



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

TRABAJO DE GRADO

Presentado para optar al título de:

LICENCIADO EN RELACIONES INDUSTRIALES (INDUSTRIÓLOGO)

Título:

**Prácticas de Reclutamiento 2.0 aplicadas por Consultoras de RRHH versus
empresas del sector Farmacia en Caracas**

Realizado por:

Fernández Zamora, Jefferies

Profesor guía:

Briceño Molina, Estefanía

RESULTADO DEL EXAMEN:

Este Trabajo de Grado ha sido evaluado por el Jurado Examinador y ha obtenido la calificación de : _____ () puntos.

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Caracas, ____ de _____ de ____

FICHA RESUMEN DEL TRABAJO DE GRADO

CÓDIGO* (para ser llenado por la secretaría de la escuela)	
TÍTULO (máximo 120 caracteres)	PRÁCTICAS DE RECLUTAMIENTO 2.0 APLICADAS POR CONSULTORAS DE RRHH VERSUS EMPRESAS DEL SECTOR FARMACIA EN CARACAS
TUTOR	Briceño Molina, Estefanía
AUTOR(ES)	Fernández Zamora, Jefferies Oscar
ÁREA	Reclutamiento y Selección
NÚMERO DE PÁGINAS	70 paginas
TEORÍA (S) EXPLICATIVA(S)	El Talento está en la Red, Díaz (2010)
TIPO DE INVESTIGACION	Investigación de tipo descriptiva.
TIPO DE DISEÑO	No experimental.
POBLACIÓN	Empresas de Consultoría de RRHH en el Área Metropolitana de Caracas que apliquen herramientas de Reclutamiento 2.0, así como empresas del sector Farmacia
TIPO DE MUESTREO	Muestreo no probabilístico, de tipo intencional o de conveniencia
MUESTRA	4 Empresas de Consultoría de RRHH en el Área Metropolitana de Caracas y 4 Empresas del Sector Farmacia en el Área Metropolitana de Caracas
UNIDAD DE ANÁLISIS	Persona de RRHH encargada del proceso de Reclutamiento y Selección dentro de las Empresas Seleccionadas
VARIABLES	Variable Independiente: Herramientas de Reclutamiento 2.0. Variable Dependiente: Planificación del proceso de Reclutamiento 2.0, Ejecución del proceso de Reclutamiento 2.0, Evaluación del proceso de Reclutamiento 2.0 y Aspectos Generales de la Estructura
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	Cuestionario de preguntas cerradas.
RESUMEN (Máximo 25 líneas)	La tecnología cada día se convierte en una parte fundamental de nuestras vidas, en el mundo empresarial, no es nada diferente, las organizaciones actuales, logran la inversión de recursos para mejorar su ventaja competitiva dentro del mercado y finalmente lograr reclutar a los mejores candidatos, lo que a su vez permite optimizar los procesos y obtener mayor efectividad, es por eso

	que surge el interés de este estudio, cuyo objetivo fundamental es analizar las prácticas de Reclutamiento 2.0 que están aplicando consultoras de Recursos Humanos versus empresas del sector Farmacia, a fin de identificarlas, describirlas, compararlas y explicar las diferencias entre las mismas. La Web 2.0 es una herramienta poderosa y novedosa que presta un apoyo fundamental en el proceso de Reclutamiento y Selección. Las consultoras de Recursos Humanos, proporcionan el talento a través de una dinámica distinta, las mismas, son hoy en día, el enlace que existe entre el candidato y la empresa, mientras que las Empresas del sector Farmacia se encuentran en la búsqueda continua de los mejores candidatos, el motivo de esta comparación es describir aspectos en común que puedan observarse en empresas con distintos fines, es por eso que a través de un estudio de diseño no experimental de tipo transeccional se buscará identificar, describir y comparar las prácticas de Reclutamiento 2.0 que están desarrollando las mismas en un periodo de tiempo determinado, la presente investigación es de carácter descriptivo debido a que pretende identificar y caracterizar la variable de estudio, el instrumento seleccionado para recolectar la información, será un cuestionario, el cual de forma detallada expondrá los datos necesarios que serán procesados a través de la estadística descriptiva para lograr un correcto análisis de resultados y lograr los objetivos propuestos. Esta investigación pretende ser de gran importancia, porque permitirá conocer a fondo cuáles son las prácticas que se están implementando por una muestra seleccionada de empresas consultoras de Recursos Humanos en materia de Reclutamiento 2.0 actualmente versus una muestra de empresas del Sector Farmacia, comparándolas posteriormente con métodos de Reclutamiento tradicionales. Palabras claves: Reclutamiento 2.0, Web 2.0, Redes Sociales, Consultoría RRHH, Sector Farmacia.
--	--

DEDICATORIA

A mi abuela, por ser mi principal motivación

A mis padres, por ser mi pilar fundamental y mi razón de vida, por haber dedicado su tiempo a enseñarme la constancia y la disciplina, y sobre todo, por haberme dado la oportunidad de formar parte de esta casa de estudios, sin ustedes, nada de esto sería posible.

A mi hermana, por ser mi modelo a seguir, por enseñarme que no importa que tan difícil sea algo, si se tiene constancia, siempre se puede lograr.

A mis amigos, por crear recuerdos durante estos últimos años que se quedaran de por vida, gracias Fabiola, Mariam, y Oriana por estos años

A Estefanía Briceño, por aceptar ser la tutora el proyecto, por sus conocimientos, su paciencia, sabiduría y todas las correcciones realizadas.

A ti, Dos Ramos, por enseñarme que siempre se puede seguir adelante superando las dificultades, por ser mi modelo a seguir y mi apoyo durante todo este tiempo, por los detalles, la constancia y el tiempo.

Jeff

AGRADECIMIENTOS

A mi tutora, Estefanía Briceño, por haber sido mi guía durante este recorrido, por apoyar en todo momento mis decisiones y ayudarme a construir este proyecto

A Gaby Flores, por siempre haber estado como un apoyo dentro de la escuela, gracias por todos los aprendizajes.

A la profesora Hilda Ruiz, por siempre orientarme a realizar un producto de calidad, por todos sus conocimientos, y su experticia en el área.

A todas las empresas que participaron en el estudio por haber formado parte de esta investigación.

A mis amigos, por siempre estar allí cuando los necesité.

A todas esas personas que de forma directa o indirecta me apoyaron y me acompañaron en esta idea.

Jeff

INDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	10
CAPÍTULO II: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1. Objetivo General:	19
2. Objetivos específicos.....	18
CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO	20
1.1 Definición de Reclutamiento.....	20
1.2 Tipos de Reclutamiento.....	22
1.2.1 Reclutamiento Interno	22
1.2.2 Reclutamiento externo.....	23
1.3 Técnicas de Reclutamiento externo.....	23
2. Evolución de Internet y las nuevas tecnologías 2.0	25
2.1 Reclutamiento 2.0.....	26
2.2 Herramientas de Reclutamiento 2.0	27
2.3 Plan de Reclutamiento 2.0.....	28
2.4 Ventajas del Reclutamiento 2.0.....	29
2.5 Desventajas del Reclutamiento 2.0	30
CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO	31
1. Tipo de diseño.....	31
2. Tipo de investigación.....	32
3. Unidad de análisis, población y muestra	32
4. Variable de estudio: definición conceptual y operacional	33
5. Técnicas para la recolección, procesamiento y análisis de la información.....	35
6. Factibilidad	36

7. Consideraciones éticas	37
CAPÍTULO V. PRESENTACION, ANALISIS Y DISCUSION DE RESULTADOS	38
1. Planificación del Proceso de Reclutamiento 2.0	39
2. Ejecución del Proceso de Reclutamiento 2.0.....	46
3. Evaluación del Proceso de Reclutamiento 2.0	49
4. Aspectos generales de la estructura	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	557
LISTADO DE REFERENCIAS	59
ANEXO.....	62
Anexo A: Instrumento de recolección de datos.....	63

INDICE DE FIGURAS

Figura	Pág.
1. Esquema general del proceso de Reclutamiento.	22

INDICE DE TABLAS

Tabla	Pág.
1. Evaluación del proceso de reclutamiento 2.0.	50
2. Aumento de candidatos potenciales	52
3. Disminución de horas hombre en el proceso de búsqueda de candidatos	53

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	Pág.
1. Fases del proceso de Reclutamiento 2.0 (Planificación, Ejecución y Evaluación)	38
2. Planificación del proceso de reclutamiento	39
3. Factibilidad de planificación para todos los niveles de cargo.	40
4. Cargos en las que utilizan herramientas 2.0	41
5. Herramientas 2.0.....	43
6. Herramientas de procesamiento de datos.	43
7. Uso de palabras claves	44
8. Utilidad de palabras claves.....	45
9. Herramientas 2.0 en Reclutamiento externo.	46
10. Reclutamiento 2.0 versus reclutamiento tradicional	47
11. Tipos de reclutamiento externo	48
12. Costos de herramientas 2.0	49
13. Tiempos de aplicación de y utilización de herramientas 2.0.....	50
14. Aumento de candidatos potenciales	51
15. Seguridad de las herramientas 2.0.....	52
16. Confianza de las herramientas 2.0.....	53
17. Uso de <i>community manager</i>	54
18. Plataforma online propia para reclutar.	54

RESUMEN

La tecnología cada día se convierte en una parte fundamental de nuestras vidas, en el mundo empresarial, no es nada diferente, las organizaciones actuales, logran la inversión de recursos para mejorar su ventaja competitiva dentro del mercado y finalmente lograr reclutar a los mejores candidatos, lo que a su vez permite optimizar los procesos y obtener mayor efectividad, es por eso que surge el interés de este estudio, cuyo objetivo fundamental es analizar las prácticas de Reclutamiento 2.0 que están aplicando consultoras de Recursos Humanos versus empresas del sector Farmacia, a fin de identificarlas, describirlas, compararlas y explicar las diferencias entre las mismas. La Web 2.0 es una herramienta poderosa y novedosa que presta un apoyo fundamental en el proceso de Reclutamiento y Selección. Las consultoras de Recursos Humanos, proporcionan el talento a través de una dinámica distinta, las mismas, son hoy en día, el enlace que existe entre el candidato y la empresa, mientras que las Empresas del sector Farmacia se encuentran en la búsqueda continua de los mejores candidatos, el motivo de esta comparación es describir aspectos en común que puedan observarse en empresas con distintos fines, es por eso que a través de un estudio de diseño no experimental de tipo transeccional se buscará identificar, describir y comparar las prácticas de Reclutamiento 2.0 que están desarrollando las mismas en un periodo de tiempo determinado, la presente investigación es de carácter descriptivo debido a que pretende identificar y caracterizar la variable de estudio, el instrumento seleccionado para recolectar la información, será un cuestionario, el cual de forma detallada expondrá los datos necesarios que serán procesados a través de la estadística descriptiva para lograr un correcto análisis de resultados y lograr los objetivos propuestos. Esta investigación pretende ser de gran importancia, porque permitirá conocer a fondo cuáles son las prácticas que se están implementando por una muestra seleccionada de empresas consultoras de Recursos Humanos en materia de Reclutamiento 2.0 actualmente versus una muestra de empresas del Sector Farmacia, comparándolas posteriormente con métodos de Reclutamiento tradicionales.

Palabras claves: Reclutamiento 2.0, Web 2.0, Redes Sociales, Consultoría RRHH, Sector Farmacia.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las organizaciones permanentemente están buscando nuevos y mejores medios que les permitan obtener ventajas sobre sus competidores así como, optimizar sus procesos administrativos a fin de lograr no solo sobrevivir, sino ser definitivamente más eficientes, apuntalando su gestión hacia el éxito organizacional (Altamirano y Bustos, 2005).

De esta forma, las empresas deben procurar una gestión eficiente de todos sus recursos económicos, materiales, tecnológicos, financieros y humanos, siendo éste último el más importante, el que le da vida a todos los demás y el único capaz de presentar deseos de superación y formación profesional. Por ello, las organizaciones se ven obligadas a sufrir modificaciones o cambios en sus procesos administrativos con el propósito de aprovechar al máximo dichos recursos, y para ello, deben invertir en personas con potencial para innovar, crear y optimizar sus productos o servicios (Chiaventato, 2009).

Es por esto que, toda organización debe dibujar su estrategia de Recursos Humanos la cual consiste en “...expresar la utilización deliberada de las personas, con el propósito de que ayuden a la organización a ganar o mantener una ventaja sostenible frente a los competidores que se disputan el mercado” (Chiavenato, 2009, p. 4).

Chiavenato (2009) define el Reclutamiento virtual como aquel que se realiza a través de medios electrónicos y a distancia, utilizando Internet, en este sentido se puede inferir que es un proceso que no se lleva a cabo en persona y que en este caso permite que el individuo que se dirija al proceso de selección haya pasado por diversos filtros.

Al momento de hacer énfasis en esta técnica referida al Reclutamiento virtual, se debe prestar atención a una herramienta, el Internet, el cual ha logrado captar la atención de profesionales de Recursos Humanos, ubicándolo como un medio alternativo que ha sumado

importancia para efectuar el proceso de Reclutamiento en cualquier empresa (Brice y Waung, 2002).

La gestión de una base de datos de candidatos tradicional se traduce en pérdida de vigencia con el tiempo y además implica realizar un mantenimiento adecuado. Hoy en día, los sistemas de gestión integrados permiten aplicar la tecnología en los procesos de Reclutamiento y así las empresas puedan apoyarse y nutrirse de perfiles profesionales, permanentemente actualizados. Por lo tanto, el sistema de Reclutamiento 2.0 acorta los procesos de selección y busca acabar con las solicitudes de empleo cursadas en papel, que tienden a perder vigencia con el paso del tiempo (Carazo, 2011).

Debido a la continua evolución tecnológica y la incorporación de Internet, las empresas han desarrollado un medio de Reclutamiento virtual que permite reducir costos y tiempo, una mayor precisión en la búsqueda de talentos y la atracción de un mayor número de candidatos (Angulo y Martínez, 2007).

Si tomamos en cuenta lo anterior, cualquier modificación que sufra alguno de los elementos del sistema generará inmediatamente cambios y ajustes en los demás elementos que lo conforman así como, en las relaciones existentes entre ellos. De igual manera, los constantes cambios que ocurran en el entorno que lo rodea, influirán de forma determinante al propio sistema.

En tal sentido, es importante tener presente la evolución que ha tenido Internet por medio de tres fases. Según Díaz primera fase llamada Web 1.0, se caracteriza por ser sólo de lectura y no permite que el usuario interactúe con el contenido de la página, tal es el caso de las páginas principales de cada organización. La segunda fase denominada Web 2.0 o Web Social, representa una nueva forma de colaboración ya que posibilita a los usuarios interactuar con otros usuarios o cambiar contenido del sitio Web a diferencia de la Web 1.0, en donde los usuarios se limitan a la visualización pasiva de la información que se les proporcionaba. La tercera y última fase es la llamada Web 3.0, la cual es capaz de interpretar e interconectar un

mayor número de datos, lo que permite un avance en el campo del conocimiento caracterizado por el aumento de la movilidad e interactividad (Díaz, 2010).

Resumiendo, la Web 2.0 es una nueva filosofía que ha surgido gracias a que la evolución de la tecnología (ancho de banda y arquitectura modular) ha posibilitado que el usuario, además de acceder a la información, cree contenidos y aporte valor. (Fulkerson, L 2010)

Considerando que la Web 2.0 facilita la atracción de talento dada su apertura, interacción, comunicación, confianza, diversión, aprendizaje colaborativo, libertad de edición y de acción; se puede decir que un verdadero plan de Reclutamiento 2.0 debe abarcar las siguientes etapas (Díaz, 2010)

1. Identificación de los perfiles de candidatos: se debe identificar qué candidatos se quieren reclutar a través de la red.
2. Preparar las herramientas 2.0: existen múltiples herramientas que tienen aplicación en el Reclutamiento, como son

Descripción.
Blogs - Donde se publica y queda registrado según fecha de publicación. Las más populares son Wordpress, TypePad y Blogger.
Redes Sociales – Enfocado en construir relaciones con gente con intereses similares, ej. Facebook, MySpace, Friendster.
Microblogging – Difieren del blogguego tradicional porque el contenido se entrega en pequeñas cantidades de información- Ej. Twitter.
Marcadores - Permite a los usuarios compartir, organizar y buscar marcadores en la Web. Ej. Delicious y Diigo
Preguntas y respuestas – Los usuarios pueden hacer preguntas o dar respuestas al respecto. Ej. Answers. Com y YahooAnswers
Redes profesionales- Permite a profesionales recomendarse unos a otros, compartir información acerca de la industria y eventos relacionados como publicar currículos, etc. Ej. LinkedIn, Plaxo, y Viadeo.
Niche Communities - Son redes que están dirigidas a un público en específico con un tema específico (música, familia, negocios, etc.)
Email – Hay servidores de correo que se han transformado en poseer una

conexión para los contactos de email, tal es el caso de Gmail.
Comentarios – Son medios sociales para realizar comentarios en blogs a través de sitios como Disqus
Redes y blogs, son una larga colección de blogs, algunas veces compilan algunos tópicos, otros son más pequeños y fielmente enfocados a un tema. EjmGawker, B5media, 9Rules,
Comunidades de blogs – Animar a los blogueros para compartir e interactuar unos con otros, así como crear regularmente publicaciones. EjmBlogger, Live Journal.
Presentaciones, compartir presentaciones on line se está convirtiendo en una forma popular para destacarse. Hay muy buen contenido en línea que se pueden compartir con los lectores. Ej. SlideShare.
Wikis – Este tipo de medio social está destacándose bastante, donde los usuarios son los que generan contenido. El más conocido es Wikipedia.
Cualquier otro que no entre en ninguna de las categorías anteriores.

Fuente: Fulkerson citado en Briceño E (2012) Medios Sociales para la comunicación organizacional interna y externa de Recursos Humanos de empresas en Venezuela

3. Definir las palabras claves para la búsqueda de candidatos potenciales.

Díaz (2010) coincide con que las mencionadas herramientas 2.0 pueden llegar a constituir el principal canal de comunicación de la organización para los procesos de Recursos Humanos. Además agrega las ventajas de las redes sociales, especificando que éstas permiten el acceso directo a los mejores talentos de forma pasiva, creando una red de contactos para futuras búsquedas; son herramientas de la red que siempre están disponibles y permiten un ahorro de esfuerzos, tiempo y dinero.

Con el surgimiento de las herramientas 2.0 los empresarios cuentan con nuevos instrumentos que facilitan el proceso de Reclutamiento de personal, logrando así captar al mejor aspirante. Estas herramientas se encuentran en constante desarrollo, por lo que los directivos de Recursos Humanos deben ahondar en esta materia a fin de obtener mejores resultados a largo plazo (Barrios y Leañes, 2004).

En este contexto marcado por las nuevas tecnologías y los avances en la informática y las telecomunicaciones, observamos el auge de empresas consultoras dedicadas al área de Recursos Humanos.

En este contexto, una investigación de la Universidad de Chile llevada a cabo en el año 2005 con el objeto de determinar el efecto del uso de las tecnologías de información y comunicación en los diferentes procesos de Recursos Humanos en la empresa Infodema S.A., comprobó que los procesos de planeación, Reclutamiento y selección de personal han venido cambiando, tomando mayor importancia el uso de las tecnologías de información, dado que facilitan la atracción de candidatos e implican ahorro de dinero y tiempo (Altamirano y Bustos, 2005).

Otro estudio en Latinoamérica, fue el realizado por Giacomelli (2009) en la Universidad de Monterrey, el cual tuvo como objetivo determinar el impacto que tiene el uso de las tecnologías de la información en el proceso de Reclutamiento y selección de personal en quince (15) empresas del sector público y privado establecidas en el Área Metropolitana de Monterrey; este estudio obtuvo como resultado que el 34% de las empresas utiliza Internet y las bolsas de trabajo para atraer a los mejores candidatos disponibles; así mismo el 33% de las empresas encuestadas cuentan con un sistema de tecnología para el proceso de Reclutamiento de personal, quedando demostrado que el 100% de las empresas que participaron en el estudio estuvieron de acuerdo en que las tecnologías de información permiten realizar con mayor eficiencia los procesos de Reclutamiento y selección de personal.

En la actualidad los países desarrollados se han enfocado en el Reclutamiento virtual dejando de lado los métodos tradicionales (Barrios y Leáñez, 2004). Por ejemplo, en Estados Unidos, un estudio llevado a cabo por DirectEmployerAssociation (2006, citado por Singh y Narang, 2008) para el cual se entrevistó a los gerentes de Recursos Humanos de cincuenta (50) compañías de diversos sectores, reveló que el 55% de las nuevas contrataciones provienen de Internet; de estas contrataciones: el 20,6% a través de los portales de Internet de las empresas, el 27,9% a través de bolsas de empleo, el 2,2% provienen de las redes sociales y un 4,3% por medio de bases de datos de las currículas. El otro 45% de las nuevas contrataciones se obtuvo

de la siguiente forma: el 4,5% a través periódicos, el 21,3% son referidos por otros empleados, el 7,2% a través de consultoras, el 2,4% de las contrataciones provienen de las ferias de empleo, y el 9,4% a través de otras fuentes.

Pérez (s.f., citado por RHPedia, 2009), director general de XING, destacó el peso estratégico que las redes profesionales han alcanzado en la captación de talento. Esta visión fue compartida por Villanova (s.f., citado por RHPedia, 2009), directora de marketing de la firma de búsqueda de profesionales CatenonWorldwideExecutiveSearch, quien afirmó que: *“el 20 por ciento de los puestos en Europa se consiguen a través de redes profesionales en Internet, que son utilizadas en el 80 por ciento de los casos”*.

En el mismo orden de ideas, un estudio realizado por la consultora Birkman en Estados Unidos, concluyó:

Sólo un 6% de los profesionales de Recursos Humanos no utiliza las herramientas 2.0. La mayoría (un 57%) utiliza las redes sociales desde solo hace dos años (2008). El 60% de los profesionales de Recursos Humanos revisan el contenido de la Red cada día y el 27% mantiene sus redes sociales a diario. Sólo el 13% usa RSS feeds, tags y bookmarks a diario, y sólo un 5% añade entradas o comentarios en blogs a diario. Las herramientas 2.0 que más utilizan en Estados Unidos son LinkedIn (75%) y Facebook (66%), seguidas de Google Reader (45%) y Twitter (28%). (Citado por Díaz, 2010, p.108),

En Estados Unidos por ejemplo, quinientas (500) compañías del índice Fortune trabajan con LinkedIn, y un 73% utiliza herramientas específicas para el Reclutamiento relacionadas con las redes sociales. (Uriondo, 2011).

Así mismo, Jeffery responsable del Reclutamiento de Autodesk para EMEA, afirma que en España los reclutadores 1.0 se

encuentran encerrados en procedimientos automáticos y no buscan ver más allá, perjudicando a las compañías; indica que existe una guerra global para encontrar a los mejores profesionales, lo que obliga a los responsables de Recursos Humanos a utilizar nuevas herramientas como son las redes sociales que permiten conocer más sobre el panorama del talento en diversas empresas. En la Multinacional Telefónica, según De Diego (s.f., citado por Uriondo, 2011) responsable de la estrategia de Recursos Humanos, se utilizan varias redes sociales, siendo LinkedIn en la que se encuentran más interesados, la emplean antes de entrevistar para filtrar a los candidatos. Muriel (s.f., citado por Uriondo, 2011), vicepresidente de desarrollo corporativo de Tuenti, afirma que sus procesos de selección de personal se realizan de forma 2.0 en casi su totalidad, sólo algunos puestos concretos siguen los procesos más tradicionales. Así mismo empresas como la firma PWC trabaja con la red Job&Talent para publicar información sobre los procesos de selección para perfiles junior y con LinkedIn para referirse a perfiles más altos, además de utilizar Facebook y Twitter para difundir sus procesos de Reclutamiento y selección (s.f., citado por Uriondo, 2011)

En el caso de Venezuela, se llevaron a cabo diversas investigaciones enfocadas hacia los portales de búsqueda de empleo de los se resaltan los siguientes datos.

El primer estudio fue realizado en el año 2004 por Barrios y Leáñez, en el cual se optó por una evaluación comparativa de las modalidades de servicio de los portales de búsqueda de empleo. Este estudio se efectuó en 53 empresas clientes de los portales de búsqueda de empleo. La investigación obtuvo como resultado que, existen tres modalidades de servicio ofrecidas por los portales, éstas son: 100% Web en donde el portal es el mediador entre el

candidato y la empresa, una segunda modalidad denominada Proveedor de Servicio de Aplicación (ASP) en donde la empresa cuenta con su propia base de datos pero se apoya en el portal de empleo y por último la modalidad de ofertas laborales en donde las empresas a través de sus páginas colocan las oportunidad de empleo. En esta investigación se recomienda realizar un estudio exhaustivo de la portales de empleo en los procesos de Reclutamiento de las empresas (Barrios y Leáñez, 2004).

La segunda investigación elaborada por Angulo y Martínez en el año 2007, planteó un estudio comparativo entre los portales propios y contratados para determinar la eficiencia de los mismos. Los autores estudiaron un total de 42 empresas del Área Metropolitana de Caracas: 21 con portales propios y 21 con portales contratados. Llegaron a la conclusión de que el portal propio es más eficiente que el portal contratado en las empresas, pero ninguno de los portales evaluados alcanzó el máximo de eficiencia. Por lo tanto, el estudio recomienda que las empresas continúen evaluando cómo la tecnología puede seguir complementando de forma significativa el proceso de Reclutamiento (Angulo y Martínez, 2007).

La tercera investigación elaborada por Ponte y Avala en el año 2012, planteo un estudio descriptivo de las practicas de reclutamiento 2.0 en nueve empresas de headhunting del área metropolitana de Caracas, las autoras llegan a la conclusión de que de que se aplica el reclutamiento 2.0 dependiendo de la vacante a cubrir, de igual forma coinciden en que el uso de palabras claves en la búsqueda de candidatos, permite una mayor atracción de candidatos potenciales, de igual forma en términos de costos y tiempos, coinciden en que los mismos son intermedios, así mismo, recomiendan el uso de la web 2.0 para las empresas en el área de recursos humanos, como una metodología adecuada para conseguir resultados efectivos.

Los estudios anteriores indican que existe un gran revuelo y que se están haciendo notar cada día más las herramientas 2.0 para la búsqueda y atracción de personal, con el estudio que se propone a continuación se pretende describir los procesos de Reclutamiento 2.0 que utilizan las empresas dedicadas a la Consultoría de Recursos Humanos versus Empresas del Sector Farmacia para la atracción de candidatos, una vez que planteamos esto, surge la interrogante de **¿Qué prácticas de Reclutamiento 2.0 están aplicando las Empresas de**

Consultoría de RRHH en el área metropolitana de Caracas en el año 2014, versus Empresas del Sector Farmacia.?

La decisión de utilizar a las empresas de Consultoría de Recursos Humanos del Área Metropolitana de Caracas, se basa en el hecho de que las mismas son las que se dedican a apoyar a las empresas como clientes en sus procesos de Reclutamiento y Selección, utilizando herramientas actuales como el Internet que hace que el proceso tenga menor duración y menor costo, siendo en este caso Consultoría de Recursos Humanos la relación entre el candidato y la empresa, por otro lado la Industria Farmacéutica seleccionada, por ser una de las más atractivas al momento de la búsqueda de empleo, contando con una serie de beneficios que no se perciben en otro tipo de industria, además de ser una de las ramas, que se ha mantenido a flote, a pesar de las dificultades económicas presentadas en el país, de igual forma, debido a relaciones laborales establecidas en el pasado, se podrá tener acceso a este tipo de información,

Esta investigación fue útil ya que permitió determinar y observar aquellas acciones que se están llevando a cabo en materia de Reclutamiento 2.0, en comparación con los estudios llevados a cabo en años anteriores permitiendo identificar las prácticas del mismo en las distintas empresas del Área Metropolitana de Caracas, en este caso Consultoría de RRHH vs Farmacia, especialmente en aquellas que no desarrollan estas prácticas, ya que hasta el momento existen pocos antecedentes directos que estudien de manera empírica los procesos y las herramientas utilizadas para practicar el Reclutamiento en línea o el llamado Reclutamiento 2.0 en Venezuela,. Igualmente servirá de sustento para aquellas investigaciones que se realicen en el futuro cuyo fin sea profundizar sobre nuevas formas de Reclutamiento que se utilicen en las empresas del Área Metropolitana de Caracas u otros lugares.

CAPÍTULO II: OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para dar respuesta al planteamiento del problema de investigación es importante tener presente los siguientes objetivos que se pretenden alcanzar con el estudio.

1. Objetivo General:

Comparar las prácticas de Reclutamiento 2.0 que están aplicando Consultoras de Recursos Humanos en el año 2014 versus empresas del sector Farmacia en el Área Metropolitana de Caracas.

2. Objetivos Específicos:

1. Identificar y describir las prácticas que se realizan en el proceso de Reclutamiento 2.0 en las Consultorías de Recursos Humanos en el Área Metropolitana de Caracas, en el año 2014
2. Identificar y describir las prácticas que se realizan en el proceso de Reclutamiento 2.0 en la muestra seleccionada de Empresas de la Industria Farmacéutica en el año 2014
3. Establecer diferencias entre las prácticas de Reclutamiento 2.0 aplicadas por las Consultorías de Recursos Humanos en el Área Metropolitana de Caracas y la muestra seleccionada de Empresas de la Industria Farmacéutica
4. Contrastar las prácticas de Reclutamiento 2.0 aplicadas por las Consultoras de Recursos Humanos en el Área Metropolitana de Caracas y la muestra seleccionada de Empresas de la Industria Farmacéutica con los procesos de Reclutamiento tradicional.

CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO

Una vez expuesto el planteamiento del problema, es necesario identificar los aspectos teóricos que sustentaran el estudio a realizar. En este sentido en el marco teórico, se realizara una exposición de planteamientos, investigaciones, teorías y conceptos que permitirán construir un sistema ordenado de conocimientos para ubicar al lector dentro del contexto de la investigación.

El presente marco teórico iniciará con el significado, procesos, características, tipos y medios de Reclutamiento de personal, luego se procederá a explicar en qué consiste específicamente el Reclutamiento 2.0 y cuáles son sus principales herramientas, exponiendo su importancia hoy en día.

1.1 Definición de Reclutamiento

Chiavenato (2009) indica que es un sistema de información por medio del cual la organización divulga y ofrece al mercado de Recursos Humanos las oportunidades de empleo que pretende llenar. Por lo tanto se puede decir que el Reclutamiento es un proceso de dos vías: comunica y divulga oportunidades de empleo, y a su vez atrae candidatos que luego serán seleccionados.

El Reclutamiento consiste en un conjunto de procedimientos orientados a atraer e identificar candidatos potencialmente calificados para ocupar cargos dentro de la organización (Alles, 2006).

El proceso de Reclutamiento, como paso previo a la selección de personal, se caracteriza por (Coulter y Robbins, 2005):

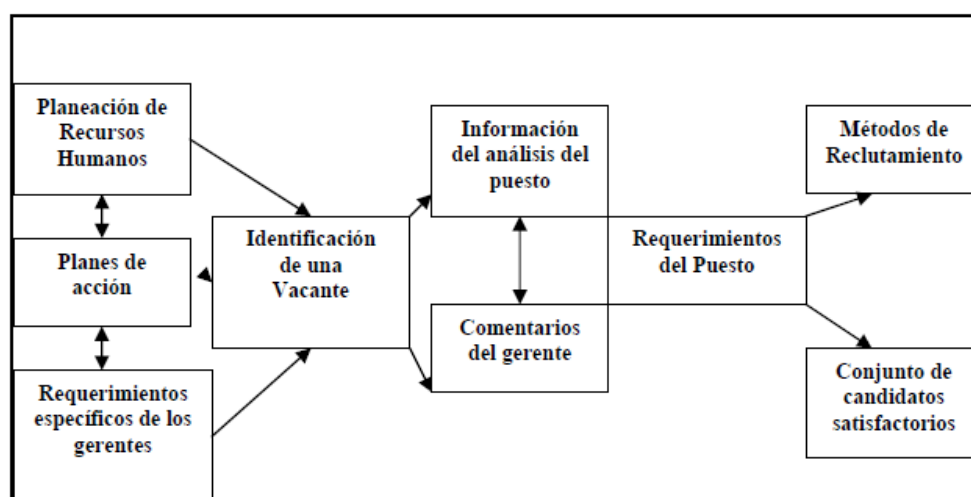
- Implica la ubicación y atracción de posibles candidatos, por lo que es necesario identificar diversas fuentes de Reclutamiento, así como métodos precisos para atraer candidatos.
- Puede ser llevado a cabo por la propia empresa o bien por una empresa especializada.
- Tiene como objetivo atraer el número idóneo de solicitudes por vacante para así tener un abanico de opciones y elegir al mejor candidato.
- Tiene como finalidad atraer a aquellos candidatos que se adapten al perfil profesional.
- Puede realizarse paralelamente o alternativamente dentro de la organización y/o mercado externo de trabajo.

El reclutador debe buscar información adicional al gerente que solicitó el nuevo empleado, para así identificar a los aspirantes convenientemente. (Giacomelli, 2009).

Los reclutadores deben identificar las vacantes que existen en la compañía, para lo cual es importante detectar las necesidades del puesto así como las características de la persona que lo va a desempeñar (Giacomelli, 2009).

El proceso de Reclutamiento se esquematiza de la siguiente manera:

Figura 1: Esquema General del Proceso de Reclutamiento



Fuente: (Davis y Wherter, 2000, p.151)

1.2 Tipos de Reclutamiento

El proceso de Reclutamiento se puede clasificar en Reclutamiento interno o externo, de acuerdo a su fuente disponible para cubrir la vacante (Alles, 2006).

1.2.1 Reclutamiento Interno

El Reclutamiento interno consiste en la promoción y transferencia de los empleados actuales de la organización (...) actúa en los candidatos que trabajan dentro de la organización. (Chiavenato, 2009).

Al presentarse una vacante, la organización intenta cubrirla por medio de la reubicación de los empleados, los cuales pueden ser ascendidos (movimiento vertical), transferidos (movimiento horizontal) o transferidos con promoción (movimiento diagonal) (Giacomelli, 2009).

Algunas ventajas del Reclutamiento interno son (Alles, 2006):

- Más rápido dado que al ser un empleado de la organización la disponibilidad del mismo suele ser inmediata.
- Más económico para la empresa dado que ahorra gastos como pueden ser: avisos de prensa, honorarios de empresa de Reclutamiento, entre otros.
- Es un retorno de la inversión de la organización en entrenamiento de personal Motiva a los empleadores, ya que éstos sienten que tienen posibilidades de crecimiento dentro de la organización.
- Más seguro en cuanto a los resultados finales.
- Mayor validez y seguridad, puesto que ya se conoce al candidato.

Así mismo, es importante tener presente las siguientes desventajas del Reclutamiento interno (Alles, 2006):

- Evita la renovación, ya que imposibilita que gente nueva entre a la empresa, lo que a su vez limita la entrada de nuevos talentos a la organización.

- Exige potencial de los empleados para poder ascender y que la empresa brinde mayores oportunidades de progreso.
- Puede llevar a sus empleados a su nivel máximo de incompetencia.

1.2.2 Reclutamiento externo

El Reclutamiento externo opera con candidatos que no pertenecen a la organización cuando se presenta una vacante; busca incidir sobre candidatos reales y potenciales disponibles que pueden estar empleados en otras organizaciones (Giacomelli, 2009).

En contraste, el Reclutamiento externo busca atraer candidatos fuera de la organización, es decir, busca competencias externas a la empresa (Chiavenato, 2009).

El Reclutamiento externo se caracteriza por presentar las siguientes ventajas (Alles, 2006):

- Trae sangre nueva a la organización, atrae nuevos talentos.
- Renueva los Recursos Humanos de la empresa, principalmente cuando la empresa reciba personal que se caracterice por ser igual o superior al existente en la empresa.
- Aprovecha inversiones en capacitación y desarrollo de personal efectuadas por otras empresas o por los postulantes.

Por su parte las principales desventajas del Reclutamiento externo son (Alles, 2006):

- Menos seguro que el Reclutamiento interno, implica la entrada a la empresa de una persona desconocida.
- Puede generar problemas salariales a la empresa cuando el candidato externo pretende más de lo previsto inicialmente. Afecta la política salarial de la empresa al actuar sobre su régimen de salarios (Ferraro, 2001).

1.3 Técnicas de Reclutamiento externo.

Para atraer candidatos externos a las organizaciones se pueden emplear diferentes técnicas con el fin de reclutar al candidato que mejor se adapta a las exigencias del puesto. Las principales técnicas para el Reclutamiento externo, según Chiavenato (2009) son:

- Anuncio en diarios y revistas especializadas: dependiendo del puesto solicitado .Debe cumplir con las siguientes características.
 - Ser atractivo al lector, debe llamar la atención y el interés, debe crear deseo, debe provocar acción, debe incentivar al candidato a enviar a actuar, como enviar su currícula
- Agencias de Reclutamiento: la empresa busca apoyo en otras agencias para obtener candidatos de sus bases de datos. Existen tres tipos de agencia de Reclutamiento:
 - Agencias operadas por el gobierno en el nivel federal, estatal o municipal por medio de sus oficinas de trabajo.
 - Agencias asociadas a organizaciones sin fines de lucro como por ejemplo las asociaciones profesionales.
 - Agencias particulares o privadas de Reclutamiento: son la fuente más importante de personal gerencial y de oficina. Las agencias de Reclutamiento son eficaces cuando las organizaciones no tienen departamento de Recursos Humanos y por lo tanto no están capacitadas para reclutar personas, cuando la organización no puede atraer gran cantidad de candidatos, cuando se busca captar personas que se encuentran empleadas por empresas competidoras y cuando la ocupación del puesto es confidencial y no puede ser ventilada ni externa, ni internamente. Al momento de contactar a una agencia de Reclutamiento es importante brindar la información necesaria y pertinente del puesto y de las aspiraciones de la empresa para atraer al candidato potencial
- Contactos con escuelas, universidades y agrupaciones: la organización puede buscar contactos en dichas instituciones para dar a conocer las oportunidades de trabajo que ofrece.
- Carteles o anuncios en lugares visibles: consiste en colocar en lugares próximos a la organización o de tránsito de personas anuncios atractivos de acuerdo a las necesidades de la organización. Es una técnica de bajo costo con un rendimiento y rapidez razonable; suele ser empleada para cargos simples como obreros y oficinistas.
- Presentación de candidatos por indicación de trabajadores: la empresa solicita a sus trabajadores que presenten o recomienden a sus candidatos. Es una técnica de bajo costo, alto rendimiento y relativamente rápida.

- Consulta a los archivos de candidato: consiste en utilizar un banco de datos que registra los candidatos que no fueron tomados en cuenta en procesos de Reclutamiento anteriores.
- Reclutamiento virtual: se realiza por medios electrónicos a través de Internet. “Su valor reside en que es inmediato y en la facilidad para interactuar digitalmente con los candidatos potenciales. Internet ofrece a las compañías una plataforma que permite la comunicación inmediata y rápida por correo, elimina toda forma de intermediación” (Chiavenato, 2009, p. 125-126).

2. Evolución de Internet y las nuevas tecnologías 2.0

El origen del Internet se remonta a los años sesenta, cuando un grupo de científicos Estadounidenses emprenden un proyecto llamado ARPANET impulsado por el Departamento de Defensa de Estados Unidos con el objetivo de crear una Red Local que con el tiempo se transformaría en un Wide Area Network (WAN) que permitía abarcar un área de mayor cobertura, obteniendo como resultado una forma de comunicación remota a través de una línea telefónica (Cherén, 1998).

ARPANET comenzó a tener un rápido crecimiento producto de la inclusión de otras redes de interés comercial. Para los años setenta, la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (DARPA) comienza a trabajar en un programa bajo el nombre de INTERNETTING cuyo objetivo sería conectar a las distintas redes a pesar de tener estructuras diferentes; es así como nace el Internet (Cherén, 1998).

Para la década de los ochenta se comienza a interconectar computadoras vía satélite o fibra óptica. Sin embargo el manejo del Internet seguía siendo complicado y es para 1989 cuando el científico Tim Berner-Lee junto con a Robert Cailliau desarrollan el World Wide Web (WWW) permitiendo que Internet estuviera al alcance de todas las personas que quisiesen utilizar los servicios que ofrece (Cherén, 1998).

Esta evolución de Internet se puede plantear por medio de tres etapas (Díaz, 2010):

1. Web 1.0: empezó en los años sesenta con navegadores de sólo texto. Luego en la década de los noventa surgió el HTML que hizo que las páginas Web fueran más atractivas y agradables a la vista del público; aparecen los primeros navegadores visuales como son: Internet Explorer, Netscape, entre otros. La Web 1.0 se caracteriza por ser de lectura en donde el usuario no puede interactuar con el contenido de la página.
2. Web 2.0: su nombre se debe a Tim O'Reilly, gracias a su conferencia llamada Web 2.0 de O'Reilly Media en el año 2004. Sin embargo también es llamada Web social o Web de personas. La Web 2.0 representa la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones Web orientadas al usuario final. Es así como la Web 2.0 permite a los usuarios interactuar con otros usuarios o cambiar contenido del sitio Web, a diferencia de la Web 1.0 en donde los usuarios se limitaban a la visualización pasiva de información; por lo que constituye una Web de carácter bidireccional en donde destacan dos aspectos: su accesibilidad y la colaboración.
3. Web 3.0: busca dar significado a la Web. Tim Bernes-Lee creador de la World Wide Web suele llamarla Web 3.0 o Web Semántica. Se caracteriza por el aumento de la interactividad y movilidad ya que es capaz de interpretar e interconectar un mayor número de datos. La Web 3.0 ha sido utilizada para describir la evolución de la Red que se dirige hacia la inteligencia artificial.

2.1 Reclutamiento 2.0

El uso de técnicas relacionadas con la Web 2.0 o social media se ha convertido en una opción válida para encontrar candidatos debido a sus variadas ventajas (Rojas, 2010).

Las empresas están comenzando a utilizar las redes sociales para reclutar talento. Por lo tanto, se puede decir que el Reclutamiento 2.0 consiste en la aplicación de herramientas 2.0 a los procesos de Reclutamiento y selección (Díaz, 2010).

Es así como la Web 2.0 está transformando los procesos de Reclutamiento y selección, se ha pasado de una estrategia basada en medios tradicionales a una estrategia de aproximación al Internet por parte de profesionales de Recursos Humanos y candidatos que

buscan un nuevo empleo. En definitiva se ha creado un entorno participativo y de colaboración que permite descubrir el talento de forma rápida, eficaz y directa (Díaz, 2010).

Teniendo en cuenta la definición de Reclutamiento 2.0, se pueden identificar las siguientes características (Díaz, 2010):

- Interactividad.
- Apertura.
- Transparencia.
- Aprendizaje colaborativo.
- Diversión.
- Comunicación.
- Intercambio.
- Compartir.
- Confianza.
- Reputación.
- Libertad de edición y acción.

2.2 Herramientas de Reclutamiento 2.0

Díaz, 2010, clasifica las herramientas que se utilizan en el Reclutamiento 2.0

- Redes sociales generalistas: Ofrecen diversas aplicaciones y funciones que permiten a los usuarios dejar de lado herramientas de comunicación externa, ya que ofrecen una plataforma de aplicaciones en una misma pantalla que ayudan a organizar aspectos de la vida cotidiana. Las redes sociales generalistas más comunes son:
 - Facebook: es utilizada por muchas empresas para la atracción y selección de talento; ésta facilita la promoción de productos y servicios lo que hace más atractiva a la organización.
 - Otras redes sociales generalistas son MySpace y Tuenti.
- Redes sociales profesionales: éstas permiten encontrar un nuevo trabajo en la red dada su facilidad para interactuar e intercambiar conocimientos y oportunidades con otros profesionales. Las principales redes profesionales son:

- LinkedIn; es la red profesional líder mundial. Es una red de contactos que le permite al profesional de Recursos Humanos interactuar con personas que se encuentran buscando empleo o no.
- Xing: es una red social profesional que adquirió las plataformas profesionales más importantes del mercado hispano hablante: Neurona y eConozco. Sin embargo su presencia más importante es en Alemania (país de origen), España y China.
- Viadeo: es una red profesional con mayor trascendencia en Francia debido a su origen, es la segunda más grande después de LinkedIn. Es una red de negocios en línea que permite encontrar clientes, proveedores, colegas e información sobre negocios.
- Redes de microblogging: se basan en la actualización constante de los perfiles de los usuarios mediante pequeños mensajes que no superan 140 caracteres. Pone a disposición de los diferentes usuarios información clara, concisa y rápida de acuerdo a sus intereses. La principal red de microblogging es Twitter, ésta herramienta suele ser utilizada por los responsables de Recursos Humanos para promocionar sus últimas ofertas laborales. Se caracteriza por ser una red abierta a cualquier usuario permitiendo atraer una amplia población.
- Blog corporativo: permite la interacción de los miembros de la empresa con candidatos potenciales ya que constituyen una herramienta de comunicación entre independientes y las empresas.
- Portales de reclutamiento. En Venezuela, existen páginas como Búmeran y Empléate.

2.3 Plan de Reclutamiento 2.0

Teniendo en cuenta que las nuevas tecnologías permiten a las empresas interactuar de forma abierta, transparente y rápida con las personas se debe desarrollar un plan de Reclutamiento 2.0 que debe abarcar las siguientes etapas (Díaz, 2010):

1. Identificación de los perfiles de candidatos: Deben realizarse tres preguntas esenciales: ¿quiénes son?, ¿dónde están? y ¿cómo hablan?

2. Preparar las herramientas 2.0: determinar cuáles de las herramientas 2.0, desarrolladas anteriormente, se utilizarán en el proceso. Así mismo se deben considerar los siguientes instrumentos que facilitan el manejo de la información:
 - RSS: es una herramienta dentro del portal de la empresa que publica las últimas actualizaciones de las ofertas de empleo.
 - Lector de los RSS feeds: ayuda a que los usuarios u organizaciones reciban actualizaciones de los sitios Web a los que están suscritos.
 - Video: las empresas pueden publicar videos con el fin de atraer candidatos utilizando canales como Youtube.
 - Marcadores y agregadores: los cuales permiten clasificar y guardar las páginas Web que se requieran durante el desarrollo de Reclutamiento 2.0.
3. Definir las palabras claves de candidatos potenciales: una vez determinado qué candidato se quiere buscar en la red, se debe definir qué palabra clave utilizar. Para establecer la palabra clave se debe realizar un ejercicio de empatía.

2.4 Ventajas del Reclutamiento 2.0

Partiendo de la evolución que ha tenido el Internet y las redes sociales y su impacto dentro de las organizaciones y principalmente en el área de Recursos Humanos se pueden plantear las siguientes ventajas del Reclutamiento 2.0(Díaz, 2010):

- Favorece a la organización ya que implica reducción de costos y de tiempo.
- Permite la atracción de candidatos a nivel mundial.
- Aumenta la popularidad de la organización
- Permite identificar gran número de candidatos potenciales, incluyendo aquéllos que no están disponibles.
- Brinda mayor información del perfil del candidato.
- Contribuye a la actualización y crecimiento del banco de candidatos de la organización.
- Ofrece la posibilidad de iniciar una red de contacto con mayor grado de especialización.

2.5 Desventajas del Reclutamiento 2.0

De la misma manera que existen ventajas del Reclutamiento 2.0 también pueden presentarse desventajas al integrarlo en una organización. Entre las desventajas que presenta el Reclutamiento 2.0 se encuentran (Díaz, 2010):

- Hay perfiles de candidatos que no se encuentran familiarizados con la tecnología por lo que no pueden ser encontrados por medio de la Web 2.0.
- Las empresas deben generar confianza en los usuarios de las herramientas mencionadas anteriormente, ya que si no se logra se pierden candidatos potenciales.
- La Web 2.0 se ve expuesta a hackers por lo que muchas empresas tienden a evitar este tipo de Reclutamiento. La confidencialidad se convierte en problema.
- No existe el contacto personal.
- La empresa queda expuesta a la crítica social al aumentar su popularidad.

Teniendo en cuenta las prácticas de Reclutamiento 2.0, es importante destacar la vinculación de éstas con las empresas de Consultoría de Recursos Humanos encargadas de atrapar al mejor talento que requiera una organización. Debido a sus funciones dichas empresas deben emplear las técnicas más avanzadas en el mercado para así liderar los procesos de Reclutamiento y lograr captar a los mejores candidatos a bajo costo y menor tiempo, de igual forma, las Empresas del Sector Farmacia, generan campañas de confiabilidad hacia la marca mediante las redes sociales.

CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO

Para el desarrollo de esta investigación fue necesario establecer una estrategia metodológica, con el fin de desarrollar adecuadamente el estudio, logrando así los objetivos planteados.

1. Tipo de diseño

El diseño de una investigación es un plan global de estudio que debe integrar de forma coherente las técnicas de recolección de datos, análisis y los objetivos. El diseño está orientado a resolver las interrogantes planteadas en el estudio (Alvira, 1996).

La investigación no experimental consiste en un estudio sistemático y empírico en donde las variables independientes no se manipulan debido a que ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención, y dichas relaciones se observan en su contexto natural (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

Así mismo, los diseños de tipo no experimental se pueden clasificar en transeccional y longitudinal. Los primeros buscan recolectar datos en un solo momento; su propósito es describir variables y analizar su incidencia en un período determinado. Mientras que los segundos recolectan datos a través del tiempo, en períodos específicos, con el objetivo de hacer inferencias en relación al cambio (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

Por lo tanto, el presente estudio fue de tipo no experimental, ya que se realizó sin modificar de forma intencional las variables independientes, es decir, se observaron los fenómenos tal y como ocurrieron en su entorno natural, para luego ser analizados. Adicionalmente se puede categorizar como un diseño de tipo transeccional debido a que buscó identificar y describir las prácticas de Reclutamiento 2.0 que están aplicando Consultoras de

Recursos Humanos en el año 2014 versus empresas del sector Farmacia en el Área Metropolitana de Caracas en un momento determinado.

2. Tipo de investigación

Una investigación descriptiva, según Hernández, Fernández y Baptista (1991), se define como el proceso de describir exhaustivamente cómo son y cómo se manifiestan los fenómenos, eventos, sucesos, contextos y situaciones determinadas, para así lograr describir las tendencias de un grupo o población especificando sus propiedades, perfiles y características.

Desde el punto de vista científico, describir es medir. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de variables, para medirlas de forma independiente, y luego describir lo que se investiga (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

De acuerdo a lo señalado, con base a los objetivos planteados, se buscó identificar y caracterizar la variable del estudio que consiste en las prácticas de Reclutamiento 2.0 en empresas dedicadas a la Consultoría de Recursos Humanos versus empresas del sector Farmacia, para posteriormente realizar una comparación entre ellas.

3. Unidad de análisis, población y muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (1991), la unidad de análisis está compuesta por los sujetos elegidos para el estudio. En el caso de esta investigación, la unidad de análisis estuvo conformada por empresas de consultoría del área de Recursos Humanos del área metropolitana de Caracas, así como Empresas del sector Farmacia

En este caso la población estuvo constituida por las Empresas de Consultoría de RRHH en el Área Metropolitana de Caracas que apliquen herramientas de Reclutamiento 2.0, así como empresas del sector Farmacia, se obtuvo acceso a la información de 4 consultoras y 4 empresas del sector Farmacia, que permitieron realizar el estudio a nivel interno, la

complicación radicó en la disposición de las mismas al momento de aportar la información, debido a que en algunos casos es considerada confidencial.

Por otra parte, la muestra se puede definir como “*un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible*” (Arias, 2006, p.83).

En este mismo orden, se conoce que, una muestra de tipo no probabilístico implica un procedimiento de selección informal y arbitraria. En este tipo de muestras, la selección de los sujetos depende de la decisión del investigador (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

Para este estudio, se utilizará un muestreo no probabilístico, de tipo intencional o de conveniencia, ya que se buscó incluir en la investigación a las empresas de Consultoría de Recursos Humanos que utilicen prácticas de Reclutamiento 2.0 así como Empresas del sector Farmacia

4. Variable de estudio: definición conceptual y operacional

Prácticas de Reclutamiento 2.0: consiste en la aplicación de herramientas basada en la Web 2.0 a los procesos de Reclutamiento y selección, logrando captar talento de forma rápida, eficaz y directa (Díaz, 2010).	
Dimensiones	Indicadores
Planificación del proceso Reclutamiento 2.0: desarrollar un plan de trabajo, asegurándose de que sea de forma simple y aplicable en los diferentes casos de búsqueda de candidatos	Perfiles de candidatos: se debe identificar qué candidatos se quieren reclutar y el mensaje a utilizar. Es importante tener presente que no todos los cargos pueden ser reclutados por medio de la Web 2.0
	Herramientas 2.0: se debe elegir de acuerdo a la vacante cuáles herramientas se van a utilizar. Considerando que las herramientas 2.0 se dividen en: redes sociales generalistas, redes sociales

	profesionales, redes sociales verticales o especializadas, redes de microblogging y blog corporativo.
	Herramientas de procesamiento de información a utilizar: selección de herramientas que faciliten el manejo de la información como son: RRS, lector de los RRS feeds, video, wiki y marcadores y agregadores
	Palabras claves para la búsqueda: una vez determinado qué candidato se quiere buscar en la red, se debe definir qué palabra clave utilizar
Ejecución del proceso de Reclutamiento 2.0: llevar a la acción las diferentes prácticas definidas en la planificación para obtener una base de datos de candidatos potenciales para las diferentes vacantes	Iniciar la búsqueda: definidas las estrategias para el proceso de Reclutamiento se inicia la búsqueda de candidatos potenciales
	Preselección: elegir candidatos potenciales que luego serán comparados para llevar a cabo una selección a futuro
Evaluación del proceso de Reclutamiento 2.0: procedimientos que se llevan a cabo para determinar la efectividad del proceso de Reclutamiento 2.0.	Costos: valor monetario que deben invertir las empresas para llevar a cabo las búsquedas
	Tiempo: evaluación del tiempo en que se cubre la vacante.

	Mayor atracción: aumento de candidatos potenciales.
	Seguridad: impacto de los hackers en la red.
	Confianza: la organización debe crear herramientas que generen confianza para así atraer un mayor número de candidatos y al mismo tiempo obtener información veraz de los mismos.
Aspectos generales de estructura	Community manager: persona encargada de manejar las diferentes redes sociales de una organización.
	Plataforma online: crear o ajustar las plataformas o herramientas a utilizar de acuerdo a la búsqueda de candidato

(Díaz, 2010)

5. Técnicas para la recolección, procesamiento y análisis de la información

El cuestionario “*consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir*” (Hernández, Fernández y Baptista, 1991). Para el desarrollo de esta investigación, se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de información en las empresas de Consultoría de Recursos Humanos seleccionadas así como las empresas del sector Farmacia.

El cuestionario consistirá en una serie de preguntas en relación a la variable de estudio, es decir, prácticas de Reclutamiento 2.0. Las preguntas serán de tipo cerradas, contienen categorías de respuestas que han sido delimitadas por lo cual deben incluir dos o más alternativas de respuesta (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

En cuanto a la validez del instrumento de recolección de datos, se utilizó, el que plantean en su estudio Ponte y Avala, debido a que el mismo logro describir de forma detallada, las técnicas de reclutamiento 2.0 aplicadas por empresas de headhunting, en este caso, se describirán y posteriormente compararan las técnicas de reclutamiento 2.0 aplicadas por Empresas de Consultoría y Empresas del sector Farmacia, el mismo, una vez elaborado fue revisado por expertos en el área de reclutamiento y metodología, que avalaron el diseño, contenido y aplicación del mismo.

Las preguntas cerradas fueron procesadas por medio de estadísticas descriptivas que buscan describir los datos para llevar a cabo un análisis estadístico que permita relacionar las variables (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

La estadística descriptiva se basa principalmente en una distribución de frecuencias, que se refiere a un conjunto de puntuaciones ordenadas en categorías. La distribución de frecuencias se puede perfeccionar con frecuencias relativas, que son los porcentajes para cada una de las categorías, y con frecuencia acumuladas, que es lo que se va acumulando en cada categoría (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

Una vez tomadas las decisiones en relación a las pruebas estadísticas se realizará un análisis de los datos a través de un programa en computadora llamado Excel, que facilita el procesamiento de los mismos para continuar con la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

6. Factibilidad

Para esta investigación no fue necesaria una gran inversión económica. La dificultad radicó en el acceso a las empresas de Consultoría de Recursos Humanos y Empresas del Sector Farmacia, esto se solucionó por medio de contactos con personas conocidas que trabajen en ellas, acercándose a las mismas para presentarles la investigación, el mismo procedimiento se realizó con así como Empresas del sector Farmacia

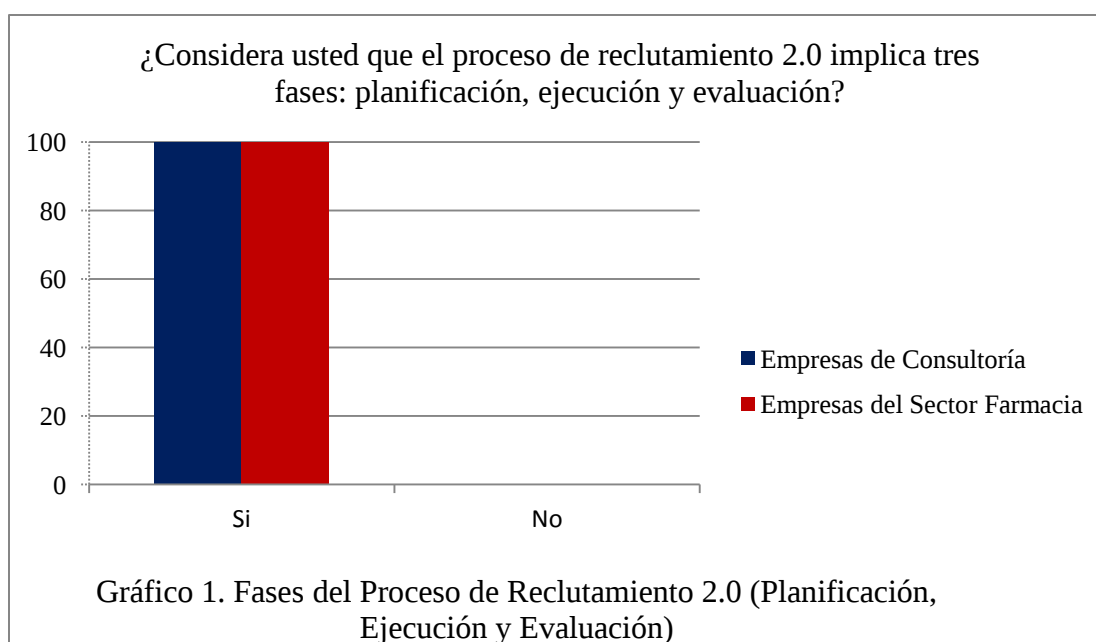
7. Consideraciones éticas

- La información aportada por las empresas, será utilizada de forma confidencial, manteniendo el anonimato, su uso se limitó a fines académicos.
- Las empresas involucradas en la investigación tendrán acceso a los resultados obtenidos y a las conclusiones planteadas producto de la investigación.
- Se garantizará el correcto comportamiento con las empresas de Consultoría de Recursos Humanos, así como las empresas del sector Farmacia involucradas en el estudio para así mantener una buena relación a futuro.

CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

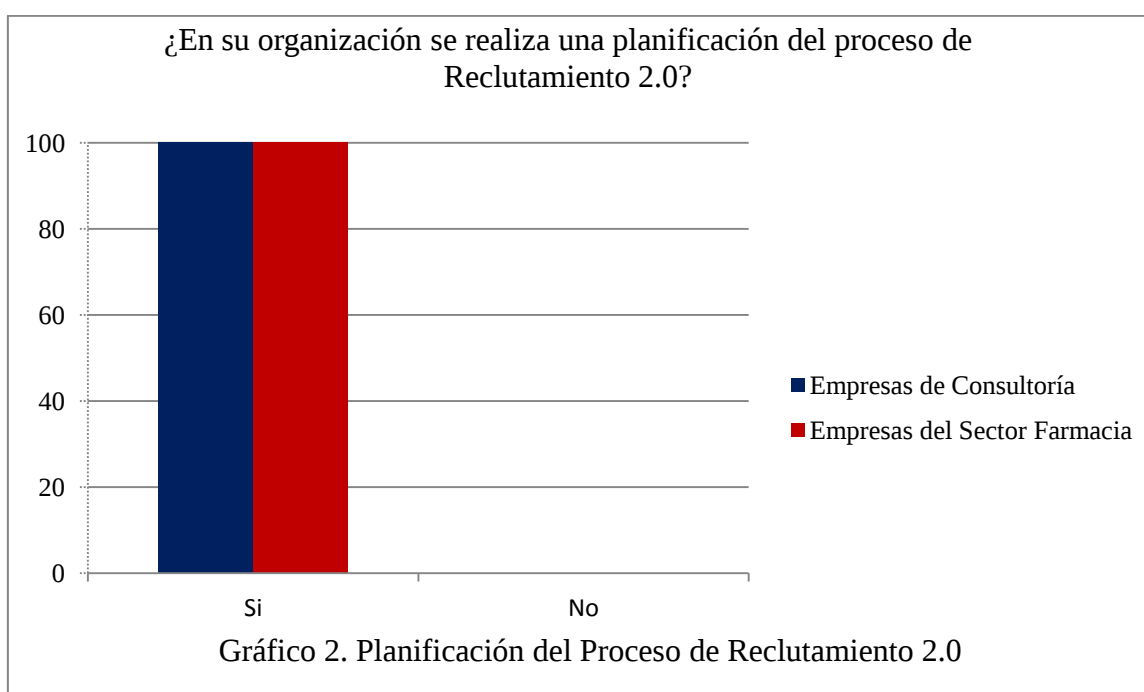
A continuación se presenta el análisis y la discusión de resultados una vez aplicado el instrumento para la recolección de datos en las Empresas de Consultoría y las Empresas del Sector Farmacia, los mismos serán expuestos en gráficos y tablas a fin de responder a la pregunta de investigación.

Todas las empresas que respondieron el instrumento, se encuentran de acuerdo en que el proceso implica tres etapas, la de planificación, ejecución y evaluación, esto confirma lo expuesto por Díaz (2010) que indica que el proceso de reclutamiento 2.0 implica las tres fases antes mencionadas, en este sentido se evidencia como dos tipos de empresas diferentes, conciben un proceso de la misma forma, tanto las Empresas de Consultoría, como las Empresas del Sector Farmacia (Ver gráfico 1)



1. Planificación del Proceso de Reclutamiento 2.0

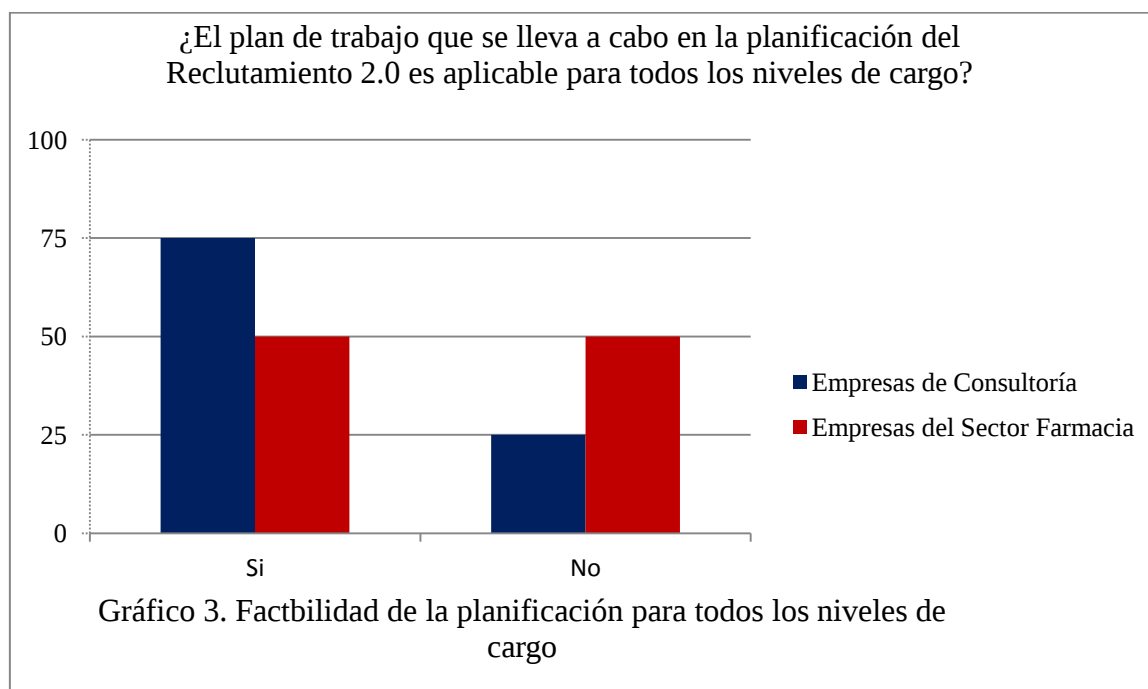
Una vez afirmado el planteamiento de que el Reclutamiento 2,0 consta de tres fases, tanto por las Empresas de Consultoría, como por las Empresas del Sector Farmacia, es importante comenzar con el punto de la planificación del proceso, en este sentido, de igual forma se evidencia, como en cada una de las Empresas que responden el instrumento, se realiza un proceso de planificación del mismo, en este sentido, se expone a continuación, las respuestas al ítem presentado (Ver gráfico 2)



Una vez que está definido que las Empresas realizan un proceso de planificación, es importante conocer si el mismo es aplicable a todos los niveles de la organización, en este sentido, a través del siguiente ítem se busca conocer la percepción de las mismas, tanto de las Empresas de Consultoría, como de las Empresas del Sector Farmacia, con respecto a este tema, a diferencia de las preguntas anteriores, no todas las Empresas se encuentran de acuerdo con el ítem planteado, en el caso de las Empresas de Consultoría, un 75% de las empresas coincide en que el Proceso de Reclutamiento 2.0 es aplicable a todos los niveles de la organización, sin embargo un 25% de ellas coincide en que no, esto se debe a que consideran que el Reclutamiento 2.0 no es aplicable a los cargos más bases de la organización, para la

atracción de estos candidatos es recomendable la publicación de artículos en prensa, entre otras técnicas, que forman parte del proceso de reclutamiento tradicional.

En el caso de las Empresas del sector Farmacia, la situación es diferente, se perfila un 50 % de acuerdo con que el Proceso de Reclutamiento 2.0 es aplicable a todos los niveles de la organización y un 50% que responde de forma negativa al ítem, en este sentido, no se realizan observaciones de forma cualitativa. (Ver gráfico 3)

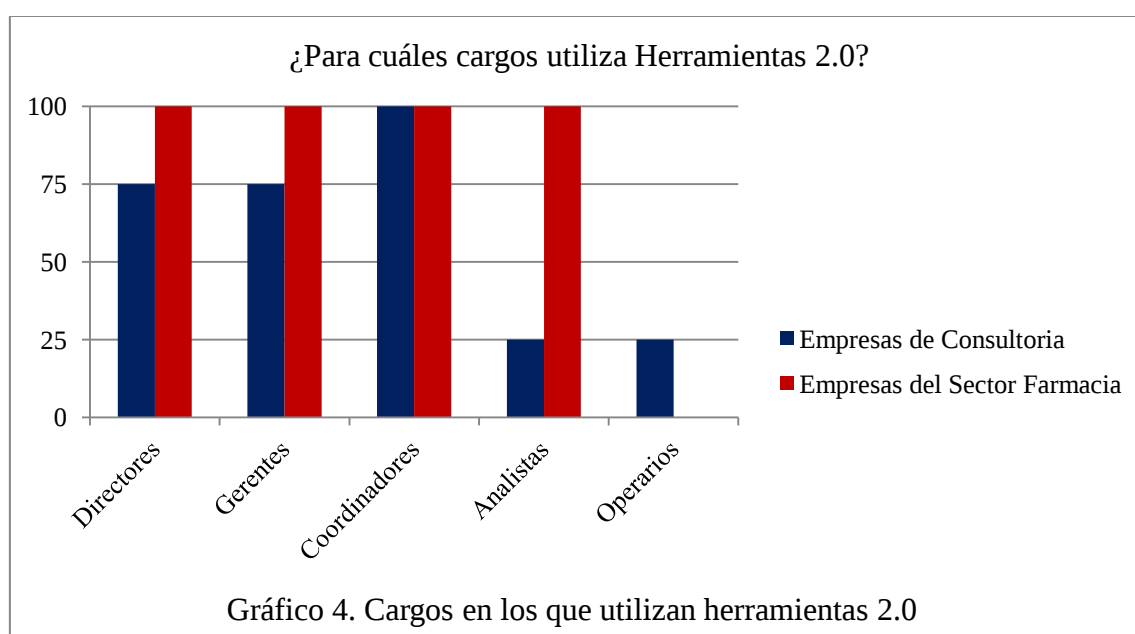


En este sentido, es importante destacar que a pesar de que todas empresas responden que si se realiza un proceso de planificación, y en el siguiente ítem algunas de ellas coinciden en que no es aplicable a todos los cargos, esto se debe a que no puede ser el mismo proceso para todos los cargos, en algunas ocasiones debería ser una planificación más exhaustiva que en otros, esto se debe a que no todos los cargos tienen los mismos requerimientos.

El acceso a internet se ha facilitado en todos los sentidos, hoy en día se ha vuelto más sencillo acceder a portales de empleo como candidato y postularse a las búsquedas de las empresas, sin embargo, es importante resaltar que el Reclutamiento 2.0 es realizado con más

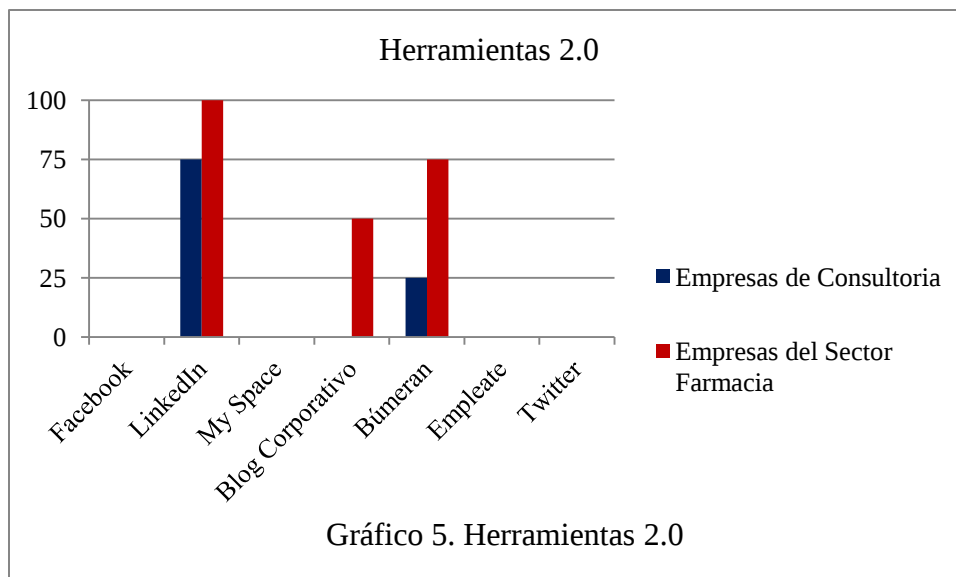
frecuencia en cargos de Gerentes, Directores y Coordinadores, y en menor proporción para los cargos de operarios.

A continuación se expone como el 100 % de las Empresas de Consultoría, utiliza el Reclutamiento 2.0 para la búsqueda de Coordinadores, mientras que un 75% de las mismas lo utiliza para cargos de Directores y Gerentes y finalmente un 25% de ellas lo utiliza para Analistas y Operarios, esto demuestra que las herramientas de Reclutamiento 2.0 son utilizadas en su mayoría para cargos superiores, esto puede deberse a que los participantes poseen mayor acceso a las mismas, y en los casos superiores presentan mayor preparación, en el caso de las Empresas del Sector Farmacia, se observa un panorama más homogéneo, 100 % de las mismas coinciden en que las herramientas de Reclutamiento 2.0 son aplicables en cargos de Gerentes, Directores y Coordinadores, mientras que un 100 % de las mismas afirma que las mismas pueden ser aplicables en cargos de Analistas, esto representa una diferencia considerable de las Empresas de Consultoría si se contrasta con el 25% expuesto en las mismas, en este caso, ninguna de las Empresas del Sector Farmacia consultadas toma la opción de Operarios, esto implica que utilizan otras herramientas de Reclutamiento para atraer este tipo de candidatos. Es importante resaltar en este punto que todos los resultados corresponden a la actualidad de la empresa que responde, es decir, se adaptan a su realidad inmediata y a las vacantes que tienen al momento. (Ver gráfico 4)

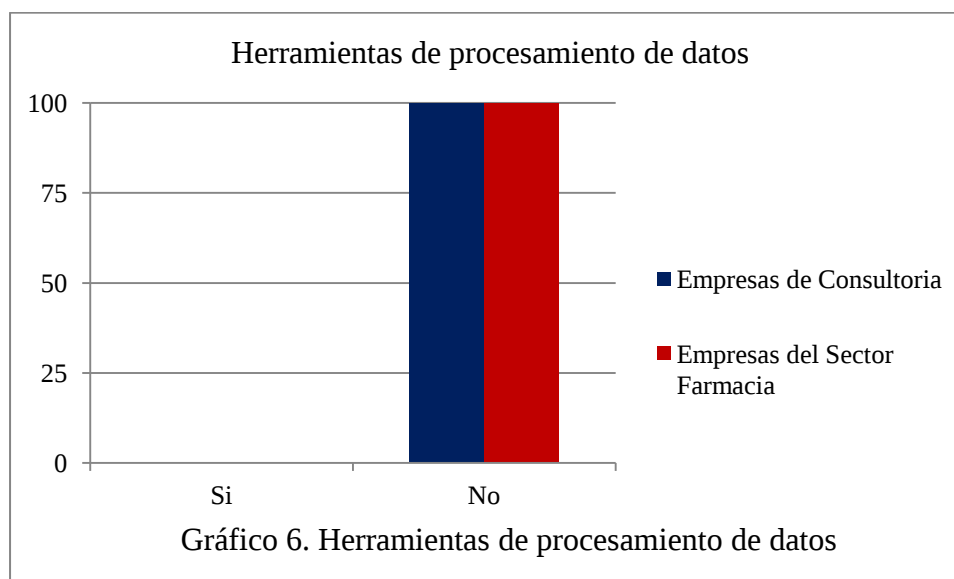


El proceso de planificación implica varios procesos previos, uno de ellos es manejar y conocer cuáles son las herramientas 2.0 que se utilizan al momento de reclutar, en este sentido, se evidencia que las redes sociales profesionales, como lo son Búmeran y LinkedIn, son las que más utilizan ambos tipos de empresas, en este sentido en el caso de las Empresas de Consultoría, se observa cómo el 75% de las mismas utiliza la plataforma de LinkedIn para realizar su reclutamiento, mientras que un 25% de ellos utiliza la plataforma de Búmeran, de todas las opciones que se plantean en el instrumento, por otro lado, en el caso de las Empresas del Sector Farmacia, se observa que el 100% de las que responden, utilizan la herramienta de LinkedIn para el proceso de Reclutamiento 2.0, esto las diferencia en un 25% de las Empresas de Consultoría, lo que indica que el Sector Farmacia, realiza un mayor uso de esta herramienta para sus procesos de reclutamiento, por otro lado 75% de ellas utilizan la herramienta de Búmeran, esto le genera una ventaja en comparación a las Empresas de Consultoría que en solo la utilizan en un 25%, por otro lado, en este sentido el 50% de las Empresas del Sector Farmacia afirma que utilizan su blog corporativo para realizar sus procesos de Reclutamiento 2.0, las búsquedas son colocadas en su página de forma que el candidato conozca sobre la empresa, y logre ubicar las búsquedas del momento, los resúmenes curriculares de los candidatos, son procesados luego a través de una base de datos por el reclutador.

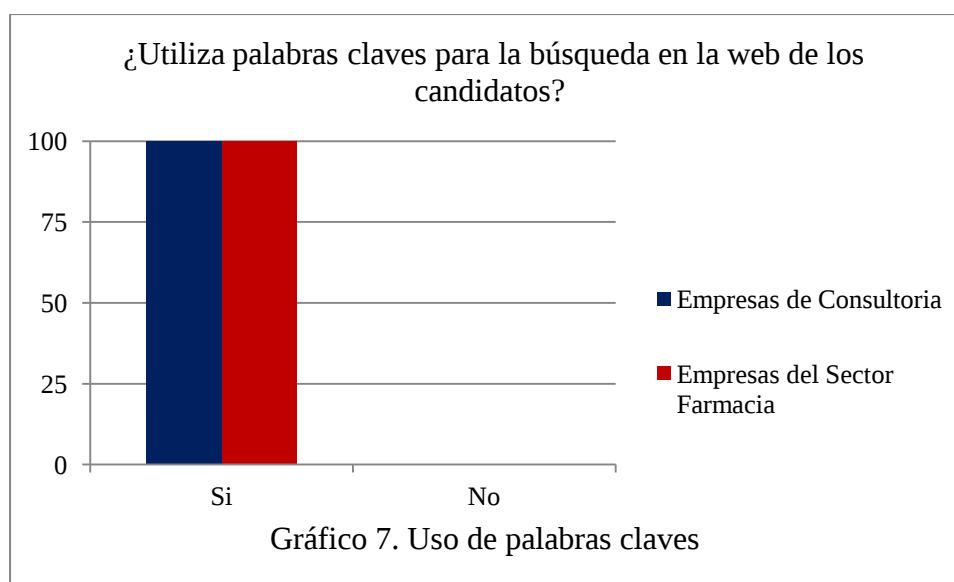
Herramientas 2.0 como Facebook, My Space, Empléate y Twitter no fueron seleccionados por ninguna de las Empresas al momento de realizar el reclutamiento 2.0, en este punto se observa como Búmeran y LinkedIn han sido seleccionadas por la mayoría de las Empresas de Consultora y las Empresas del Sector Farmacia, esto obedece a son utilizadas únicamente de forma profesional, a pesar de incluir información personal de los candidatos, la misma es subida a la red de manera que el reclutador pueda contactarlo de forma más eficiente. (Ver gráfico 5)



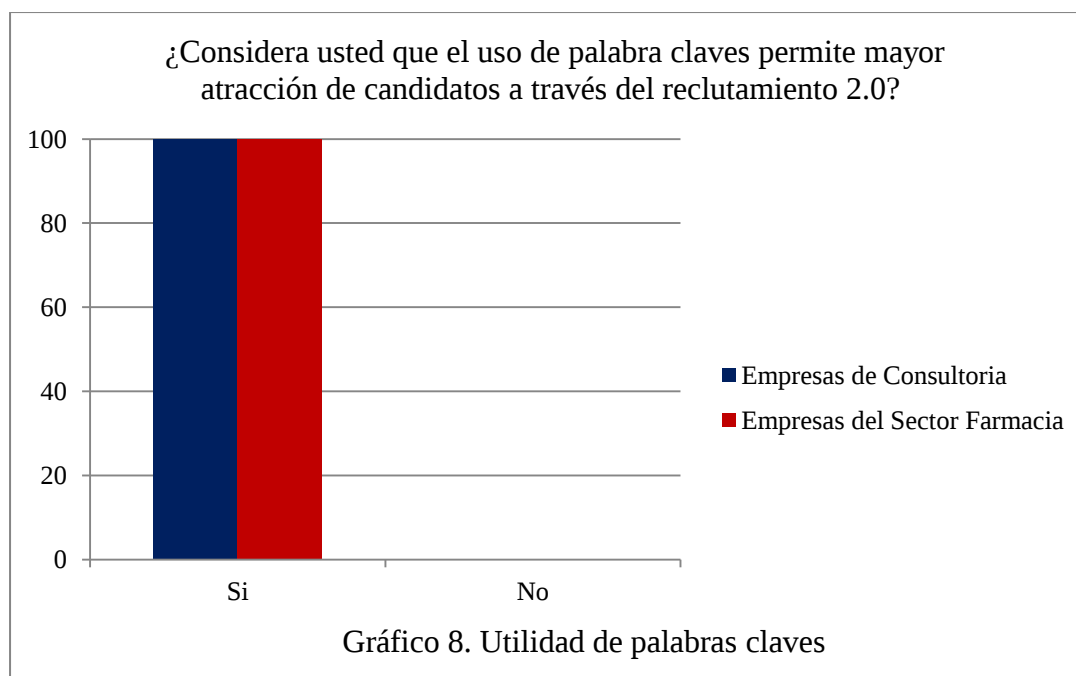
En el caso de las herramientas de procesamiento de información, ninguna de las empresas afirma utilizar alguna para el procesamiento de datos, esto permite que el proceso se lleve de forma óptima y permite manejar de forma más fácil la información. (Ver gráfico 6)



Dentro del proceso de planificación el último punto es el uso de palabras claves, esto determina que el candidato que se ubique, realmente cuente con las características necesarias para el puesto vacante, en este sentido Díaz (2010) indica que se deben definir palabras claves para las búsquedas y así obtener mayor candidatos potenciales, partiendo de este punto, de acuerdo a los resultados observados, se concluye que el 100 % de las Empresas de Consultoría y las Empresas del Sector Farmacia utilizan palabras claves que se encuentren relacionadas con el perfil a cubrir. (Ver gráfico 7)



Finalmente el 100 % de las Empresas de Consultoría y del Sector Farmacia coinciden en que el uso de palabras claves permite una mayor atracción de candidatos potenciales, esto confirma el planteamiento de Díaz, lo que finalmente permite concluir que para las Empresas encuestadas resulta útil el uso de palabras claves para la atracción de mayores candidatos potenciales. (Ver gráfico 8)

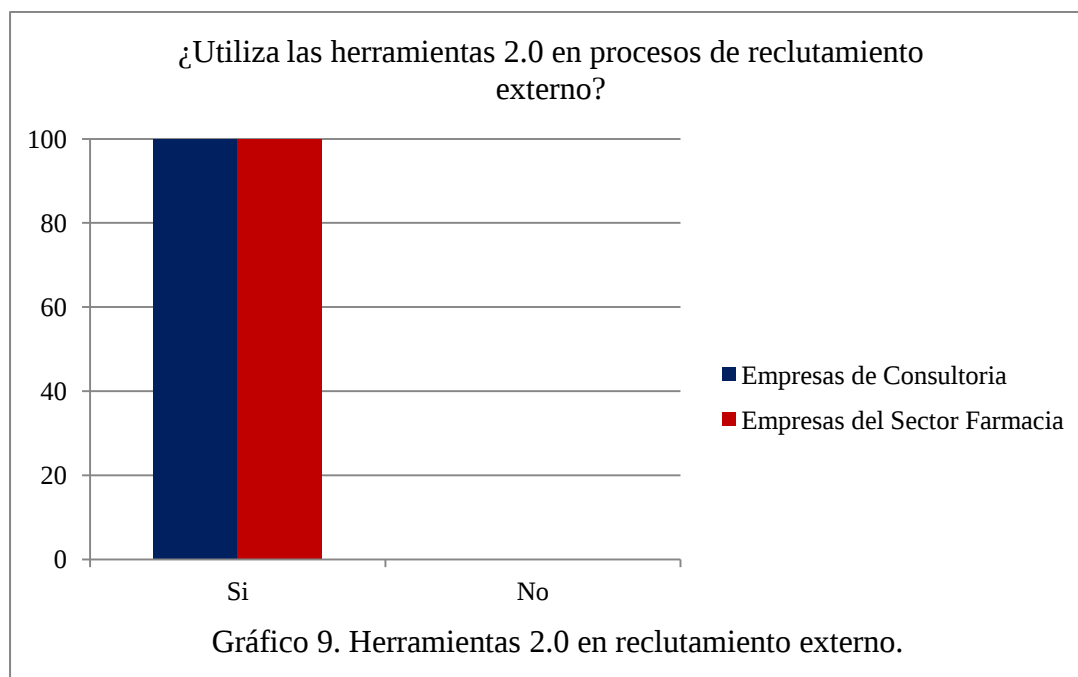


El proceso de planificación del Reclutamiento 2.0 es ejecutado de forma similar en los tipos de empresas estudiados, mientras que ambas coinciden en que efectivamente realizan un proceso de planificación, al momento llevarlo a la práctica, se observa como varía para el cargo que se pretende cubrir, en este sentido, la planificación de ese proceso, puede llevar algunos otros factores que determinen el éxito del mismo, por otro lado, se evidencia que las búsquedas que se realizan con Herramientas de Reclutamiento 2.0 son aquellas que se dedican a cubrir niveles más seniors dentro de la organización, siendo estos en su mayoría Coordinadores, Gerentes y Directores, las búsquedas de personas en niveles inferiores son realizadas por menos empresas, igualmente el uso de palabras claves, de acuerdo a los resultados obtenidos, permite que los candidatos obtenidos, cuenten con un mayor potencial sobre los demás.

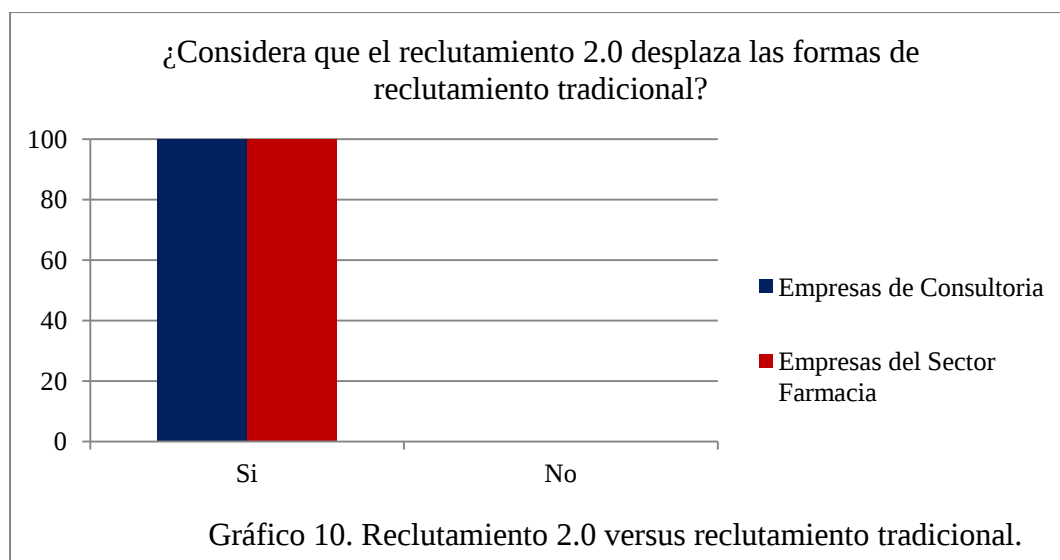
2. Ejecución del proceso de Reclutamiento 2.0

Una vez que el proceso ha sido planificado, es el momento de llevarlo a la práctica, es en este punto donde se evalúa si realmente es factible de la forma como está planteado o no, en este sentido, se parte desde el uso de las herramientas 2.0 en procesos de reclutamiento externo, esto, de acuerdo a lo observado en los resultados, se identifica que el 100 % de las Empresas de Consultoría utiliza las herramientas 2.0 en sus procesos de reclutamiento externo

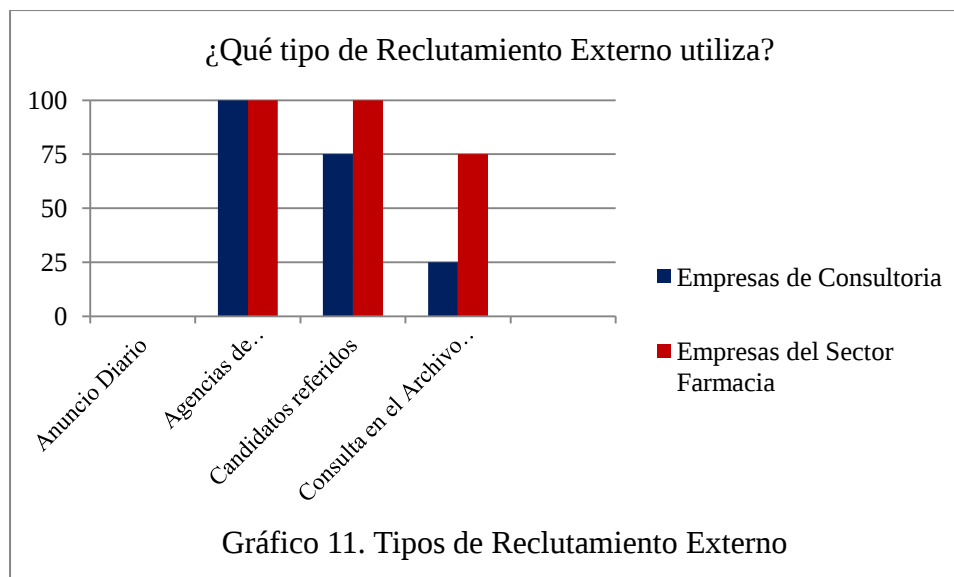
coincidiendo en este caso, con las Empresas del Sector Farmacia, cuyo resultado también es el 100 % de forma positiva, en este sentido se observa como el Reclutamiento 2.0 ha tomado gran parte del mercado, lo que permite realizar los procesos con mayor eficacia, de igual forma, Empresas del Sector Farmacia, aclaran que no puede ser aplicado en todos los casos, especialmente en cargos bases dentro de la organización. (Ver gráfico 9)



Díaz (2010) afirma que el reclutamiento virtual, da mayor fuerza al avance que está teniendo el reclutamiento 2.0 en nuestros días, esto se confirma con al momento de que tanto las Empresas de Consultoría como las Empresas del Sector Farmacia, afirman en su totalidad que el reclutamiento 2.0 desplaza las formas tradicionales de reclutar, esto ajustado a los cargos que se deseen reclutar, se continua realizando la aclaratoria con base en los resultados y acotaciones que se realizan en los ítems anteriores, que el proceso siempre va a variar dependiendo del cargo. (Ver gráfico 10)



Por último, se evalúan cuales son las técnicas de reclutamiento 2.0 que aplican cada uno de los tipos de empresas estudiados, en este sentido, se observa como en el caso de las Empresas de Consultoría, el 100 % de ellas utiliza las agencias de reclutamiento, mientras que el 75% de las mismas utiliza a candidatos referidos para cubrir sus búsquedas y solo el 25% utiliza la búsqueda en la base de datos de elegibles, esto al contrastarlo con los resultados de las Empresas del Sector Farmacia, se determina una diferencia, en este caso el 75% de las mismas, consultan en la base datos de elegibles, mientras que el 100 % coincide con las Empresas de Consultoría, en el punto de las agencias de reclutamiento, y difiere en el uso de candidatos referidos con un porcentaje de 100%, sobre el 75% de las Empresas de Consultoría, en este caso, se observa como en estas últimas no se utiliza de igual forma la base de datos de elegibles en comparación a las Empresas del Sector Farmacia.



Concluyendo en este punto, se observa que la mayoría de las empresas utilizan técnicas de Reclutamiento 2.0 en sus procesos de selección con candidatos externos, de igual forma, se afirma en ambos sectores consideran que el reclutamiento 2.0 ha desplazado al reclutamiento tradicional, por otro lado, se observa como en términos de reclutamiento externo, las agencias externas y los candidatos referidos son las opciones por las que más se inclinan a responder ambos sectores.

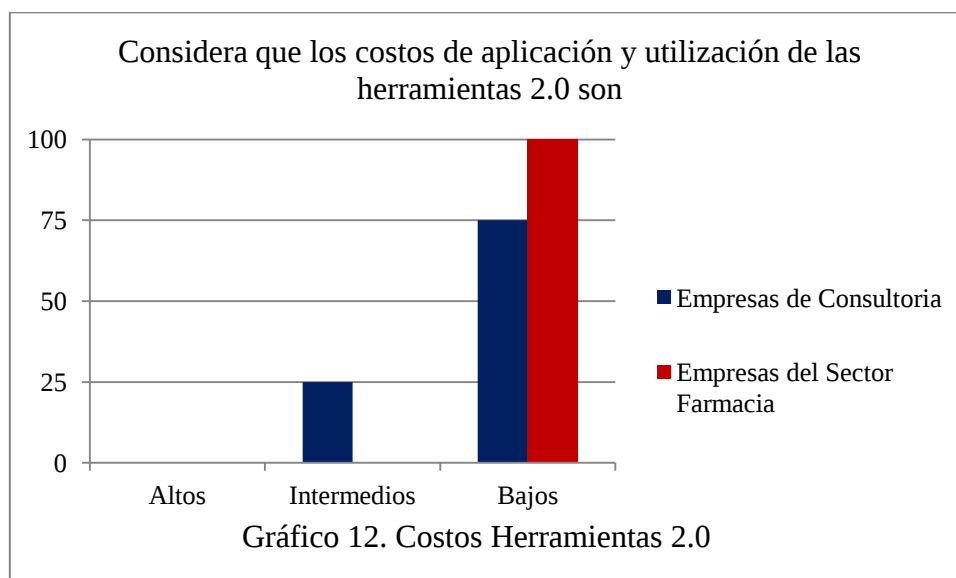
3. Evaluación del proceso de Reclutamiento 2.0

En este caso, se observa que 75% de las Empresas de Consultoría estudiadas realiza una evaluación del proceso con una frecuencia de entre 3 y 6 meses, este proceso permite tener un status de cómo está funcionando el proceso de Reclutamiento 2.0, lo que permite conocer sus fortalezas y áreas de oportunidad al momento de realizar cambios o reforzar aspectos, por otro lado las Empresas del Sector Farmacia, se evidencia que el 50% de las mismas realiza un proceso de evaluación con una frecuencia de 6 meses, con la misma intención de poder conocer el funcionamiento del mismo. (Ver tabla 1)

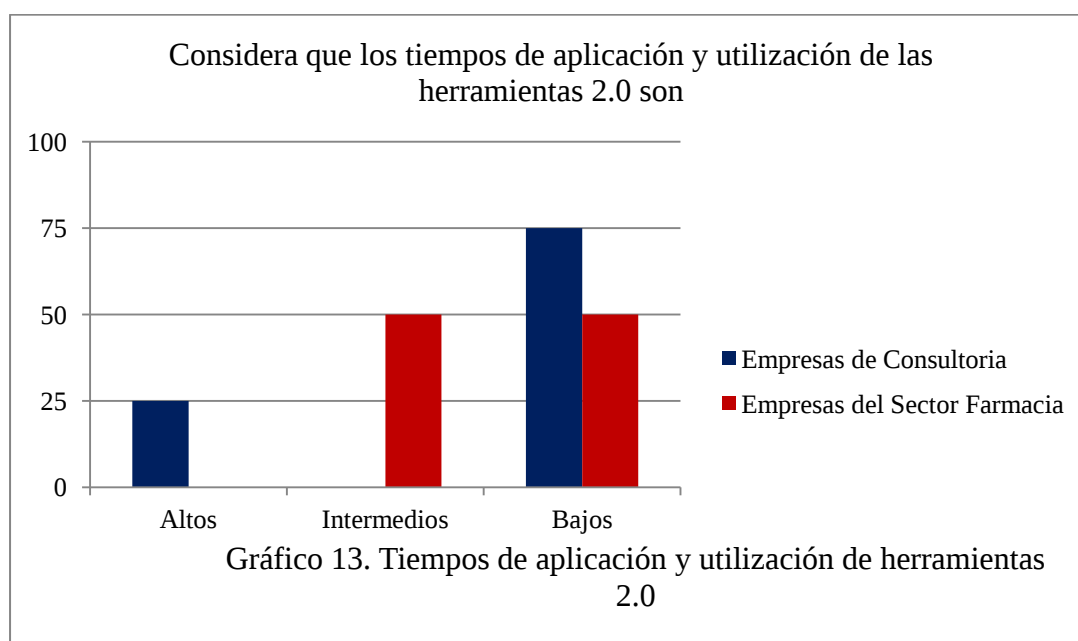
Tabla 1. Evaluación del proceso de reclutamiento 2.0

¿Se realiza una evaluación del proceso de reclutamiento 2.0?			
	Si	No	Frecuencia
Empresas de Consultoría	75%	75%	3 – 6 Meses
Empresas del Sector Farmacia	50 %	50 %	6 Meses

El valor monetario que tiene el Reclutamiento 2.0 es fundamental para su sustentabilidad en el tiempo y en la organización, en este sentido, partiendo de un escala de rangos, que va desde: altos, intermedios y bajos, el 75 % de las Empresas de consultoría considera que tiene un costo bajo, en comparación a un 100% de las Empresas de Farmacia que indica que se inclinan por la misma opción, un 25% de las Empresas de Consultoría, indica que tiene un costo intermedio de acuerdo a lo que se plantea. Es decir, en este caso se puede afirmar que la mayoría de las Empresas de Farmacia y Consultoría consideran que los costos del reclutamiento 2.0 son bajos. (Ver gráfico 12).



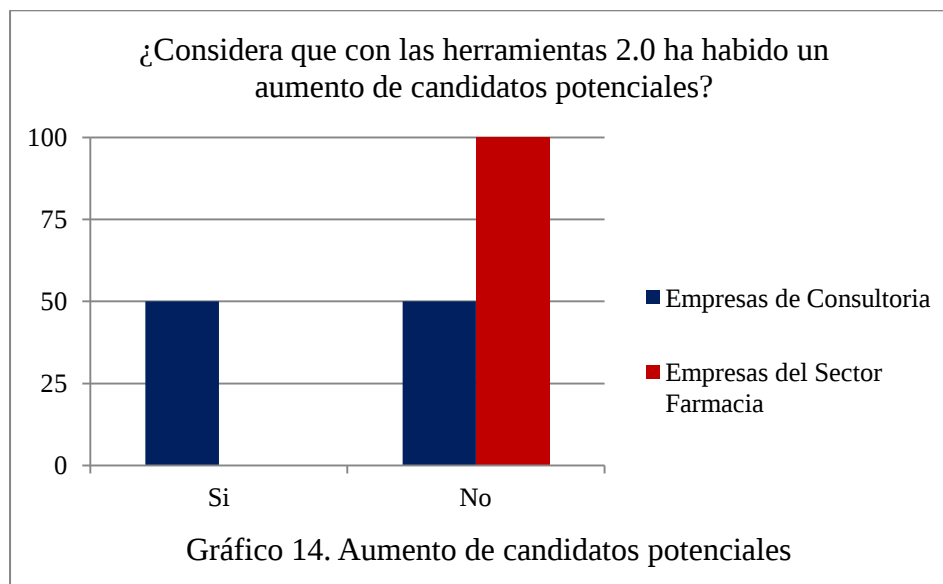
Con respecto a los tiempos de aplicación y utilización de las herramientas 2.0, partiendo de un escala de rangos, que va desde: altos, intermedios y bajos, en este caso, en el 75% de las Empresas de Consultoría, consideran que son bajos, mientras que un 25% considera que es alto, en este caso se observa una diferencia considerable en la respuesta otorgada, debido a que ninguna de las Empresas de Consultoría indica la opción intermedio, por otro lado, se observa que en las Empresas de Farmacia, el 50% de las empresas estudiadas, se ubica en la opción bajo, mientras que el 50% restante se ubica en la opción intermedio, esto puede ocurrir, debido a las plataformas online, que seleccionaron previamente, que indican que son con las que más trabajan, requieren preparación para poder manejarlas de forma efectiva. (Ver gráfico 13)



Díaz (2010) afirma que las herramientas 2.0 reducen los costos y los tiempos, esto se evidencia con los últimos 2 ítems, en los que la mayoría de las empresas afirma que los costos del proceso así como los tiempos de aplicación y utilización de las herramientas, son bajos.

Por otro lado, con respecto a si el uso de herramientas 2.0 aumenta el número de candidatos potenciales, en el caso de las Empresas de Consultoría, de afirma en un 50% de ellas, es decir, de las empresas estudiadas, la mitad de ellas, considera que si aumenta el número de candidatos potenciales, mientras que la otra mitad considera que no, este no es el caso en las Empresas de Farmacia, debido a que el 100% de las mismas afirma que no

aumenta el número de candidatos potenciales, este sector confirma lo que propone Díaz (2010), que una de las ventajas del reclutamiento 2.0 es identificar un gran número de candidatos potenciales incluyendo aquellos que no están disponibles. (Ver gráfico 14)



En el mismo orden de ideas, de acuerdo a como se muestra en la tabla 2 en el caso de las Empresas de Consultoría, que en un 50% fueron las que respondieron en afirmativo a la interrogante acerca si las herramientas 2.0 aumentan los candidatos potenciales, indican que aumentan en una proporción entre 60 y 70 %.

Tabla 2. Aumento de candidatos potenciales.

¿Considera que con las herramientas 2.0 ha habido un aumento de candidatos potenciales?			
	Si	No	Proporción
Empresas de Consultoría	50%	50%	60%-70%
Empresas del Sector Farmacia	--	100%	--

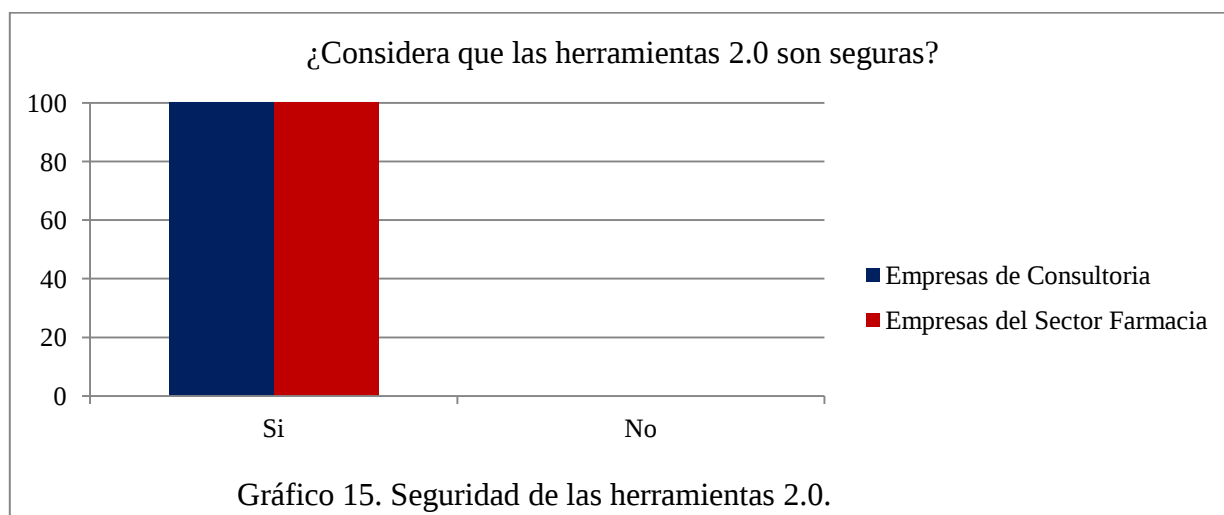
En el caso de si las herramientas 2.0 reducen la cantidad de horas hombre en el proceso de búsqueda de candidatos, tanto el 100% de las Empresas de Consultoría como el 100 % de las Empresas del Sector Farmacia, coinciden en que si, sin embargo varían en los porcentajes

en los cuales reducen las horas, en el caso de las Empresas de Consultoría, se observa una proporción entre 70% y 100%, mientras que en el Sector de Farmacia, se observa como los porcentajes se ubican entre 80 % y 90%. (Ver tabla 3)

Tabla 3. Disminución de horas hombre en el proceso de búsqueda de candidatos.

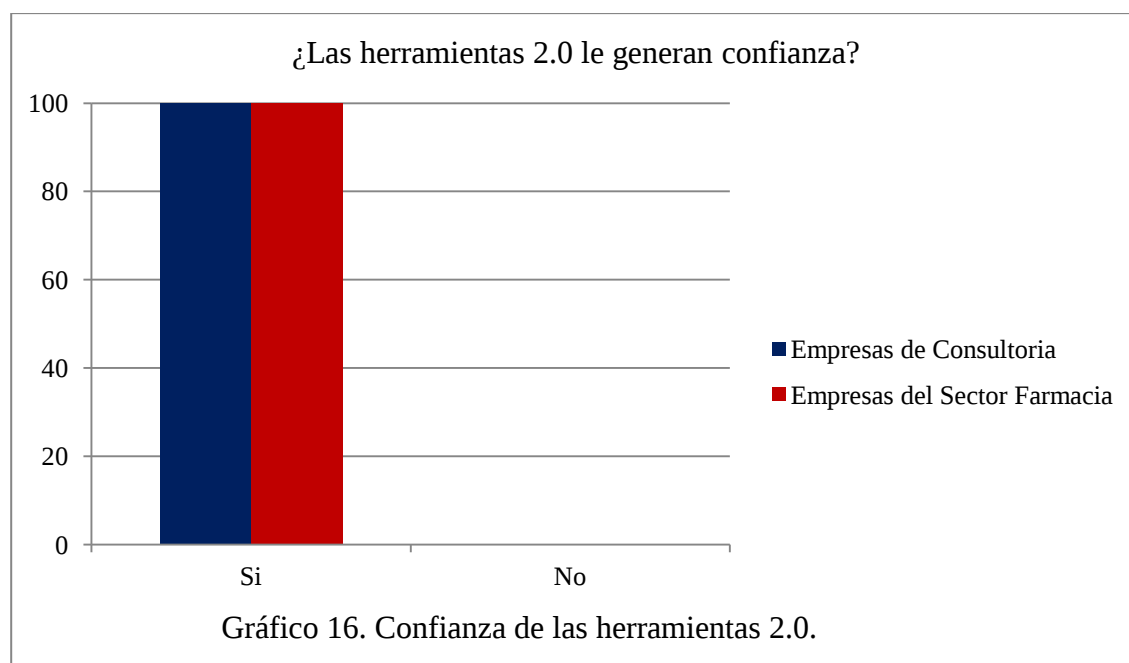
¿Considera usted que las herramientas 2.0 reducen la cantidad de horas hombre en el proceso de búsqueda de candidatos?			
	Si	No	Proporción
Empresas de Consultoría	100%	--	70% - 100%
Empresas del Sector Farmacia	100%	--	80% - 90%

Con respecto a la seguridad que generan las Herramientas 2.0, el 100 % de las empresas estudiadas se encuentra de acuerdo, es decir, consideran que las Herramientas 2.0 son completamente seguras para el proceso de Reclutamiento. (Ver gráfico 15)



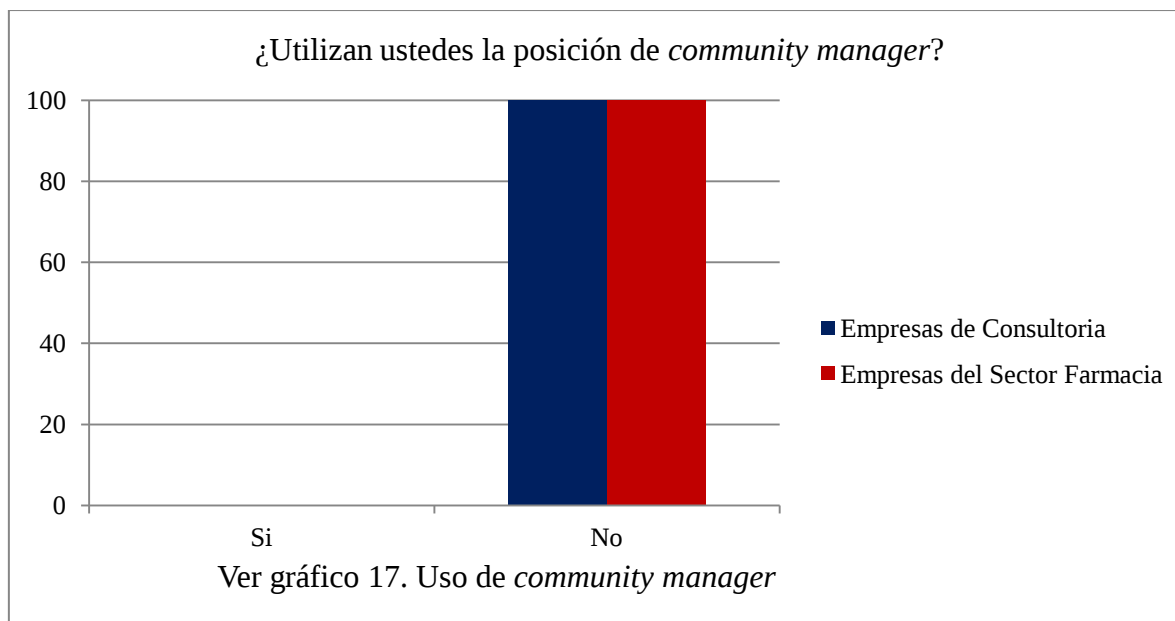
Las herramientas 2.0 le generan confianza tanto a las Empresas de Consultoría, como a las Empresas del Sector Farmacia, esto se evidencia con un 100% de respuestas afirmativas al ítem en cuestión, sin embargo, Díaz (2010) afirma que una de las desventajas del reclutamiento 2.0 es que se encuentra expuesto a hackers y que por lo tanto no es 100 % seguro, además de que se debe generar confianza en el mismo para evitar la pérdida de

candidatos potenciales, esto no representa problemas en las empresas estudiadas. (Ver gráfico 16)

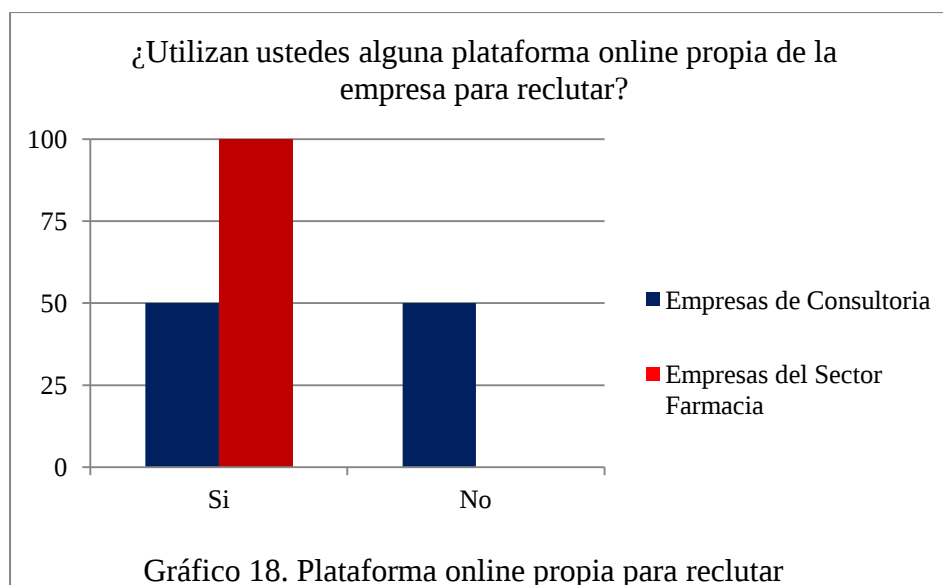


4. Aspectos Generales de la Estructura.

La estructura general del proceso de Reclutamiento 2.0 está compuesto, entre otras cosas por dos aspectos importantes, como lo son el *community manager* y las plataformas online de cada empresa, en este sentido, ninguna de las empresas que fueron estudiadas, tiene dentro de su estructura, la posición de *community manager*, es decir, las redes sociales son manejadas por las personas del equipo, esto hace que se desaproveche, la función del *community manager* que es el manejo de las redes sociales de acuerdo a las necesidades que se presenten en la organización. (Ver gráfico 17)



En el caso de las plataformas online propias de las empresas para reclutar, se observa cómo un 50% de las Empresas de Consultoría cuentan con plataformas online para reclutar, mientras que el otro 50% no cuenta con las mismas, por otro lado el 100 % de las Empresas de Farmacia cuenta con su propio portal de reclutamiento, esto permite un contacto más directo con los candidatos, debido a que no existe intermediarios entre los actores del proceso, esto además permite que las búsquedas se adapten a las necesidades y permite una mayor seguridad y confianza a los candidatos. (Ver gráfico 18)



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo de este estudio consistió principalmente en describir y comparar las prácticas de Reclutamiento 2.0 en las Empresas de Consultoría versus las Empresas del Sector farmacia en el área metropolitana de Caracas en el año 2014, es importante destacar que las conclusiones que se obtienen un vez finalizado el estudio resultan de gran provecho para la muestra seleccionada, porque les permite conocer como se encuentran con respecto al mercado similar al de ellas, además de que les permite conocer que se está haciendo en términos de reclutamiento 2.0.

El motivo por el que se decide estudiar a las empresas de Consultoría de Recursos Humanos del Área Metropolitana de Caracas, es porque las mismas se dedican a apoyar a las empresas como clientes en sus procesos de Reclutamiento y Selección, a través de herramientas actuales como el Internet que hace que el proceso tenga menor duración y menor costo, la Consultora de Recursos Humanos es la relación entre el candidato y la empresa, a su vez la Industria Farmacéutica fue seleccionada, por ser una de las más atractivas al momento de la búsqueda de empleo, contando con una serie de beneficios establecidos en su contrato colectivo que no se perciben en otro tipo de industria, igualmente se ha mantenido a flote, a pesar de las dificultades económicas presentadas en el país, de igual forma, debido a relaciones laborales establecidas en el pasado, se pudo tener acceso a este tipo de información.

El instrumento fue enviado vía correo electrónico, y fue devuelto por la misma vía, se garantizó en todo momento la confidencialidad de los datos recaudados, así como la presentación de los resultados una vez el proyecto fuera culminado.

Se observan muchas similitudes en los resultados de las empresas, tomando en consideración que los dos ramos se enfocan en aspectos distintos, existe amplia relación entre ellos, las empresas fueron escogidas de forma intencional, es decir, que tuvieran las mismas condiciones y que se enfocaran en el mismo negocio, en este aspecto, tiene sentido la similitud y la homogeneidad de los resultados.

Cumpliendo con la operacionalización de la variable y sus dimensiones estudiadas, es importante hacer mención al primer resultado obtenido en el que indica que todas las empresas estudiadas están de acuerdo en que el proceso de Reclutamiento 2.0 consta de 3 etapas, en este caso, planificación, ejecución y evaluación, tomando en consideración esto, en la dimensión de planificación del proceso se evidencia como a pesar de que todas las empresas consideran que el proceso de planificarse, es importante adaptarlo a las necesidades del negocio y del cargo, en este sentido, es fundamental determinar cuáles son los requerimientos del cargo a cubrir, para con base en eso, determinar la complejidad del proceso de planificación, en este sentido es fundamental desarrollar el proceso para que el producto final sea de calidad.

Por otro lado, se observa como las herramientas 2.0 más utilizadas por las empresas son los portales de Búmeran y LinkedIn, también conocidos como redes sociales profesionales, esto representa un gran apoyo para las mismas, porque a través de ellos logran ubicar el candidato ideal para incluirlo en el proceso de selección, igualmente, el uso de palabras claves en este punto es fundamental, ya que esto permite realizar un filtro y ubicar realmente al candidato indicado y con mayor potencial, así como descartar a aquellos que no cumplan con el perfil.

En el caso de las herramientas de procesamiento de datos como los RRS, lectores de RRS y feeds, no son utilizados por las empresas, es importante en este sentido que se realice un estudio a profundidad de las mismas que permita optimizar los resultados al momento de reclutar a través de herramientas 2.0.

Con respecto a la segunda dimensión, la ejecución del proceso de reclutamiento 2.0, se afirma que todas las empresas están de acuerdo en que las técnicas de reclutamiento virtual están desplazando al reclutamiento tradicional, en este sentido también es importante señalar que las técnicas se han combinado, con la inserción al proceso de candidatos referidos y las agencias de reclutamiento externo, en este punto, se hace énfasis en que siempre se debe adaptar el reclutamiento a lo que se está buscando, para aquellos cargos bases, en los que los candidatos sean personas con acceso limitado a la web, será recomendable utilizar otras

técnicas de reclutamiento más tradicionales que permitan a ese candidato acceder a la información.

En la tercera dimensión presentada que se refiere a la evaluación del proceso, los resultados fueron heterogéneos, es decir, las empresas estudiadas consideran que efectivamente es una parte fundamental del proceso, sin embargo no es puesta en práctica por ellas, en este sentido es importante resaltar que el proceso siempre debe ser evaluado, esto permite conocer cuáles son sus fortalezas y sus áreas de oportunidad, de igual forma esto permite que se establezcan las ventajas y desventajas del proceso de reclutamiento 2.0, en este sentido se observa que los resultados con respecto a los costos y al tiempo de aplicación se encuentran en intermedio, es decir, las empresas no consideran que sean costosos, esto podría deberse a lo innovador de los paquetes y la demanda del mercado, que determine el costo de los mismos, igualmente con el tema de los tiempos, las empresas consideran que efectivamente se logra disminuir la cantidad de horas hombre, lo que hace que el proceso sea más eficaz.

Los temas de seguridad y confianza, también influyen en el proceso de evaluación, en este sentido, todas las empresas estudiadas consideran que las redes sociales son seguras y a su vez le generan confianza, esto es fundamental, debido a que el reclutador debe sentirse a gusto con la herramienta que esté trabajando, esto le permitirá confiar en la misma para lograr los objetivos de forma eficaz.

Por último, la dimensión de los aspectos generales de la estructura, tiene con resultado que las empresas no incluyen a la figura de *community manager* dentro del mismo, sin embargo el 50 % de las empresas de Consultoría utiliza su propio portal de reclutamiento, mientras que en las Empresas del sector Farmacia, se determina que un 100% de las mismas tiene su propio portal donde realizan la publicación de búsquedas y los candidatos pueden postularse.

Indudablemente en la sociedad actual, el internet tiene un papel fundamental en el desarrollo de las actividades diarias, en este sentido es importante que las empresas estudiadas profundicen un poco más en este tema, a fin de que logren obtener los mejores resultados, esto

representa un impacto en el proceso, el mismo debe ser planificado de forma minuciosa y con anticipación, permitiendo siempre su adaptabilidad a los requerimientos que presente el cargo, es imprescindible que las herramientas sean conocidas por el reclutador a fin de que el mismo logre involucrar en el proceso las que sean convenientes a fin de obtener el resultado esperado.

LISTADO DE REFERENCIA

- Alles, M. (2006). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos*. (2° ed.). Buenos Aires: Granica.
- Altamirano, C. y Bustos, E. (2005). *Efectos del uso de las tecnologías de información y comunicación en los Recursos Humanos de la empresa INFODEMA S.A. de Valdivia*. Universidad Austral de Chile (UAC).
- Alvira, F. (1996). *Metodología de la evaluación de programas*. Madrid: Cuadernos metodológicos.
- Angulo, K. y Martínez, A. (2007). *Portal propio o portal contratado ¿Cuál medio de Reclutamiento online es más eficiente para las empresas?* Tesis de Grado. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Tesis
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación*. (5° ed.). Caracas: Episteme.
- Aurélien, G. y Fallery, B. (s.f.). *E-recruitment: new practices, new issues. An exploratory study*. [Artículo en línea] Consultado el 2 de mayo de 2012: <http://www.cregor.net/membres/fallery/travaux/pdfs/C-Documents%20and%20Settings-Flo-Mes%20documents-Bernard-Travaux-2009HRISfinal.pdf>.
- Barrios, V. y Leáñez, M. (2004). *Análisis comparativo de las modalidades de servicio de los portales de búsqueda de empleo*. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Tesis en línea.
- Brice, T. y Waung, M. (2002). *Web site recruitment characteristics: America's best versus america's biggest*. Consultado el 24 de abril de 2012 de la World Wide Web : <http://www.freepatentsonline.com/article/SAM-Advanced-Management-Journal/87430604.html>

- Briceño, Estefanía (2012). *Medios Sociales para la comunicación organizacional interna y externa de Recursos Humanos de empresas en Venezuela*. Universidad Católica Andrés Bello (UCAB)
- Carazo, J. (2011). *LonzaBiologics crea una “ventanilla única” online para gestionar el talento*. [Artículo en línea] Consultado el 24 de abril de 2012 de la World Wide Web: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3601440>.
- Cherén, J. (1998). *Internet es fácil, experiencia de un Usuario Común*. Colección Quirón. El Universal.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. (3° ed.). México: McGraw Hill.
- Chiesa, F (2004) Metodología para selección de sistemas ERP. Reportes técnicos en Ingeniería de Software. 17-37
- Coulter, M. y Robbins, S. (2005). *Administración*. (8° ed.). México: Pearson.
- De Freitas, M. (2009). *ADN organizacional del núcleo de Sucre de la Universidad de Oriente*. Tesis de Grado. Universidad de Oriente, Venezuela.
- Díaz, A. (2010). *El Talento está en la Red*. Madrid: Lid.
- Ferraro, Eduardo (2001). *Administración de los Recursos Humanos*. México: Valleta.
- Fulkerson, L. (2010) Types of social media. Sites de OnBloggiinWell: http://www.fundacionbankinter.org/system/documents/5996/original/8_Web20_ES.pdf
- Giacomelli, R. (2009). *Las tecnologías de la información y su aplicabilidad en el proceso de Reclutamiento y selección*. Daena: International Journal of GoodConscience. Tesis en línea.
- Hernández, R., Fernández C. y Baptista P. (1991). *Metodología de la investigación*. México: Editorial McGraw Hill.

- RHPedia (2009). *Reclutamiento 2.0: las redes profesionales intervienen en el 80 por ciento de los procesos de selección de headhunters*. [Artículo en línea] Consultado el 2 de mayo de 2012 de la World Wide Web: <http://Web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=ff202190-7fec-4dcc-b8b8e0a6c8042e64%40sessionmgr4&vid=11&hid=21>
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. (5° ed.). México: Prentice Hall.
- Rojas, P. (2010). *Reclutamiento y Selección 2.0. La nueva forma de encontrar talento*. Barcelona: UOC.
- Singh, L. y Narang, L. (2008). *Behavioral revelation concerning. E-Recruitments*. [Artículo en línea]. Consultado el 4 de mayo de 2012 de la World Wide Web: <http://mls.sagepub.com/content/35/1/25.full.pdf+html>
- Uriondo, M. (2011). *Recursos Humanos teje nuevas redes en Internet*. [Artículo en línea]. Consultado el 16 de mayo de 2012 de la World Wide Web: <http://search.proquest.com/docview/882305025?accountid=119781>
- Wherter, B. y Davis, K. (2000). *Administración de Personal y Recursos Humanos*. (5° ed.). McGraw Hill.

ANEXO

Anexo A Instrumento de recolección de datos

INSTRUCCIONES.

Estimado

Mi nombre es Jefferies Fernández soy estudiante de la carrera de Relaciones Industriales de la Universidad Católica Andrés Bello. Actualmente, me encuentro realizando mi trabajo de grado cuyo objetivo pretende determinar la Prácticas actuales del Reclutamiento 2.0 y compararlas entre empresas de dos sectores de la economía: Laboratorio y Consultoría de Recursos Humanos.

La decisión de utilizar a las empresas de Consultoría de Recursos Humanos del Área Metropolitana de Caracas, se basa en el hecho de que las mismas son las que se dedican a apoyar a las empresas como clientes en sus procesos de Reclutamiento y Selección, utilizando herramientas actuales como el Internet que hace que el proceso tenga menor duración y menor costo, siendo en este caso Consultoría de Recursos Humanos la relación entre el candidato y la empresa

Su empresa ha sido seleccionada para participar en este estudio por lo cual le adjuntamos la encuesta para que nos proporcione la información necesaria para canalizar un conjunto de características presentes en el área a estudiar.

Se le agradece la mayor objetividad en sus respuestas, no le tomará más de 10 minutos. La información suministrada se tratará con estricta confidencialidad, y con su participación le será proveído la presentación de resultados a posteriori.

En el Link copiado a continuación se encuentra la encuesta.

https://docs.google.com/forms/d/1F1MQoygxJ1LMsTRmeR_vVVH1Ao0i__9nHm-UqapKRNw/viewform?usp=send_form

Esperando contar con su participación, le saluda...

Jefferies Fernández

Por favor marque tipo de empresa.

Laboratorio ____

Consultora ____

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA.

En cual nivel se encuentra el cargo que desempeña en la organización:

- Analista ____
- Coordinador/Jefe ____
- Gerente ____
- VP/Director ____
- Otro (especifique) _____

Antigüedad en la organización: _____

Antigüedad en el cargo que desempeña: _____

CUESTIONARIO.

1. ¿Considera usted que el proceso de reclutamiento 2.0 implica tres fases: planificación, ejecución y evaluación? En caso de contestar NO, explicar cómo concibe usted el proceso.

SI ____ NO ____

¿Cómo lo concibe?

2. ¿En su organización se realiza una planificación del proceso de reclutamiento 2.0?

SI ___ NO ___

(Si contesta SI, responder pregunta 3; Si contesta NO pasar a la pregunta 10)

3. ¿El plan de trabajo que se lleva a cabo en la planificación del reclutamiento es aplicable en para todos los niveles de cargo?

SI ___ NO ___

4. ¿Para qué cargos utiliza herramientas 2.0? (Puede marcar varias opciones)

Directivos ___

Gerentes ___

Coordinadores ___

Analistas ___

Operarios ___

Otros: _____

5. ¿Qué herramientas 2.0 utiliza?

Facebook ___

LinkedIn___

My Space___

Blog Corporativo ___

Búmeran ____

Empléate___

Twitter___

Otro _____

6. ¿Utiliza herramientas de procesamiento de información? (Herramientas que faciliten el manejo de la información como son: RRS, Lector de los RRSS Feed, Video, Wiki, y Marcadores y Agregadores)

SI ___ NO ___

(Si contesta NO pasar a la pregunta 9)

7. ¿Cuáles herramientas de procesamiento de información utiliza?

- RRS (Recibir en tu ordenador o en una página web online (a través de un lector RRS) información actualizada sobre páginas web ___

- Lectores de los RRS (programas que permiten darse de alta en las RRS de sus páginas web para recibir artículos y contenidos de su interés)___
- Video (Youtube, Vimeo, Social Cam) ____
- Wikis (Wikipedia) _____
- Marcadores (StumbleUpon, Goodle, Wunderlist ____
- Otros (especifique): _____

8. ¿Utiliza palabras claves para la búsqueda en la web de los candidatos?

SI ____ NO ____

(Si contesta NO pasar a la pregunta 11)

9. ¿Considera usted que el uso de palabra claves permite mayor atracción de candidatos a través del reclutamiento 2.0?

SI ____ NO ____

10. ¿Utiliza las herramientas 2.0 en procesos de reclutamiento externo?

SI ____ NO ____

11. ¿Considera que el reclutamiento 2.0 desplaza las formas de reclutamiento tradicional?

SI ____ NO ____

12. ¿Qué tipo de Reclutamiento Externo utiliza? (Puede marcar varias)

Anuncio diario ____

Agencias de reclutamiento

Candidatos referidos ____

Consulta a los archivos de elegibles de la empresa ____

Otro ____

13. ¿Se realiza una evaluación del proceso de reclutamiento 2.0?

SI ___ NO ___

14. ¿Cada cuánto tiempo realiza la evaluación?

Especifique: ____

15. Considera que los costos de aplicación y utilización de las herramientas 2.0 son:

Altos ___

Intermedios ___

Bajos ___

16. Considera que los tiempos de aplicación y utilización de las herramientas 2.0 son:

Altos ___

Intermedios ___

Bajos ___

17. ¿Considera que con las herramientas 2.0 ha habido un aumento de candidatos potenciales?

SI ___ NO ___

En caso de responder SI, ¿en qué proporción (%)?: _____

18. ¿Considera usted que las herramientas 2.0 reducen la cantidad de horas hombre en el proceso de búsqueda de candidatos?

SI ___ NO ___

En caso de responder SI, ¿en qué proporción (%)?: _____

19. ¿Considera que las herramientas 2.0 son seguras?

SI ___ NO ___

En caso de responder NO, ¿Por qué?

20. ¿Las herramientas 2.0 le generan confianza?

SI ___ NO ___

21. ¿Utilizan ustedes la posición de community manager?

SI ___ NO ___

22. ¿Utilizan ustedes alguna plataforma online propia de la empresa para reclutar?

SI ___ NO ___

En caso de ser SI ¿Cuál? Especifique:
