



DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3547

Importancia de las redes sociales en el reclutamiento de personal en la industria maquiladora en la ciudad de Chihuahua

Adrián Guadalupe Cisneros Villezcas
adrian.crosv@outlook.com

Karina Idalia Holguín Magallanes
kholguin@uach.mx
<https://orcid.org/0000-0001-6512-9524>

Jaime Aguirre Rodríguez
jaguirrer@uach.mx
<https://orcid.org/0000-0002-1678-030X>
ID de investigador de Web of Science
[ABC-8090-2021](https://orcid.org/0000-0002-1678-030X)

Mercedes Ogaz Alamillo
meogaz@uach.mx
<https://orcid.org/0000-0002-7965-3412>

Universidad Autónoma de Chihuahua
Chihuahua, Chih., México

RESUMEN

Las redes sociales se han convertido en el instrumento de comunicación más utilizado por chicos y grandes. **Objetivo:** Determinar la importancia de las redes sociales en el reclutamiento de personal en la industria maquiladora en la ciudad de Chihuahua. **Planteamiento del problema:** Actualmente, las redes sociales son un instrumento importante para el reclutamiento de personal en México, cada vez son más las empresas que dejan los métodos convencionales de reclutamiento y están anunciando sus vacantes por redes sociales, y la industria maquiladora no se está quedando atrás. **Metodología:** La investigación se realizó en la ciudad de Chihuahua, en el periodo de enero a mayo 2020, evaluando la variable del uso de las redes sociales al momento de reclutar personal. La población de interés fue de 41 empresas maquiladoras de la ciudad de Chihuahua. La naturaleza de la investigación fue mixta, ya que se midió una variable mediante varios indicadores. La unidad de análisis fueron las empresas maquiladoras de la ciudad de Chihuahua que contratan personal constantemente. El nivel de confianza que se utilizó fue del 90%. **Resultados:** La hipótesis general se acepta, ya que los principales resultados que se obtuvieron muestran que las redes sociales son el instrumento que más utilizan las empresas maquiladoras para reclutar personal.

Palabras clave: redes sociales; reclutamiento; personal; recursos humanos

Correspondencia: jaguirrer@uach.mx

Artículo recibido 15 setiembre 2022 Aceptado para publicación: 15 octubre 2022

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Cisneros Villezcas, A. G., Holguín Magallanes, K. I., Aguirre Rodríguez, J., & Ogaz Alamillo, M. (2022). Importancia de las redes sociales en el reclutamiento de personal en la industria maquiladora en la ciudad de Chihuahua. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 437-464. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3547

The importance of social media in the personnel recruitment of manufacturing industry in Chihuahua city

ABSTRACT

Social media have become the communication instrument most used by children and adults, but it is not only used to send messages and upload photos, over the years, but social media have also been modified to facilitate more things, for example, sell products, search for various items and even look for a job. This is where the recruiting part comes in, where companies take advantage of the free opportunity offered by social media, to advertise job offers where thousands of people see them and can apply, saving time and money costs. The research was carried out in the city of Chihuahua, in the period from January to May 2020, evaluating the variable of the use of social media when recruiting personnel. The population of interest was 41 manufacture companies from the city of Chihuahua. The nature of the research was mixed since a variable was measured using various indicators. The unit of analysis was the manufacture companies in the city of Chihuahua that constantly hire staff. The confidence level that was used was 90%. The general hypothesis is accepted since the main results obtained show that social media are the instrument most used by manufacturing industry to recruit personnel.

Key words: social networks; recruitment; staff; human resources

1. INTRODUCCIÓN

El reclutamiento de personal para una empresa es una de las partes más esenciales para su buen funcionamiento, de aquí depende por qué se está contratando personal, cuál es la vacante que la empresa necesita cubrir, y con qué perfil es necesario que el postulante cuente para cubrir de una manera efectiva el puesto.

Uno de los primeros pasos, para el reclutamiento de personal, es analizar las necesidades de la empresa. Conocer qué es lo que la empresa necesita, qué puesto es el que se necesita cubrir y cuáles van a ser las funciones que se van a desarrollar en ese puesto.

Para una empresa, la parte de reclutar personal se vuelve en su mayoría uno de los retos más difíciles ya que existen muchas condiciones externas, condiciones fuera de los postulantes y fuera de la empresa que influyen mucho en estos procesos.

Por ejemplo, la oferta y la demanda de nuevos empleos, es uno de los elementos que más influyen en los procesos de reclutamiento, ya que el postulante hace una comparación de las ofertas que encuentra en el mercado y se va por la que mejor le convenga. Otro de los problemas que se topan las empresas a la hora de reclutar es la tasa de desempleo, puede ser muy baja y no encuentren el perfil de la o las personas que necesitan para el puesto, o al contrario puede ser demasiado alta, y encuentren más de uno con las habilidades necesarias para cubrir las vacantes de la empresa. (JobConvo, 2018)

JobConvo afirma que otra de las condiciones que afecta el proceso de reclutamiento, hablando de manera ya interna de la empresa, son las condiciones en las cuales se encuentra operando, por ejemplo qué actividades se realizan ahí, qué horarios laborales manejan, qué ubicación tiene la empresa, el ambiente laboral, la dotación de uniformes, el reglamento de la empresa, si cuentan con prestaciones o algún tipo de bono, o beneficios extra por sus labores, si cuentan con algunas facilidades para empleados tales como transporte, servicio de comedor, dentro de la empresa y hasta los lapsos de pago de sueldos, si se manejan de manera semanal o quincenal.

Generalmente el reclutamiento de personal requiere de la utilización de técnicas apropiadas para la correcta selección de personal y también el uso de fuentes que permitan la captación correcta de personal. Por ejemplo, entre más alto sea el cargo que se va a cubrir, más prevención debe tener la empresa y el área de reclutamiento en ser más específicos y tener una lista de requisitos que el solicitante debe de cumplir.

Reclutar personal también puede ser un procedimiento costoso y en la mayoría de los casos exige inversiones y gastos que la empresa necesita realizar para cubrir sus vacantes de una manera más rápida, gastos tales como publicar anuncios de la empresa, gastos operacionales de salarios al equipo de reclutamiento, honorarios al personal de reclutamiento, material, artículos de oficina etc.

El reclutamiento de personal también puede volverse algo inseguro para la empresa, ya que todos los candidatos externos son prácticamente desconocidos y estos vienen de orígenes y trayectorias profesionales que la empresa en muchos casos no puede verificar con exactitud si son ciertos. En este tipo de situaciones es importante que la empresa, mediante su departamento de capital humano intervenga para el proceso de evaluación e investigación de los candidatos. (Chiavenato, 2018)

Dentro de la empresa, ante estas situaciones de inseguridad, ofrecen a los postulantes, un contrato de prueba, o de determinado tiempo, en el que se estipula un periodo de prueba, precisamente para eso, para tener una garantía frente a la inseguridad que pasa la empresa en este tipo de procesos.

Un dato importante para esta investigación es que el estado de Chihuahua es el estado que tiene más trabajadores que trabajan en la industria maquiladora, según datos del INEGI (2019) Chihuahua se encuentra en el primer lugar de personal ocupado en maquilas con un 13.8%, esto hace al estado el número uno con empleos en las maquiladoras.

Sin embargo, aunque Chihuahua sea el estado que más personal laborando en maquilas tiene, no es el que tiene mas establecimientos de empresas maquiladoras, ya que según el INEGI. El estado que tiene mas empresas maquiladoras es el estado de Baja California con el 17.7%, en segundo lugar se encuentra Nuevo León con el 12.2% y en tercer lugar se encuentra Chihuahua con el 9.1% de las maquiladoras del país.

En esta investigación, se analizaron las variantes implicadas en el proceso de reclutamiento de personal para las empresas maquiladoras, en la primera parte de este estudio, se analizan los antecedentes, el problema de investigación, los objetivos, las hipótesis, la justificación y la delimitación del estudio.

En la segunda parte se muestra el marco referencial que sirvió como base para esta investigación.

La metodología que se llevó a cabo en esta investigación forma parte de la tercera parte de este estudio.

Finalmente se presentan los resultados obtenidos a través de un instrumento de medición aplicado en las empresas maquiladoras de la ciudad de Chihuahua y así mismo las conclusiones y recomendaciones de la investigación, basados en los resultados obtenidos.

ANTECEDENTES

El reclutamiento y selección de personal es una de las partes más importantes para el funcionamiento de la empresa, ya que es un proceso en el cual la empresa contrata talento externo para un puesto que se necesita ocupar. Para lograr esto de una manera eficaz, es de vital importancia tener una planeación de reclutamiento y una estrategia de captación de personal para cubrir con las vacantes, ya que, sin el capital humano necesario, ninguna empresa puede ser competitiva.

Ahora, al hablar de países que incursionaron en el uso de medios electrónicos para el reclutamiento, sobresalen Estados Unidos, pionero en esta rama al emplear Google para el reclutamiento de trabajadores, por otra parte, países como Alemania, Canadá, Reino Unido y Nueva Zelanda, también han hecho uso de estas redes. Por su parte, Grecia, prefiere reclutar trabajadores mediante la plataforma LinkedIn. (Nikolau, 2014)

En Asia, India está liderando la convergencia de prácticas tradicionales e innovadoras en lo relacionado con las empresas. Compañías como HCL Technologies reclutaron el 30% de su personal a través de LinkedIn y otras como Mphasis utilizaron de manera innovadora Facebook para atraer cerca de 7.000 solicitantes, interesados en puestos de trabajo de rango medio. (Rao, 2014)

En Estados Unidos, según la encuesta Jobvite social recruiting survey (2015) 8 de cada 10 empresas usan las redes sociales para reclutar personal y otro 8.7% planea empezar a hacerlo a corto plazo.

En América Latina, vale la pena destacar el caso de México, en el que, de acuerdo con un estudio realizado a 3.104 internautas, se determinó que LinkedIn es la mejor fuente para que las organizaciones contraten talento directivo. Facebook, por su parte, es ideal para contratar jóvenes, ya que el 84% de la juventud mexicana, posee un perfil en dicha red. En general, utilizan la social media para la comercialización, la gestión de perfiles de empleados y la publicidad. (Rao, 2014)

2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS

La naturaleza o enfoque de la investigación fue mixta, ya que se midió una variable con varios indicadores. La investigación fue de tipo aplicada ya que abordó un problema, para posteriormente generar alternativas de solución. La investigación fue de carácter no experimental, ya que no se manipuló la variable de estudio y se trabajó sobre situaciones o hechos ya existentes.

El diseño de la investigación fue transeccional descriptivo, porque se realizó en un espacio de tiempo específico y solo incluirá una variable. El método fue deductivo, ya que se partió de lo general a lo particular. El modo fue de campo con apoyo bibliográfico.

El trabajo de investigación se llevó a cabo en la ciudad de Chihuahua, entre los meses de enero a mayo 2020.

La población de interés con la que se trabajó fueron las maquiladoras de la ciudad de Chihuahua en específico los reclutadores, auxiliares de recursos humanos y encargados de departamentos de recursos humanos. El marco muestral se elaboró tomando en cuenta las maquiladoras según el directorio de maquiladoras en Chihuahua InfoMaquilas, se identificaron 99 en total.

La unidad de análisis fueron las maquiladoras que contaban con las siguientes características:

1. Ubicadas en la ciudad de Chihuahua.
2. Contraten personal para el ámbito maquilero.
3. Contraten a más de 5 personas por semana para las maquilas.
4. Recluten por métodos tradicionales y métodos electrónicos.

El tipo de muestreo fue probabilístico aleatorio, donde las 99 maquiladoras con las características deseadas tendrán la misma probabilidad de ser seleccionadas para participar en la muestra. El tamaño de la muestra fue de **41** maquiladoras, con un nivel de confianza del 90% y error del 10%, para tal efecto se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

La variable de estudio es el reclutamiento de personal y los indicadores que describen la variable fueron los siguientes: antigüedad, puesto, medios de reclutamiento, personas contratadas, redes sociales.

La recolección de datos se realizó mediante un instrumento de medición tipo encuesta con 10 preguntas cerradas. Para la recolección y concentración de datos se utilizó el programa Excel.

2.1 Delimitación del Estudio

La investigación se realizó con el fin de conocer la importancia de las redes sociales en el reclutamiento de personal en la industria maquiladora en la ciudad de Chihuahua, durante el periodo de enero – mayo 2020.

2.2 Planteamiento del problema

Actualmente, las redes sociales son un instrumento importante para el reclutamiento de personal en México, cada vez son más las empresas que dejan los métodos convencionales de reclutamiento y están anunciando sus vacantes por redes sociales, y la industria maquiladora no se está quedando atrás.

Según RD Station (2017) las redes sociales más usadas en México son: Facebook, LinkedIn y WhatsApp.

Al ser las maquiladoras las empresas que cuentan con más empleados, más altos son sus niveles de rotación, por ende, más alta solicitud de cubrir vacantes, para poder con las demandas de las necesidades de su giro. Para ello requieren tener muchos aspirantes, los cuales la mayoría los obtienen de las redes sociales.

Según datos del INEGI (2018) en México, hay 74.3 millones de usuarios de internet y 18.3 millones de hogares con conexión a este servicio, haciendo que anunciar vacantes de empleo en redes sociales, se convierta exponencialmente en que miles de personas vean una oferta de empleo, sin una mayor inversión de tiempo y dinero, aparte con la posibilidad de cubrir las vacantes en un menor tiempo posible.

De aquí la importancia de conocer si las redes sociales, influyen en el reclutamiento de personal para la industria maquiladora y si en verdad ayuda a los reclutadores a cubrir con las necesidades de personal de la empresa.

2.3 Justificación

El reclutamiento de personal, es una parte muy importante para el buen funcionamiento de una empresa, si se va a reclutar a un director, debe tener habilidades necesarias, ciertos conocimientos aprendidos, un historial en algunos otros empleos u otra empresa, si se tiene que contratar personal para nivel operativo, necesita tener ciertas habilidades, conocer al menos algo del puesto y de lo que se le va a contratar, ya que para contratarlo,

se necesita tiempo para anunciar las vacantes, dinero para la publicación de las vacantes y si el postulante que se selecciona, no cuenta con los requisitos para el puesto, se tiene que volver a realizar el proceso de reclutamiento, lo cual también gastos de tiempo y dinero.

Reclutar personal, permite a las empresas darle un nuevo aire al ambiente laboral, atrayendo personas nuevas, con ideas frescas, con una visión externa de la compañía.

Por eso es muy importante, que el reclutamiento se haga de una manera eficiente, se haga un buen análisis de las propuestas que tiene la empresa para escoger a la persona que va a ocupar el puesto.

Las redes sociales cumplen un buen papel en ayudar a que las ofertas de personas para ocupar el puesto sean mayores, pero no solo se necesita un anuncio llamativo, también es necesario ser lo más específicos posibles con la vacante que se está ofertando, para no caer en merma de personal que se postulen para el puesto y no cumplan con los requisitos necesarios.

Es por lo que se pretende identificar, si el reclutamiento por redes sociales es el más eficiente para las empresas maquiladoras, ya que estas, reclutan personal de manera masiva, y constantemente están contratando personal para cubrir con las vacantes y necesidades de las maquiladoras.

2.4 Objetivo General

- Determinar la importancia de las redes sociales en el reclutamiento de personal en la industria maquiladora en la ciudad de Chihuahua.

2.4.1 Objetivos Específicos

- O1. Destacar que tan influyentes son las redes sociales en el proceso de reclutamiento de personal en la industria maquiladora.
- O2. Describir las ventajas del reclutamiento de personal por redes sociales para la industria maquiladora.

2.5 Hipótesis General

- El 80% de las empresas maquiladoras en Chihuahua consideran importante el uso de redes sociales en sus procesos de reclutamiento.

2.5.1 Hipótesis Específicas

- H1. Facebook y WhatsApp son las redes sociales que más influyen en el proceso de reclutamiento de personal para la industria maquiladora.

- H2. Las redes sociales tienen ventajas al momento de reclutar personal ya que aceleran el proceso de reclutamiento.

3. DESARROLLO

3.1 Marco Conceptual

Obeso (2019), define una **red social** como un conjunto de personas que tienen vínculos entre sí sea por temas comerciales, amistad, trabajo, parentesco, etc.

El **reclutamiento de personal** es localizar, identificar y atraer a los candidatos más capaces para cubrir con las vacantes de una empresa. (Robbins, 2010)

El **reclutamiento** es un conjunto de procedimientos usados en el proceso de convocatoria de personas aptas para un determinado tipo de actividad. (Estela, 2020)

Facebook es una red social que fue creada para poder mantener en contacto a las personas y que estos pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con amigos y familiares. (Regalado, 2018)

Según Balderas (2017), las **empresas maquiladoras** son fábricas de ensamblaje, manufactureras y de servicios, destinadas a la transformación, elaboración o reparación de mercaderías de procedencia extranjera cuyo destino principal es la exportación hacia los Estados Unidos. En la mayoría de los casos, las empresas tienen capital estadounidense, japonés, coreano, canadiense y alemán. No obstante, existe un reducido número de maquiladoras de propiedad nacional, pero son, esencialmente, empresas subcontratadas.

Vacante el uso más habitual de concepto está relacionado con una posición, un cargo o un puesto. La vacante puede completarse con la incorporación de una persona ajena a la organización (Pérez J. , 2013)

Se conoce como **personal** al conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, empresa o entidad. El personal es el total de los trabajadores que se desempeñan en la organización en cuestión. (Merino, 2014)

3.2 Marco Teórico

Reclutar personal es buscar a los mejores candidatos para cubrir con las vacantes de una empresa, para ello es necesario que el área de reclutamiento o capital humano desarrolle estrategias para la búsqueda de buenos perfiles, para las cuales publica ofertas laborales en diferentes medios.

Prácticamente, la parte del reclutamiento es el primer paso, donde se atrae a personas interesadas en trabajar, a cubrir el puesto de trabajo. Por esta situación, el número de personas que acuden a una entrevista puede ser mayor al número de vacantes disponibles. Para ello es necesario una selección de personal, según lo requiera la empresa, competencia de los solicitantes y habilidades de ellos.

Los medios de reclutamiento más comunes entre las empresas son, los anuncios en periódicos locales, anuncios en radio, lonas, carteles y espectaculares, volanteo en lugares concurridos, posteo en zonas de concurrencia o paradas de autobús, puntos de atención a postulantes.

En este apartado es donde hace presencia la importancia de las redes sociales, y cómo estas han ayudado a las empresas a encontrar personal de manera mucho más rápida para cubrir sus vacantes.

Como en todo, la tecnología ha hecho la vida de las personas más fácil, y el reclutamiento de personal no se quedó atrás, ahora es mucho más fácil la captación de personal para cubrir vacantes mediante la publicación de anuncios en redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp.

Hablando de Facebook, en esta red social existen grupos dedicados específicamente a la publicación de vacantes de empleos, en los cuales el número de miembros de grupo supera los 50 mil integrantes por grupo, existiendo aproximadamente un total de 30 grupos de empleo en la ciudad de Chihuahua.

Esto hace que la captación de personas al anunciar una vacante de empleo sea altamente exponencial, a comparación de utilizar un método más anticuado como dar volantes en un punto específico.

Reclutar personal por redes sociales como Facebook, permite una más grande variedad de personal a seleccionar, ya que, al publicar un anuncio de vacante, aproximadamente le llega al menos a un veinte por ciento del universo que se encuentra en el grupo de vacantes de esta red social. Publicar vacantes de empleo y reclutar personal por redes sociales, se puede volver una actividad complicada ya que, al anunciar una vacante en redes sociales, se pierde un contacto directo con el postulante y esto puede provocar que el margen de personas que no cumplan con los requisitos para cubrir la vacante se vuelve más grande.

Para Castro (2016), el uso de internet para el reclutamiento por web es el más extendido en los procesos de reclutamiento y selección. Tanto las webs de las propias organizaciones como los portales especializados se han vuelto más que populares y han cambiado las prácticas sociales de captación de talento, haciendo que el reclutamiento en línea se consolide como el medio de mayor eficacia y eficiencia. Los candidatos distan mucho de ser un grupo homogéneo, por ejemplo, los jóvenes pueden ser más favorecidos por este tipo de reclutamiento en relación con los candidatos más maduros.

En la actualidad, ya no se requiere de inversiones gigantescas para poder encontrar a personas con talento, sobre todo a los llamados candidatos pasivos, de hecho, gracias a las redes sociales ya son consideradas la mejor forma de ubicar, identificar y contactar con estos candidatos, lo cual era bastante difícil hasta hace poco. Los profesionales de Recursos Humanos pueden centrarse ahora en los candidatos potenciales que realmente están calificados para el puesto, dando tiempo para la correcta y efectiva revisión de perfiles y para la posterior fijación de entrevista. Es decir, no tendrán la necesidad de ver cientos de currículos para encontrar la terna óptima, lo que les ayudará a ahorrar tiempo, dinero y esfuerzo en un proceso que era largo tedioso y costoso. (Rojas, 2010)

Según Buenadicha (2016), la aparición del internet ha cambiado la manera de hacer negocios por parte de las organizaciones y dentro de ese proceso de cambio, se ha gestado el reclutamiento a través de internet, que transforma de manera importante la manera en que las empresas localizan y atraen candidatos adecuados para los puestos de trabajo. La contratación electrónica es el proceso en el que utilizan las organizaciones con el fin de descubrir y contratar a personas con talento a través de internet. Dentro del reclutamiento online se pueden seguir distintas vías de acceso a los candidatos. Las compañías pueden emplear sitios de web corporativos, portales de empleo, redes sociales y otros menos comunes como foros de empleo, chats, grupos de noticias entre otros.

El uso de internet, y en concreto de redes sociales como herramientas a la hora de reclutar, ha generado que las empresas se hayan vuelto mucho más proactivos, aumentando su participación en una amplia gama de plataformas virtuales. Así, buscan acercarse donde están los candidatos, con el fin de involucrarlos en el proceso de contratación. Esto, a razón de que cada vez son más los candidatos que buscan un empleo

a través de medios virtuales, como web laborales y sitios de redes sociales. (Jiménez Meza, 2014)

Los reclutadores y psicólogos industriales organizacionales de Puerto Rico utilizan diversos métodos de selección de personal durante el proceso de reclutamiento. Durante las primeras fases del proceso los reclutadores filtran los candidatos con los requisitos mínimos que son necesarios para el puesto de trabajo. El método de preselección tradicionalmente más usado es con el "Curriculum Vitae". La mayoría de las organizaciones utilizan el "Curriculum Vitae" para obtener el perfil de cualidades y competencias profesionales de un candidato. Actualmente con el desarrollo de páginas de redes sociales y la accesibilidad de información por medio de buscadores en línea, se ha encontrado que este es un nuevo recurso muy efectivo que utilizan los reclutadores. Hoy día, no hay evidencia que justifique como se valida el uso de esta técnica como método de preselección o durante el mismo proceso de selección. Por esta razón es importante conocer las actitudes de los reclutadores en Puerto Rico hacia el uso de estos medios en la "web" durante los procesos de selección. Actualmente los procesos de selección se desarrollan comenzando con el reclutamiento, anunciando un puesto vacante en el periódico local o en internet, tablones de edicto de las organizaciones o referencia personal. Luego se evalúa el "Curriculum Vitae" para ver si cumple con las especificaciones del puesto. Usualmente se lleva a cabo una entrevista de empleo y luego se hace una oferta de empleo. (Zapata & Labrador, 2014)

Por su parte Zapata & Labrador (2014) también afirman que con más de 500 millones de usuarios de la página de red social llamada "Facebook", diferentes investigadores han indicado que muchos reclutadores en diferentes organizaciones han optado por buscar en los medios de redes sociales y buscadores en línea como "Google" y "Yahoo" para filtrar candidatos antes de la entrevista de empleo. Además, en las páginas de redes sociales pueden encontrar fotos, comentarios o anécdotas sobre vacaciones, información sobre afiliación religiosa y política, preferencia sexual, y estado civil entre otras, que muchas veces están reguladas por la ley al momento de reclutamiento.

Para Ruiz (2014), a partir de la visión general de la importancia del proceso de reclutamiento y la utilización de las redes sociales y teniendo en cuenta que, el 48,7% de las empresas españolas recurren a las redes sociales a la hora de reclutar al nuevo personal, la cuestión que se plantea son ¿qué es lo que tratan de encontrar los

reclutadores en las redes sociales?; la respuesta es sencilla, las empresas, cada vez de manera más consciente, están interesadas en trabajadores valiosos, con conocimientos, habilidades y capacidades.

En este sentido, la cultura anglosajona ha ido introduciendo un nuevo concepto en donde se recogen las prácticas y herramientas capaces de reducir la labor que los métodos tradicionales evocaban.

Rojas (2010), afirma que Twitter, Facebook, XING Y LinkedIn están siendo utilizadas ya como verdaderas herramientas multiuso y uno de esos usos es precisamente la búsqueda de personas. Y aunque es poco probable que los métodos actuales para seleccionar y reclutar personas sean sustituidos del todo, sí que la experiencia en otras como, por ejemplo, en la búsqueda de empleo, indica que las redes sociales serán un medio determinante para encontrar candidatos acordes con el perfil buscado, por lo que gradualmente se integrara su uso a lo que ya existe en el proceso tradicional, con el valor añadido que sus características involucran.

Estas nuevas formas de buscar personas no entran en conflicto con los métodos tradicionales, ni cuestiona los antiguos modelos todavía en uso, simplemente abre una nueva vía para la búsqueda de talento a través de herramientas cada vez más utilizadas en este y muchos otros campos.

De acuerdo con Sánchez (2019), lo que se puede observar es que las medianas empresas prefieren usar herramientas donde puedan tener bases de datos virtuales de los postulantes a través de encuestas que realizan o evaluaciones en línea para medir actitudes psico laborales. Asimismo, muchas empresas usan las redes sociales como Facebook para poder publicar diversos requerimientos de personal, así como también hacer uso de páginas de empleo especializadas.

En paralelo, las redes sociales continúan con su crecimiento exponencial en un proceso imparable de adhesión de usuarios, con la incorporación de miles de profesionales a través de las muchas plataformas y redes que ya forman parte de una cotidiana actividad social, personal y profesional. Actualmente, las redes sociales tienen una clara orientación social, imperando las relaciones personales y la posibilidad de comunicar, encontrar y compartir información e intereses que enriquecen y proyectan al usuario. Esta proyección de la personalidad, gustos e intereses que manifiesta el usuario, ha permitido a los profesionistas del talento humano utilizar estas plataformas sociales

como una herramienta más en los procesos de reclutamiento y selección, permitiéndoles contactar, captar y conocer a candidatos potenciales. (Hernández, Liquidano, & Silva, 2014)

Por su parte Contreras, Camacho, & Badran (2017), comentan que, en la fase de reclutamiento, el uso de las redes sociales es una estrategia de negocios exitosa “por su eficacia y rentabilidad” puesto que impulsa la imagen de la compañía y al mismo tiempo, permite realizar seguimientos y producir en los postulantes un efecto de familiaridad, pues la marca de empresa permite entablar lazos, fortalecerlos y aumentar la confianza, tanto así que gracias a ella muchos no rechazan el contacto online.

En el caso de los departamentos de Recursos Humanos, la utilidad de las redes sociales en sus procesos de selección y reclutamiento significa un gran beneficio en aspectos como tiempo, eficiencia, costos y difusión. Un contenido o convocatoria publicada en Facebook, LinkedIn o Twitter, puede volverse viral en la red. Igualmente, la publicidad online, resulta más económica en las plataformas virtuales que en los anuncios publicados en medios impresos. Las empresas pueden llegar a un público más amplio y agilizar la contratación, convirtiéndola en una fase más automatizada, acertando en la selección de los candidatos que más se ajustan al perfil que buscan.

No obstante, los perjuicios no pueden omitirse, aunque el carácter público de las SNS facilita acceder a la información, en redes como Facebook y Twitter los contenidos y datos aquí expuestos no están específicamente diseñados para propósitos laborales, por lo que pueden influir de forma negativa, al no ser controlados conscientemente por parte del usuario.

Para Kelkar & Kulkarni (2013), exponer datos de carácter personal y no tener el dominio completo de lo que sus contactos pueden publicar sobre ellos, conlleva a que exista el temor de que los potenciales reclutadores puedan ver este tipo de información. Esta situación puede tornarse complicada cuando dicha información conlleve problemas de discriminación.

Según García, y otros (2016), consideran que los empleados de Recursos Humanos deben aprovechar los beneficios y ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías en el ámbito de la selección; su éxito depende en gran medida de la buena elección que hagan de capital humano y reclutar por redes sociales les permite encontrar candidatos con capacidades, conocimientos, habilidades, experiencia, aptitudes, actitudes, valores, necesidades,

disposición, etcétera. El proceso de reclutamiento y selección es una herramienta valiosa que permite conocer el potencial de los candidatos para poder elegir el talento más cualificado.

Para Cárdenas, Tumbaco, & Rose (2018), las empresas que colocan avisos en el internet con el objetivo de reclutar personas para que tengan la posibilidad de ocupar un puesto de trabajo en la empresa, tienen mayores beneficios y ventajas que las compañías que realizan la misma actividad, pero de manera tradicional. Los beneficios que se presentan tienen que ver con la reducción de costos, el alcance y la cantidad de información que se puede subir sin restricción de número de palabras.

Anteriormente el proceso de reclutamiento se realizaba publicando el aviso con tiempo anticipado, se revisaban los currículos obtenidos y se realizaba una preselección; la incidencia que han tenido las redes sociales en el proceso de reclutamiento ha significado un ahorro de tiempo del 40% al utilizar esta tecnología.

Las ventajas de usar esta fuente de reclutamiento son varias, muchas de ellas radican en el conocimiento de haber estado ya en la empresa, y así conocer la organización, los objetivos, el organigrama, y a su vez la organización ya conoce las competencias del trabajador. El proceso tiene mayor fiabilidad y se reduce el margen de error al tratar con sujetos ya conocidos con anterioridad.

Los empleados se sienten más seguros y comprometidos, la motivación aumenta al sentirse parte de la empresa y ver que esta confía en ellos, se aprovechan las inversiones realizadas en formación y por último es más barato que el reclutamiento externo porque evita gastos de publicidad, por ejemplo. (Muñoz, 2014)

Para Muñoz (2014), los propios empresarios de organizaciones con sede en España debatieron entre ellos cuales son las ventajas de usar esta técnica y saber el porqué del uso de las grandes empresas de otros países: En primer lugar, un menor gasto económico al que se suma la posibilidad de acceder a un mercado más amplio de candidatos y la oportunidad para practicar el llamado employer branding: es decir, posicionar la imagen de la empresa como un lugar positivo para trabajar. Algunas empresas aprovechan sus canales de empleo en las redes sociales para darse a conocer entre potenciales clientes jóvenes a los que resulta difícil acceder por las vías antiguas. No puede quedar sin mencionar además el ahorro, pero no solo ahorro monetario de no poner anuncios en determinados periódicos o secciones o el gasto que se origina al crear panfletos o

campañas publicitarias, hay otro tipo de ahorro que es muy importante para las empresas y que este tipo de contratación administra muy bien, y es el ahorro del tiempo, ya que una oferta en internet puede llegar a muchos candidatos en cuestión de segundos, estos no necesitan ir a una tienda o quiosco a comprar un periódico y ojear la sección de empleo, solo con estar conectado a internet ya puedes ver las ofertas y contestarlas de manera inmediata, lo que para la empresa supone un recorte del tiempo empleado en reclutar por otras vías.

Tabla No. 2 Ventajas e inconvenientes de reclutar por redes sociales

	VENTAJAS	INCONVENIENTES
PARA LA EMPRESA	Acceso a los candidatos pasivos Cobertura internacional Presencia incrementada Rapidez Contacto directo Ahorro de costos Gran segmentación Pequeñas empresas Control de competencia Actualización de información Candidatos con habilidades tecnológicas	Falta de actualización Sobrecarga de información Know-how de reclutamiento Reclutadores online Nuevos gastos Buzón de quejas y sugerencias Identidad online Mentiras en la red Sistema informático
PARA EL CANDIDATO	Más información del puesto Más información de la vacante Ofertas de empleo diarias Conocimientos del mercado de trabajo Mejoramiento de posibilidades Nuevos puestos de trabajo Mejores ingresos	Candidatos que no son usuarios de internet Falta de privacidad Eliminación de determinados puestos Imagen cibernética

Fuente: Tomado de (Moreno, 2015)

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

En este apartado, se analizan los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas al personal de reclutamiento y de recursos humanos de las empresas maquiladoras seleccionadas de la ciudad de Chihuahua.

En este punto se presenta una descripción detallada del proceso de investigación, de todos los resultados obtenidos, incluyendo gráficas y tablas que ayudarán a entender más la situación actual del reclutamiento por redes sociales mediante los datos recolectados. De estas 41 empresas entrevistadas, el 30% (12 de estas) se ven influenciadas por dos variantes al momento de contratar personal, la variante número 1 es algo que ellos le llaman “temporada alta” que es cuando deben tener un alto número de producción y debe tener plantillas completas o saturadas. Y la “temporada baja” que es cuando la producción no es tan alta, entonces no es necesario tener plantillas completas.

Así que en algunas de las preguntas que se le realizaron al personal de reclutamiento y recursos humanos, se tuvo la necesidad de separar resultados en las empresas maquiladoras que se ven influenciadas por las temporadas altas y bajas, con las que no se ven afectadas con este tipo de temporadas

Tabla No. 3 Reclutamiento de personal por mes

Maquiladoras influenciadas por temporadas		Maquiladoras que contratan sin importar temporada
30% de las entrevistadas		70% de las entrevistadas
Temporada alta	Temporada baja	45% de estas contratan 10 a 20 personas por mes
Más de 100 personas por mes	Aproximadamente 20 personas por mes	55% de estas contratan a más de 20 personas por mes

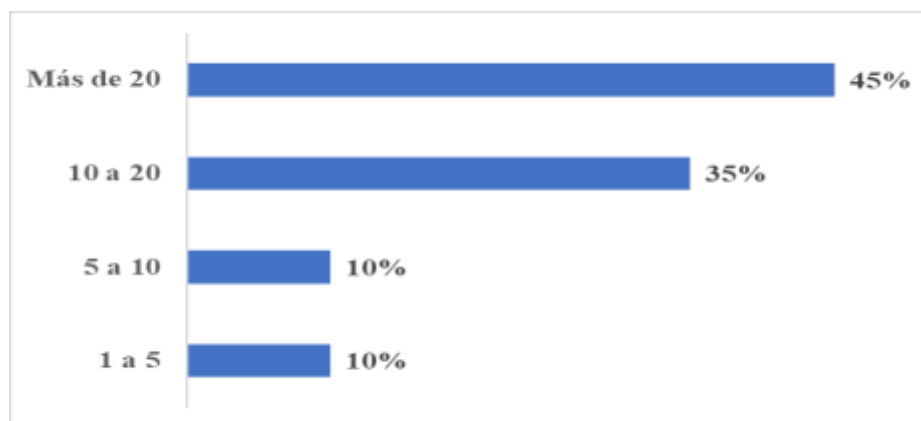
Fuente: Elaborado por los autores

En esta tabla se observa que el número de personal que se contrata va influido por temporadas altas y temporadas bajas, cuando se encuentran en una temporada alta, el número de personas que se contratan por mes puede ser de hasta más de 100 personas, ya que la maquiladora les solicita tener cupo lleno o sobrecupo en las áreas de producción para poder tener listas las demandas requeridas.

Estas temporadas altas suelen ser enero, septiembre, octubre y noviembre, mientras que, en los periodos de temporadas bajas, que serían los meses de febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto y diciembre, contratan aproximadamente de 20 a 25 personas por mes.

Por otra parte, las empresas maquiladoras que no se ven influenciadas por las altas y bajas temporadas, también concuerdan en que contratan un aproximado de 20 personas por mes.

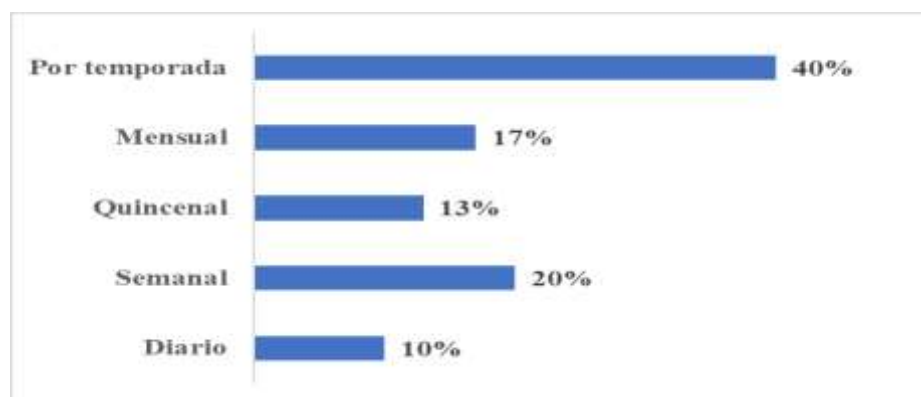
Gráfica No. 1 Cantidad de personas contratadas por mes



Fuente: Elaborado por los autores

El mayor porcentaje de las empresas maquiladoras se ven influenciadas por contrataciones por temporadas por lo que contratan personal numérico mayor a 20, mientras que, del otro porcentaje, contrata entre 10 a 20 personas por mes.

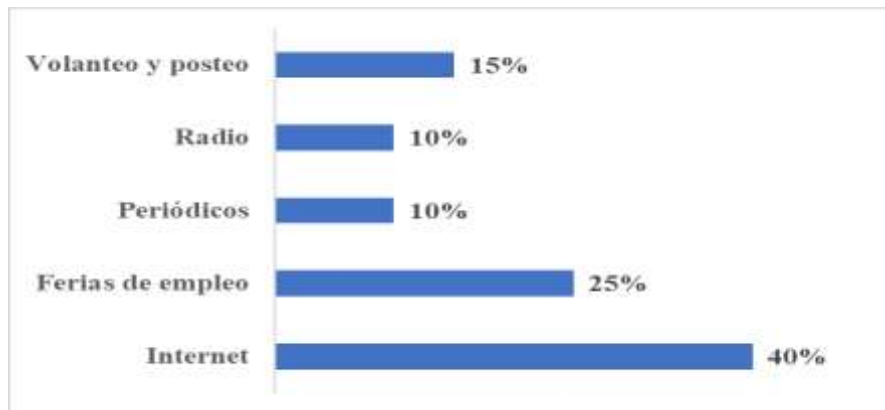
Gráfica No. 2 Frecuencia de reclutamiento de personal



Fuente: Elaborado por los autores

En esta gráfica muestra cada cuanto tiempo las empresas maquiladoras contrataban personal, el 40% de las empresas maquiladoras, solicitan a su área de recursos humanos y reclutamiento, llenar o sobrellenar las plantillas, por temporadas. Maquiladoras como TRW, Pace Industries y Superior, comentan que los procesos de reclutamiento son por temporada, ellos se manejan por “temporadas altas” que es cuando más personal contratan, para tener listas las piezas o productos necesarios que se les demandan, cuando se trata de una temporada baja, los procesos de reclutamiento son pocos, la mayor parte quincenal o semanal, pero solamente para cubrir bajas, renunciaciones o despidos.

Gráfica No. 3 Medios de reclutamientos más utilizados



Fuente: Elaborado por los autores

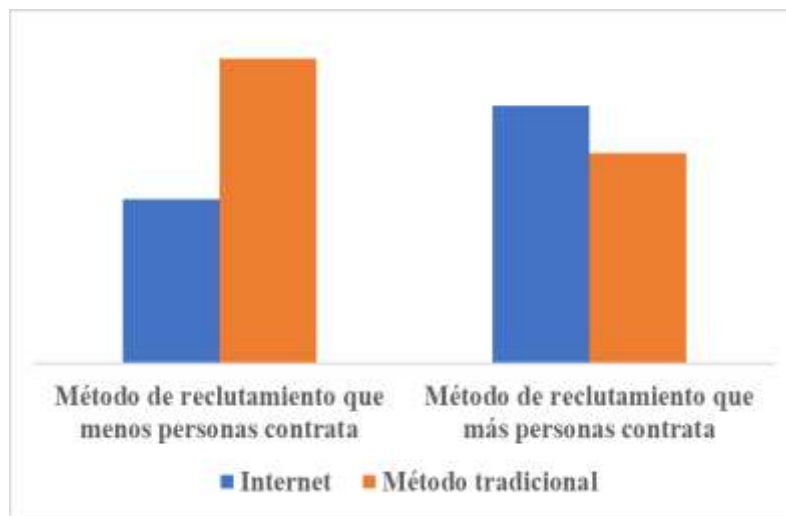
En la gráfica 4, se puede observar que los medios de reclutamiento que más utiliza el área de recursos humanos y los reclutadores para atraer personal a contratarse, es por medio de internet (redes sociales) con casi un 40% de aprobación por encima de otros medios de reclutamiento como ferias de empleo, volanteo, periódico y radio.

Las redes sociales facilitan el encontrar personas interesadas para ocupar las vacantes solicitadas, hablando de las maquiladoras que tienen sus “temporadas altas” las redes sociales les ayudan a encontrar un gran número de solicitantes exponencialmente mucho más alto, que cualquier otro medio de reclutamiento.

Las ferias de empleo también ayudan en este tipo de situaciones, pero la mayoría son organizadas y reguladas por municipio entonces muchas veces las fechas de las ferias de empleo no concuerdan con sus necesidades de reclutamiento, y no se benefician al 100% de estas.

Por último se encontró que, las vacantes en periódicos locales y en radio, son las que menos personas para entrevistas atraen, esto en primera instancia porque ya casi nadie compra el periódico, ya solo es comprado por personas de la tercera edad que se les dificulta el uso de las nuevas tecnologías, ahora todas las noticias se anuncian más rápidamente en internet, y llegan a un mayor número de personas, en segunda, la radio pasa por la misma situación, ahora con tantas aplicaciones de música, la radio ha dejado de perder público, lo cual hace a estas dos opciones, de las que menos atraen personal para entrevistas.

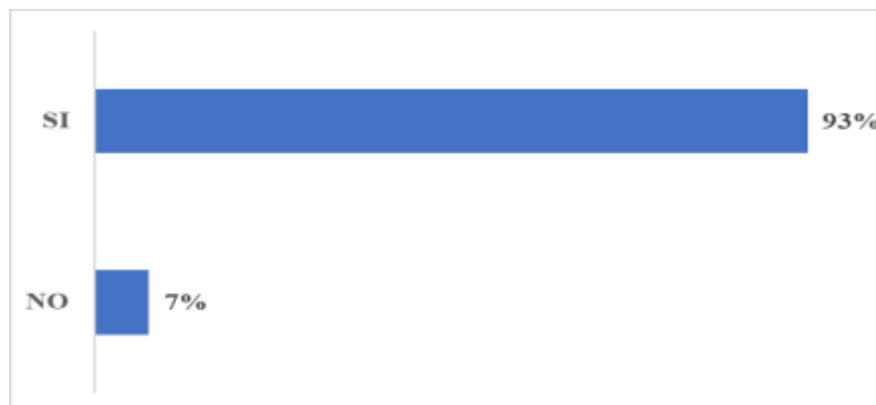
Gráfica No 4. Método de reclutamiento



Fuente: Elaborado por los autores

Una de las interrogantes más importantes para esta investigación fue saber cuál es el método de reclutamiento con el que más se atrae personal que si se contrata como se comentó anteriormente las redes sociales, son los medios de reclutamiento que más personal atraen, pero no es el medio más efectivo. Se pudo comprobar que el medio de reclutamiento que más atrae personal que si se contrata en Chihuahua, es el método tradicional con las ferias de empleo, a ellas asisten cientos de personas y la mayoría ya va con una actitud ya lista para trabajar, la mayoría ya lleva su papelería lista para su contratación y ya conocen las actividades que realiza la empresa, sueldos, prestaciones etc.

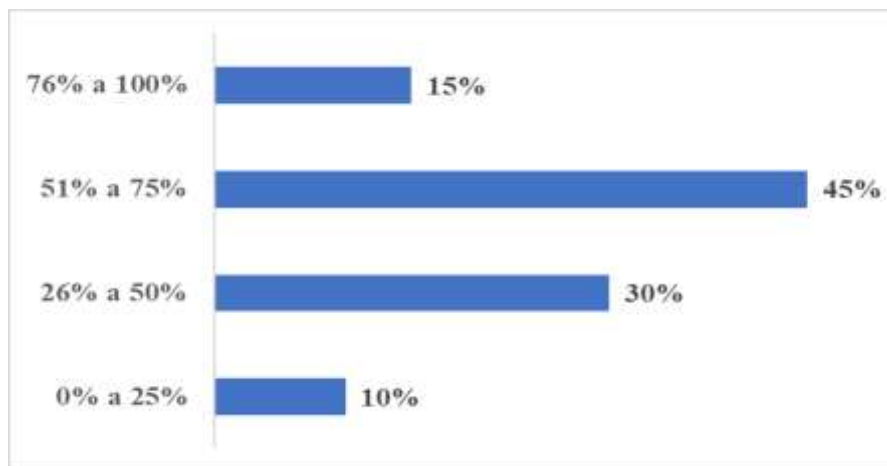
Gráfica No 5. Redes sociales, buena fuente de reclutamiento



Fuente: Elaborado por los autores

Para el personal de recursos humanos y de reclutamiento de las empresas maquiladoras, aun así consideren que las redes sociales son el instrumento de reclutamiento que menos personal contratan, son el que más utilizan ya que es el más efectivo en cuanto a tiempo se refiere y más rápido les da resultados, por ejemplo, las ferias de empleo no son cada semana ni cada quincena, son generalmente una vez cada mes o cada dos meses, entonces muchas veces no se empalman con los requerimientos de personal que están solicitando las empresas maquiladoras, lo que hace tener que recurrir a otros medios. Es aquí donde entra el trabajo y la eficacia de las redes sociales, a diferencia de esperar la fecha y/o planeación de una feria de empleo, simplemente se hace un anuncio con una foto llamativa, se anuncia en redes sociales y en cuestión de poco tiempo ya se cuenta al menos con un mínimo de personas interesadas en la vacante anunciada.

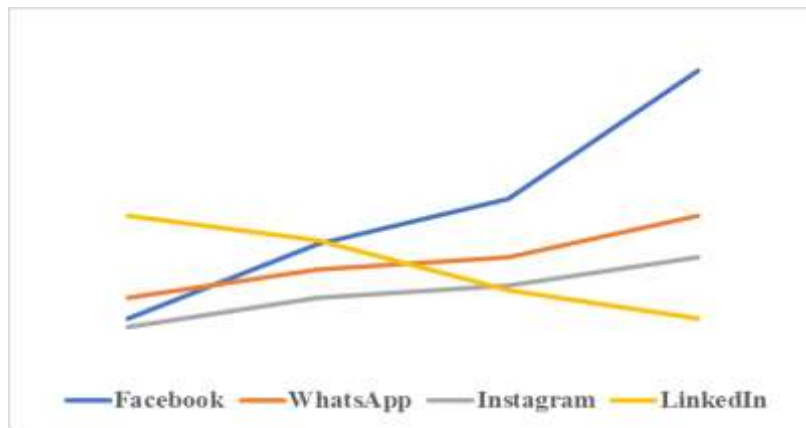
Gráfica No. 6. Porcentaje de reclutamiento por redes sociales



Fuente: Elaborado por los autores

Los reclutadores y personal de recursos humanos concuerdan en que utilizan entre el 51% y el 75% las redes sociales para reclutamiento, basándose también en las necesidades de la maquiladora, de cuanto personal y cuando necesiten personal. Por ejemplo, para las maquiladoras influenciadas por las temporadas altas, tratan de utilizar al máximo las redes sociales para llenarse de aspirantes y poder cumplir con la solicitud de vacantes, mientras que las que no se ven influenciadas por estas temporadas utilizan un 60% el uso de reclutar por redes sociales y el otro 40% lo distribuyen en otros métodos como lo son la radio, el periódico y el volanteo y posteo.

Gráfica No. 7 Redes sociales más utilizadas para el reclutamiento de personal



Fuente: Elaborado por los autores

En este gráfico, se puede observar como el uso de la red social Facebook es mucho superior a cualquier otra a la hora del reclutamiento de personal, a diferencia de otras como WhatsApp o Instagram, LinkedIn es una red que ha venido a la baja, y ahora solo se utiliza en ocasiones aisladas y solo para puestos ejecutivos o administrativos, no para los operativos, por lo cual es la menos utilizadas de todas las opciones.

Gráfica No. 8 Ventajas de las redes sociales para el reclutamiento de personal



Fuente: Elaborado por los autores

Como se puede observar en el gráfico, la mayor ventaja es contar con una gran variedad de solicitudes las cuales ayudan a tener un amplio criterio para la selección de personal, otras ventajas importantes son el ahorro de tiempo y el ahorro de costos al momento de reclutar personal.

Gráfica No. 9 Desventajas de las redes sociales para el reclutamiento de personal



Fuente: Elaborado por los autores

En la gráfica se observa que la mayor desventaja es tener personal que no cumple con los requisitos que la empresa maquiladora necesita, por lo cual es personal que se tiene que desechar, en segundo lugar, se considera como desventaja que al tener mucho personal para entrevistar, se saturan las agendas, cada entrevista debe durar entre 20 y 30 minutos y solo se puede entrevistar un máximo de 16 aspirantes por día, otra desventaja es la falta de confiabilidad en los datos, situación más recurrente cuando se trata de una vacante con un sueldo más alto, para un puesto administrativo o gerencial.

5. CONCLUSIONES

El principal objetivo de esta investigación fue analizar la importancia de las redes sociales en el proceso de reclutamiento de personal para las empresas maquiladoras en la ciudad de Chihuahua; esto debido a que en los últimos 5 años la tecnología en general ha aumentado exponencialmente, lo que ha hecho que miles de personas tengan acceso a las redes sociales, haciendo a Facebook la red social con más personas registradas, las redes sociales se hayan convertido en una herramienta prácticamente esencial que utilizan los reclutadores y el personal de recursos humanos para atraer personal para cubrir con las vacantes y necesidades de las empresas maquiladoras.

Se plantearon diferentes objetivos para conocer si las empresas maquiladoras utilizan las redes sociales para reclutar personal, el objetivo principal fue ubicar la importancia de las redes sociales en el reclutamiento de personal en la industria maquiladora en Chihuahua, dentro de los objetivos específicos se encontraban destacar que tan influyentes son las redes sociales en el proceso de reclutamiento de personal para la industria maquiladora,

y describir las ventajas del reclutamiento de personal por las redes sociales para la industria maquiladora.

Para poder obtener los resultados de los objetivos ya mencionados, se llevaron a cabo entrevistas a personal de recursos humanos que labora en estas empresas maquiladoras con el fin de poder comprobar o rechazar las hipótesis. En base a lo anterior, se pudo concluir lo siguiente:

Hipótesis general: El 80% de las empresas maquiladoras en Chihuahua consideran importante el uso de las redes sociales en sus procesos de reclutamiento. Esta Hipótesis se acepta debido a que el 95% de las maquiladoras entrevistadas, consideran que es importante el uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento de personal.

Hipótesis específica 1: Facebook y WhatsApp son las redes sociales que más influyen en el proceso de reclutamiento de personal para la industria maquiladora. Esta hipótesis se descarta, ya que solo Facebook es la red social que más influye en el proceso de reclutamiento por redes sociales y es la que más se utiliza de todas.

Hipótesis específica 2: Las redes sociales tienen ventajas al momento de reclutar personal ya que aceleran el proceso de reclutamiento. La hipótesis se acepta ya que las empresas maquiladoras están de acuerdo que utilizar las redes sociales para reclutar personal les llena de ventajas, quedando como número uno recibir una gran variedad de solicitudes y en número dos ahorros de tiempo al momento de reclutar personal.

Finalmente, se puede mencionar que las redes sociales, hoy en día son prácticamente esenciales al momento de reclutar personal, la mayoría de las empresas maquiladoras utilizan de estos medios hasta en un 75% al momento de atraer personal, siendo una gran fuente de oportunidad para mejorar los procesos de reclutamiento, acelerar el trabajo y ahorrar costos.

Así mismo tiene pequeñas desventajas, como algunos reclutadores comentan, no es el método de reclutamiento que más personas atrae y si se contratan, por lo cual no se apoyan 100% en este, dándole un porcentaje de trabajo a métodos tradicionales tales como volanteo, posteo, anuncio en radio y periódicos locales.

6. CONSIDERACIONES FINALES

- La tecnología avanza a cada instante, es importante que los reclutadores y el personal de recursos humanos de las empresas maquiladoras, se estén actualizando

constantemente, ya que, en un futuro no muy lejano, las redes sociales puedan ser el único medio de reclutamiento y este a su vez, llegue a ser 100% efectivo.

- Se les recomienda a las empresas maquiladoras, que cuando hagan anuncios en redes sociales, sean lo más específicos posibles en cuanto a las vacantes de empleo que ofrecen, así evitar y disminuir ese alto porcentaje que marcan de personal que asiste a entrevista, pero no se contrata por diversos motivos ya mencionados anteriormente
- Tratar de hacer una campaña que incluya reclutamiento por redes sociales y una feria de empleo (ya que como vimos esta es el medio de reclutamiento que más atrae personal que se contrata) para reforzar el reclutamiento cuando este se necesite.
- Implementar estrategias y alternativas, para todo ese personal que por no cumplir con los requisitos que solicita la empresa, o por algún otro motivo no pueda ser contratado, se vea la manera de que se contrate, se reubique o sea tomado en cuenta para otra convocatoria de empleos y así mejorar en un porcentaje significativo el reclutamiento de personal.

7. LISTA DE REFERENCIAS

- Balderas, I. (18 de 05 de 2017). *Maquiladoras Mexicanas*. Obtenido de Maquiladoras mexicanas: <http://latinoamericana.wiki.br/es/entradas/m/maquiladoras-mexicanas>
- Buenadicha, M. (2016). *El reclutamiento de personal a través de los sitios web corporativos. Valoración desde la perspectiva de la web como servicio electrónico y como producto*.
- Cárdenas, M., Tumbaco, I., & Rose, N. (2018). *REDES SOCIALES COMO FUENTE DE RECLUTAMIENTO PARA LAS ÁREAS DE RECURSOS HUMANOS*.
- Castro, P. E. (2016). *Revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*. Obtenido de Revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo: <http://ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/226>
- Chiavenato, I. (2018). *Administración de personal; Reclutamiento de personal*. Obtenido de Administración de personal; Reclutamiento de personal: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2009/09/RESUMEN-UNIDAD-5>
- Contreras, O., Camacho, D., & Badran, R. (2017). *Las Social Networking Sites (SNS) en los procesos de reclutamiento y selección de talento humano*. Toronto Canada.

- Estela, M. (13 de feb de 2020). *concepto.de*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/reclutamiento/>
- García, P., Gatica, M., Cruz, R., Gatica, K., Vargas, R., Hernández, J., . . . Macías, D. (junio de 2016). *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. Obtenido de Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo: <http://ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/226>
- Hernández, L., Liquidano, M. D., & Silva, M. d. (2014). *Reclutamiento y selección a través de las redes sociales*.
- INEGI. (2018). *Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares 2018*. MÉXICO.
- INEGI. (2019). *INEGI*. Obtenido de INEGI: <https://www.inegi.org.mx/>
- Jiménez Meza, K. &. (2014). *Efectividad de los sitios de redes sociales como fuente de atracción en el proceso de reclutamiento*.
- JobConvo. (13 de 12 de 2018). *Reclutamiento y selección de personal: Qué es, etapas, estrategias y técnicas*. Obtenido de Reclutamiento y selección de personal: Qué es, etapas, estrategias y técnicas: <https://articles.jobconvo.com/es/reclutamiento-y-seleccion-de-personal-que-es-etapas-estrategias-y-tecnicas/>
- jobvite social recruiting survey. (2015). *jobvite social recruiting survey*. California: USA.
- Kelkar, A., & Kulkarni, S. (2013). *Value of facebook for job search: Languishing present to a lucrative future*. Toronto: IEEE.
- Merino, M. (2014). *Definición.De*. Obtenido de Definición.De: <https://definicion.de/personal/>
- Moreno, A. (2015). *Nuevos métodos de reclutamiento del personal*. Madrid.
- Muñoz, M. (2014). *Reclutamiento 2.0*.
- Nikolau, I. (2014). *Social Networking Web Sites in Job Search and Employee Recruitment*.
- Obeso, P. (12 de diciembre de 2019). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-son-las-redes-sociales/>
- Pérez, J. (2013). *Definición.De*. Obtenido de Definición.De: <https://definicion.de/vacante/>
- Rao, P. (2014). *Social Networking Sites (SNS): Talent Management in Emerging Markets*. emerald groups.

- RD Station. (12 de 03 de 2017). *RD STATION*. Obtenido de RD Station: rdstation.com/mx/redes-sociales
- Regalado, N. (06 de 2018). *Web Escuela*. Obtenido de Web Escuela: webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/
- Robbins, S. (2010). *Administración, Décima edición*. México: Pearson.
- Rojas, P. &. (2010). *Reclutamiento y Selección 2.0 la nueva forma de encontrar talento*. Barcelona: UOC.
- Ruiz, P. (2014). *las redes sociales en el reclutamiento de personal*.
- Sánchez, E. (2019). *Las herramientas virtuales y su influencia en los procesos de reclutamiento y selección de personal en las medianas empresas de Lima, en el año 2015*. Perú.
- Zapata, A., & Labrador, E. (2014). *Portal de revistas de la Universidad Iberoamericana*. Obtenido de DESARROLLO DE UNA ESCALA DE ACTITUDES HACIA REDES SOCIALES EN SELECCIÓN DE PERSONAL: <https://reviberopsicologia.ibero.edu.co/article/view/rip.4203/184>