

Reclutados por RS

Muy alto Alto Bajo Muy bajo 19 36 23 8

Figura 1011. Efectividad de las redes sociales en el reclutamiento.

7. ¿Cómo fue la calidad de los perfiles reclutados por las redes sociales Facebook y LinkedIn, en comparación a los convocados por medios físicos? 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. 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.

Tabla 2731. Calidad de los reclutados Calidad de Reclutados Excelente 13 Muy bueno 47 Bueno 20 Regular 6 Malo 0

Calidad de Reclutados

Excelente Muy bueno Bueno Regular Malo 13 47 20 6 0

Figura 1112. Calidad de los reclutados en redes sociales.

8. ¿

100%

MATCHING BLOCK 9/13

W

Cuál es la principal razón que lleva a una empresa a utilizar las redes sociales como fuente de reclutamiento?

La principal razón que lleva a una Empresa de Economía Popular y Solidaria 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. 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 de para encontrar gran cantidad de potenciales candidatos, además que son tendencia en la actualidad y llegan a muchas personas. Tabla 2832. Razones para el uso de las redes sociales. Razón para el uso de RD Potenciales candidatos 19 Reducir costos 12 Mejorar procesos 30 Nuevas tendencias 13 Fáciles de usar 12

Razones de uso de las redes sociales

Potenciales candidatos Reducir costos Mejorar procesos Nuevas tendencias Fáciles de usar 19 12 30 13 12

Figura 1213. Razones para el uso de las redes sociales.

Análisis general de los resultados de la encuesta a las empresas Como se dijo con anterioridad más del 80% de las empresas no usan adecuadamente las redes sociales para reclutar al personal que necesitan, no utilizando adecuadamente las posibilidades que brindan estas. De manera general son usadas para atraer clientes y seleccionar mejores candidatos. A pesar de lo anteriormente expuesto, cuando las redes sociales son utilizadas por estas empresas, estas se usan para atraer clientes y seleccionar candidatos idóneos. Estas empresas utilizan en gran medida la bolsa de trabajo para el reclutamiento y algunas de ellas las redes sociales. No se usan en gran medida el periódico y la radio ya que no tienen el mismo alcance de las redes sociales y las bolsas de empleo. 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. 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 de para encontrar gran cantidad de potenciales candidatos, además que son tendencia en la actualidad y llegan a muchas personas.

ANÁLISIS CORRELACIONAL

El objetivo es identificar la relación entre las variables redes sociales y reclutamiento de personal, para lo cual se procedió a agrupar en las dimensiones correspondientes a cada una de ellas. La variable redes sociales, según el análisis en la tabla 33 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 más cercano a 0,5 que a 1. Tabla 2933. Estudio de correlación. 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 Fuente: SPSS

Se han planteado las siguientes hipótesis: H0: El uso de las redes sociales Facebook y LinkedIn, no están relacionadas con la efectividad del proceso de contratación de personal. H1: 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, que tiene distribución de probabilidad del mismo nombre, 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. Se usa para probar la asociación entre dos variables utilizando una situación hipotética y datos simulados. Su uso es para evaluar cuán buena puede resultar una distribución teórica, cuando pretende representar la distribución real de los datos de una muestra determinada. Es ver en qué medida se ajustan los datos observados a una distribución teórica o esperada. Para esto, se utiliza una segunda situación hipotética y datos simulados. La prueba de independencia de ji cuadrado es una prueba estadística de hipótesis que se usa para determinar si dos variables categóricas o nominales pueden estar o no relacionadas. Teóricamente se utiliza la siguiente fórmula:

Donde: f_0 : frecuencia observada f_t : frecuencia teórica 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 34)

Tabla 3030. Pruebas de Independencia Prueba Estadístico Gl Valor-P Chi-Cuadrada 17,056 7 0,0170 Fuente: SPSS 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 nuevos talentos. CITATION DeO21 \l 3082 (De Olim Medina, 2021) El reclutamiento mediante las redes sociales trae beneficios a empleadores y buscadores de empleo en términos de ahorro de tiempo, ahorro de costos, reducción del trabajo administrativo y operativo, monitoreo de calidad y disponibilidad de candidatos, según los resultados de estudio realizados las redes sociales permiten el flujo rápido y eficiente de grandes cantidades de información sobre el futuro colaborador CITATION Gar161 \l 3082 (García Perelló, 2016). 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. También permite una mayor presencia y filiación corporativa. 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 CITATION Tum18 \l 3082 (Tumbaco Bourne, 2018) Las redes sociales se pueden convertir paulatinamente en un instrumento que promueva y active 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 CITATION Oso20 \l 3082 (Osorio Perdomo, 2020) A pesar de todo lo expuesto aquí, es necesario destacar que no son las Empresas de la Economía Popular y solidaria 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 CITATION Gar16 \l 12298 (García Castro y otros, 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. De la misma manera, el reclutador puede realizar averiguaciones acerca de los candidatos y valorar de mejor manera su perfil, encontrando también recomendaciones de colegas y compañeros de trabajo. Esta forma de reclutamiento también permite poder seleccionar a buenos profesionales y tener una comunicación directa con ellos, en caso de considerarlo necesario

CONCLUSIONES 1. Se realizó un estudio teórico de las redes sociales existentes y su importancia en el reclutamiento de personal en las empresas

2. Se aplicó una encuesta a los empleadores de las Instituciones pertenecientes a la Economía Popular y Solidaria y a los posibles candidatos a ocupar las plazas en estas empresas. 3. 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. 4. Muchos clientes consideran que no reciben la respuesta en el tiempo adecuado, así como la información adecuada por parte de los reclutadores. 5. A pesar de que se conoce lo conveniente de las redes sociales para el reclutamiento del personal en cuanto a costos, conocimiento de los candidatos, la administración del tiempo y otros 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. 6. 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.

1.
Las empresas de la Economía Popular y Solidaria del cantón Ambato deben tener más en cuenta a las redes sociales para el reclutamiento de su personal, por todas las ventajas que las mismas presentan para estas empresas, incluyendo su reconocimiento. 2. Es necesario comenzar un proceso de capacitación y entrenamiento al personal del área de talento humano de las empresas objeto de estudio que permita fortalecer el uso de las redes sociales para los procesos de contratación del personal. 3. Se debe establecer la normativa adecuada que permita adaptar los procesos de selección integrando los métodos tradicionales con el uso de las redes sociales que le permitirían una mejora en el proceso. 4. Los procesos implementados para el uso de las redes sociales en la contratación del personal en las empresas de la Economía Popular y Solidaria en la provincia d del cantón Ambato deben tener en cuenta una retroalimentación que permita evaluar los resultados y tomar acciones correctivas en caso de ser necesario.

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, Facultad de Ciencias Psicológicas, Guayaquil, Ecuador.
- 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.
- 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/https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.108111>
- Olim Medina, A. M. (2021). Utilidad de las redes sociales profesionales en le proceso de reclutamiento respecto a los medios convencionales. Pregrado, Universidad de la Laguna, Facultad de Derecho, Tenerife, España. 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/doi:10.21511/ppm.20\(3\).2022.02](https://doi.org/doi:10.21511/ppm.20(3).2022.02)
- García Castro, P. E., Gatica Barrientos, M. L., Cruz Sosa, E. R.,

61%

MATCHING BLOCK 13/13

W

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).

García Perelló, M. D. (2016). Percepción de las redes sociales. Tesis de pregrado, Universidad Rafael Landívar, Facultad de Humanidades, Guatemala. García Rodriguez, C. (2017). Reclutamiento y selección a través de redes sociales y plataformas digitales. Tesis de Pregrado, Universidad de Sevilla, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Sevilla, España.

Habachi, M., Noura, 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/doi:10.21511/ppm.20\(3\).2022.02](https://doi.org/doi: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. México: McGraw-Hill. INEC. (31 de marzo de 2021). Instituto Nacional de Estadísticas y Censos . Obtenido de Ecuador en Cifras: 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/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.

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.

Marín Diaz, 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.

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.

Osoño 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.

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.

Rodríguez Araneda, M. J., Navarrete Moraga, R., & Bargsted Aravena, M. (2017). Problemas éticos y consecuencias reconocidas por psicólogos nóveles en reclutamiento y selección del personal. *Psicoperspectivas*, 16(3), 164-176.

Rodríguez Ponce, A. P. (2020). Estudio de los factores que originan la rotación del personal. Caso: ECUATRAN S.A. Tesis de Grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, sede Ambato, Ingeniería Comercial, Ambato, Ecuador.

SEPS. (2022). Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria. Obtenido de <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*. Obtenido de <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.

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/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, Escuela Profesional de Administración, Puno, Perú.

Tumbaco Bourne, N. R. (2018). Redes sociales como fuente de reclutamiento para las áreas de recursos humanos. Tesis de maestría, Universidad Espíritu Santo, Facultad de Postgrados, Guayaquil, Ecuador.

83%

MATCHING BLOCK 11/13

SA

2527-9792-1-RV.docx (D119897381)

Uniandes EPISTEME. ISSN 1390-9150/ Vol. XX / Nro. XX / enero-abril / Año. XXXX / pp. XX-XX Rengel Cevallos, Chávez Yépez

100%

MATCHING BLOCK 12/13

SA

2527-9792-1-RV.docx (D119897381)

Uniandes EPISTEME. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación ISSN 1390-9150/ Vol. XX / Nro. XX / enero-abril / Año. XXXX / pp. XX-XX 1

Licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.
 1 Licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional
 1 Licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.
 Sexo
 Masculino Femenino 46 40
 Uso de la red social Facebook
 Siempre A veces Nunca 29 36 21
 Reclutados por RS
 Muy alto Alto Bajo Muy bajo 19 36 23 8
 Forma parte de las redes sociales
 Si No 384 0
 Uso de red LinkedIn
 Siempre A veces Nunca 15 45 26
 Presencia en redes sociales de las empresas

Si No 83 3

Medios utilizados

Redes sociales Bolsa de trabajo Periodico Radio 47 27 6 6

Área de desempeño

Jefe de área Talento Humano Gerente 30 30 26

Razones de uso de las redes sociales

Potenciales candidatos Reducir costos Mejorar procesos Nuevas tendencias Fáciles de usar 19 12 30 13 12

Uso

de redes sociales en el proceso de selección

Tener mejores candidatos Ampliar el número de candidatos Atraer candidatos potenciales 10 25 30

Nivel de estudios

Bachillerato Tercer nivel Cuarto nivel 15 50 21

Calidad de Reclutados

Excelente Muy bueno Bueno Regular Malo 13 47 20 6 0

Hit and source - focused comparison, Side by Side

Submitted text As student entered the text in the submitted document.

Matching text As the text appears in the source.

1/13	SUBMITTED TEXT	21 WORDS	73% MATCHING TEXT	21 WORDS
	Recibido: dd/mm/aaaa Aprobado: dd/mm/aaaa Como citar en normas APA el artículo: Rengel Cevallos, L. R., y Chávez Yépez, H. F. (2022).			Recibido: dd/mm/aaaa Aprobado: dd/mm/aaaa Como citar en normas APA el artículo: Cepeda Jara, V.R., Chávez Yépez, H. F.,
	SA 2527-9792-1-RV.docx (D119897381)			
2/13	SUBMITTED TEXT	24 WORDS	92% MATCHING TEXT	24 WORDS
	necesidades empresariales que van desde: capacitaciones virtuales, administradores de tareas, comunicación, entrevistas online, plataformas de base de datos de candidatos, software, etc. Las			
	SA submission.docx (D74842962)			
3/13	SUBMITTED TEXT	13 WORDS	100% MATCHING TEXT	13 WORDS
	las Instituciones Financieras de la Economía Popular y Solidaria del cantón Ambato			
	SA submission.docx (D74842962)			
4/13	SUBMITTED TEXT	25 WORDS	100% MATCHING TEXT	25 WORDS
	el conocimiento de las redes sociales por parte de las empresas reclutadoras es influyente a la hora de realizar convocatorias para los procesos de selección?			El conocimiento de las redes sociales por parte de las empresas reclutadoras es influyente a la hora de realizar convocatorias para los procesos de selección 3.
	W https://1library.co/article/instrumentos-impacto-redes-sociales-estrategias-selecci%C3%B3n-recurs...			

5/13	SUBMITTED TEXT	195 WORDS	80% MATCHING TEXT	195 WORDS
<p>Muy de acuerdo 58 De acuerdo 201 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 71 En desacuerdo 41 11. ¿Cree que el uso de las redes sociales en el reclutamiento del personal cumple un rol importante en el proceso de selección?</p> <p>W https://1library.co/article/instrumentos-impacto-redes-sociales-estrategias-selecci%C3%B3n-recurs ...</p>		<p>Muy de acuerdo [] De acuerdo [] Indiferente [] En desacuerdo [] Muy en desacuerdo 4. Cree que el uso de las redes sociales en el reclutamiento del personal cumple un rol importante en el proceso de selección []</p>		
6/13	SUBMITTED TEXT	202 WORDS	85% MATCHING TEXT	202 WORDS
<p>Muy de acuerdo 71 De acuerdo 156 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 101 En desacuerdo 43 12. ¿Piensa que el uso de las redes sociales como medio de reclutamiento puede ser beneficioso para la imagen de la empresa con respecto a otras que no lo hagan?</p> <p>W https://1library.co/article/instrumentos-impacto-redes-sociales-estrategias-selecci%C3%B3n-recurs ...</p>		<p>Muy de acuerdo [] De acuerdo [] Indiferente [] En desacuerdo [] Muy en desacuerdo 5. Piensa que el uso de las redes sociales como medio de reclutamiento puede ser beneficioso para la imagen de la empresa con respecto a otras que no lo hagan []</p>		
7/13	SUBMITTED TEXT	23 WORDS	85% MATCHING TEXT	23 WORDS
<p>El conocimiento de las redes sociales por parte de los futuros candidatos, ayuda a que estos tengan más opciones de conseguir algún empleo?</p> <p>W https://1library.co/article/instrumentos-impacto-redes-sociales-estrategias-selecci%C3%B3n-recurs ...</p>		<p>El conocimiento de las redes sociales por parte de los futuros candidatos con relación a las websites de empleabilidad ayuda a que estos tengan más opciones de conseguir algún empleo []</p>		
8/13	SUBMITTED TEXT	198 WORDS	82% MATCHING TEXT	198 WORDS
<p>Muy de acuerdo 71 De acuerdo 172 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 113 En desacuerdo 15 14. ¿Piensa que las competencias de los encargados de recursos humanos son importantes para la correcta aplicación de las estrategias de selección en los potenciales candidatos?</p> <p>W https://1library.co/article/instrumentos-impacto-redes-sociales-estrategias-selecci%C3%B3n-recurs ...</p>		<p>Muy de acuerdo [] De acuerdo [] Indiferente [] En desacuerdo [] Muy en desacuerdo 8. Piensa que las competencias de los encargados de recursos humanos son importantes para la correcta aplicación de las estrategias de selección en los potenciales candidatos []</p>		
9/13	SUBMITTED TEXT	19 WORDS	100% MATCHING TEXT	19 WORDS
<p>Cuál es la principal razón que lleva a una empresa a utilizar las redes sociales como fuente de reclutamiento?</p> <p>W https://1library.co/article/instrumentos-impacto-redes-sociales-estrategias-selecci%C3%B3n-recurs ...</p>		<p>Cuál es la principal razón que lleva a una empresa a utilizar las redes sociales como fuente de reclutamiento (</p>		

10/13	SUBMITTED TEXT	199 WORDS	83% MATCHING TEXT	199 WORDS
	Muy de acuerdo 100 De acuerdo 116 Ni de acuerdo ni en desacuerdo 128 En desacuerdo 27 13. ¿Cree que el uso de las redes sociales por parte de las empresas reclutadoras ayuda a que estas tengan un ahorro de tiempo y de dinero?		Muy de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Muy en desacuerdo 56 6) Cree que el uso de las redes sociales por parte de las empresas reclutadoras ayuda a que estas tengan un ahorro de tiempo y de dinero. 1 2 3 4	
	W https://repositorio.usil.edu.pe/bitstreams/06f26e7e-2741-43b0-8019-0128ec61386e/download			

11/13	SUBMITTED TEXT	41 WORDS	83% MATCHING TEXT	41 WORDS
	Uniandes EPISTEME. ISSN 1390-9150/ Vol. XX / Nro. XX / enero-abril / Año. XXXX / pp. XX-XX Rengel Cevallos, Chávez Yépez		Uniandes EPISTEME. ISSN 1390-9150/ Vol. XX / Nro. XX / enero-abril / Año. XXXX / pp. XX-XX Cepeda Jara; Chávez Yépez;	
	SA 2527-9792-1-RV.docx (D119897381)			

12/13	SUBMITTED TEXT	24 WORDS	100% MATCHING TEXT	24 WORDS
	Uniandes EPISTEME. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación ISSN 1390-9150/ Vol. XX / Nro. XX / enero-abril / Año. XXXX / pp. XX-XX 1		Uniandes EPISTEME. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación ISSN 1390-9150/ Vol. XX / Nro. XX / enero-abril / Año. XXXX / pp. XX-XX	
	SA 2527-9792-1-RV.docx (D119897381)			

13/13	SUBMITTED TEXT	36 WORDS	61% MATCHING TEXT	36 WORDS
	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).		Luis Gatica, K. Vargas Hernández, R. Hernández García, J. Ramos Velázquez VA. Macías Procesos de reclutamiento y las redes sociales. Revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo.	
	W https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/47204/TFG-L2859.pdf?sequence=1&isAllowed=y			