

**EFFECTIVIDAD DE LOS CANALES DE BÚSQUEDA DE EMPLEO 2.0 QUE
UTILIZAN LOS EGRESADOS DE MAESTRÍAS DE LA UNIVERSIDAD ICESI Y
SU RELACIÓN CON LOS CANALES UTILIZADOS POR LAS EMPRESAS
PARA RECLUTAR TALENTO HUMANO**

SANDRA JARAMILLO MARIN

**Trabajo de grado para optar por el título de Maestría en Administración de
Empresas**

Director del trabajo de grado:

MARÍA ISABEL VELASCO ARANGO

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2014**

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	6
RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN.....	8
JUSTIFICACIÓN.....	9
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.1 Problema a tratar.....	11
1.2 Análisis del problema.....	11
1. OBJETIVOS.....	12
1.1. Objetivo general.....	12
1.2. Objetivos específicos.....	12
2. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	12
3. MARCO TEÓRICO.....	13
4. METODOLOGÍA.....	28
4.1. Población.....	28
5. PRUEBA DE HIPOTESIS:.....	29
5.1. HIPOTESIS 1.....	29
5.2. HIPOTESIS 2:.....	33
6. CONCLUSIONES.....	37
7. RECOMENDACIONES.....	38
BIBLIOGRAFÍA.....	39
ANEXO 1: LISTA DE EMPRESAS ENCUESTADAS.....	43

ANEXO 2: INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS EGRESADOS DE LAS MAESTRÍAS DE LA UNIVERSIDAD ICESI.	44
ANEXO 3: INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS EMPRESAS	51
ANEXO 4: ENCUESTA REALIZADA A LOS EGRESADOS.....	59
Efectividad de las redes sociales como canales de búsqueda de empleo para los egresados de la Universidad Icesi.....	59
ANEXO 5: ENCUESTA RELIZADA A LAS EMPRESAS	63
Efectividad de las redes sociales como canales de búsqueda empleados	63

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Ventajas de buscar empleo en las redes sociales.....	24
Ilustración 2: percepción de perjuicio de las redes sociales para conseguir empleo	25
Ilustración 3: Uso de los canales 2.0 por los encuestados de Universia.com.....	26
Ilustración 4: Efectividad de las redes sociales para conseguir empleo	26
Ilustración 8: Uso de la web 2.0 para reclutar personal	52
Ilustración 12: Percepción de las empresas frente a la efectividad de las redes sociales y profesionales 2.0.....	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación de los canales de búsqueda de empleo 2.0 y tradicionales	16
Tabla 2: Canales de búsqueda de empleo de acuerdo a la tipología y perfiles dirigidos	17
Tabla 3: Utilización de los canales de búsqueda para ocupados y desocupados	18
Tabla 4: Utilización de canales de búsqueda para ocupados y desocupados en Colombia en los años 2003 y 2006 (%)	19
Tabla 5: Utilización e índice de Efectividad (IE) por canal de búsqueda de empleo en Colombia: 2012	21
Tabla 6: Utilización de Canales de búsqueda por características socioeconómicas de los individuos: 2012	22
Tabla 7: Redes sociales y profesionales en internet	27
Tabla 8: Análisis de uso Redes sociales y profesionales por Empresas y Egresados	31
Tabla 9: Frecuencias cruzadas Redes sociales y profesionales	31
Tabla 10: análisis de uso de las Bolsas de empleo utilizadas por las empresas y los egresados	34
Tabla 11: Frecuencias cruzadas Bolsas de empleo	34
Tabla 12: Duración de la búsqueda de empleo a través de los canales 2.0	36
Tabla 13: Porcentaje de tiempo que duran los encuestados en la búsqueda	50
Tabla 14: Tiempo que emplean las empresas para buscar personal en las redes 2.0	57

RESUMEN

En los inicios de la internet en los años sesenta, nació la web 1.0, esta red era solamente informativa, las páginas web solo nos ofrecían contenido de texto y no se podía interactuar, responder o informar algún tema si no se era un experto en programación o en código HTML.

A partir del año 2004 la revolución digital lanzó la web 2.0, creando canales de interacción entre contactos. Las personas y empresas pueden publicar y difundir su propia información y generar conocimiento a otros contactos. En esta investigación cuando nombramos los canales de búsqueda de empleo 2.0, nos estamos refiriendo a canales formales (redes profesionales como LinkedIn, y las bolsas de empleo en internet), los canales informales (redes sociales) utilizadas en Colombia como Facebook, Twitter y Google +. Cabe aclarar que estas no son las únicas redes que existen, pero en Colombia son las más utilizadas.

Para esta investigación se tomó como marco teórico los estudios realizados sobre los canales de búsqueda de empleo en Colombia y su clasificación, los cambios tecnológicos de la web 1.0 a la web interactiva 2.0, de donde nacen los canales de búsqueda de empleo en internet, las redes sociales y las redes profesionales y como estos cambios tecnológicos han cambiado la forma de conseguir empleo y las empresas de reclutar personal.

El propósito de esta investigación es conocer la efectividad que existe entre los canales de búsqueda de empleo 2.0 utilizados por los egresados 2013 de las maestrías de la Universidad Icesi y los utilizados por las empresas para reclutar talento humano.

Para dar cumplimiento a este objetivo se llevó a cabo una investigación exploratoria donde se realizaron 103 encuestas de los 186 egresados de las maestrías de Icesi 2013 y 54 encuestas a las empresas fieles al Centro de

Desarrollo Profesional CEDEP de la Universidad Icesi. Para la presentación de resultados se realizó un análisis estadístico con el paquete SPSS en el cual se utilizó la prueba de bondad de ajuste CHI-Cuadrado, para obtener la frecuencia de uso de los canales de búsqueda (Red profesional LinkedIn, las redes sociales y los portales de empleo), por cada uno de las poblaciones estudiadas.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que si existe relación entre los canales de búsqueda de empleo 2.0: formales (redes profesionales y bolsas de empleo) y los informales (redes sociales) utilizados por los egresados y los canales utilizados por las empresas para reclutar talento humano, aunque es evidente que no utilizan en la misma proporción las redes sociales y profesionales si se evidencia una proporción de frecuencias casi igual para el uso de las bolsas de empleo.

Otro resultado obtenido es que las empresas utilizan en mayor frecuencia la Red profesional LinkedIn (44,7%) para encontrar los candidatos y las red social Facebook tan sólo un (25%) y Twitter (18,4%) para conocer más acerca del comportamiento, gustos y tendencias de los candidatos, mientras que los egresados utilizan más las redes sociales como Facebook (27,6%), Twitter (24,3%) y Google + 17,3%) esta última red no es tenida en cuenta por las empresas para buscar candiatos. Los egresados utilizan en un porcentaje muy bajo la red profesional LinkedIn (26%), que es la que más utilizan las empresas.

Esto confirma que si existe un vacío en la forma como interactúan las dos poblaciones y es allí donde se identifica la asimetría de información que no permite que oferentes y demandantes coincidan en el tipo de canales que utilizan dificultando que se encuentren.

Palabras claves: Canales de búsqueda de empleo, Bolsas de empleo, redes sociales, redes profesionales, web 2.0, empleabilidad.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento de la población en el mundo, la necesidad de agilizar los procesos organizacionales para responder efectivamente ha acelerado la presencia de la tecnología en el mundo actual, cambiando la forma de proceder en diferentes ambientes y la manera de buscar empleo no ha sido la excepción.

Los cambios tecnológicos, han hecho que la forma de buscar empleo o reclutar personal también cambie y mejore, haciendo que los procesos sean más rápidos y económicos tanto para las empresas como para los desempleados o empleados que buscan cambiar o mejorar su cargo.

El constante crecimiento de las redes sociales, bolsas de empleo y redes profesionales en internet llamadas también redes 2.0, ha hecho que las empresas vean a internet como un medio no solo para promocionar sus productos sino que también son medios para reclutar el personal calificado, por parte de las oficinas de Recursos Humanos.

De acuerdo a Díaz Llairó (2011), las redes profesionales como LinkedIn, Xing y Viadeo, son herramientas que ayudan a establecer contactos profesionales con otros usuarios y permiten encontrar un nuevo trabajo o negocio en la red.

Las personas han aprovechado este constante crecimiento de las redes sociales y profesionales y han encontrado la posibilidad de publicar su hoja de vida para aplicar a ofertas laborales a través de estas.

Este trabajo pretende conocer cuál es la efectividad que existe entre los canales de búsqueda de empleo 2.0 utilizados por los egresados de maestría del año 2013 de la universidad Icesi y los utilizados por las empresas fieles vinculadas con el Centro de Desarrollo Profesional

JUSTIFICACIÓN

El Centro de Desarrollo Profesional - CEDEP, es un centro de la Universidad Icesi especializado en el desarrollo personal y profesional de estudiantes y egresados que mediante un monitoreo permanente del mercado laboral y con un equipo interdisciplinario de profesionales que, atiende las necesidades de empleabilidad de esta población, visibiliza las ofertas de trabajo que hacen las diferentes organizaciones y permite la interacción constante de los interesados con las mismas. En los últimos tres años, el CEDEP ha fortalecido los programas de apoyo a la inserción laboral a través de la Bolsa de Empleo en alianza con El Empleo.com, Feria Laboral, Talleres grupales de orientación para el trabajo, Orientación personalizada y procesos de *Coaching* de carrera.

El Centro ofrece un servicio de intermediación laboral en alianza con un portal de empleo, el cual facilita el flujo de información entre las ofertas que ofrecen las organizaciones y los egresados de pre-grado y pos-grado de la Universidad Icesi que cumplen el perfil que dichas organizaciones solicitan.

Mediante este portal se vigilan las ofertas laborales entre los egresados, para que quienes se interesen por las mismas, puedan presentarse directamente a concursar por dichas vacantes.

Si bien el CEDEP recibe un promedio de 290 ofertas de trabajo mensuales a través de la Bolsa de Empleo y 200 egresados que aplican a estas ofertas, se desconoce la efectividad en la intermediación entre las ofertas que hacen las organizaciones y las hojas de vida que presentan los candidatos, para lo cual se plantea esta investigación.

La investigación realizada por (Machado & Velasco, 2013), concluye que la intermediación laboral ofrecida por el Centro de Desarrollo Profesional de Icesi, es efectiva ya que las personas que consiguieron empleo estando en el Programa de

Ubicación Laboral para Recién Egresados realizaron menos aplicaciones que las que no estaban en el programa.

El propósito de esta investigación es conocer cuál es la efectividad de los canales de búsqueda de empleo 2.0 que utilizan los egresados de las maestrías de la Universidad Icesi y si hay relación con los canales utilizados por las empresas.

Otro hallazgo encontrado en la investigación de Machado & Velasco (2013), es que las empresas no publican de manera adecuada las ofertas laborales y los egresados no aplican a estas de acuerdo a los requisitos requeridos por las organizaciones. Lo anterior sugiere que existe un vacío entre la forma como interactúan estos dos actores: empresas y egresados.

Los resultados que se obtengan de esta investigación ayudarán al CEDEP, a conocer cuáles son los canales de búsqueda de empleo que las empresas usan con más frecuencia para el reclutamiento de personal y cuáles son los que usan los egresados, y de esta manera le permitirán entender mejor la dinámica del mercado laboral y ofrecer así talleres orientados a favorecer la empleabilidad de los egresados de las maestrías de Icesi

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuál es la efectividad que existe entre los canales de búsqueda de empleo 2.0 que utilizan los egresados de maestrías de la universidad Icesi y los utilizados por las empresas fieles al Centro de Desarrollo Profesional?. Ver lista de empresas en anexo 1.

1.1 Problema a tratar

Este proyecto de grado pretende conocer la efectividad que existe entre los canales de empleo 2.0 utilizados por los egresados de las maestrías de la Universidad Icesi y los utilizados por las empresas fieles al Centro de Desarrollo Profesional Icesi.

1.2 Análisis del problema

En los antecedentes colombianos relacionados con este proyecto se encuentran estudios realizados sobre la efectividad de los canales de búsqueda de empleo tradicional, capital social y mercado laboral colombiano.

Actualmente, no se ha encontrado evidencia que describa la efectividad de los canales de búsqueda de empleo ofrecidos a través de las redes sociales, redes profesionales y bolsas de empleo en internet. Este estudio pretende encontrar esta efectividad desde el punto de vista de la población de los egresados de maestría y el de las empresas, ofreciendo la oportunidad de identificar los vacíos existentes entre las ofertas publicadas por las empresas y las ofertas de los oferentes.

1. OBJETIVOS

1.1. Objetivo general

Establecer la relación existente entre los canales de búsqueda de empleo 2.0 que usan las empresas y los egresados 2013 de las maestrías de la Universidad Icesi.

1.2. Objetivos específicos

- 1.2.1. Conocer cuáles son las redes sociales y profesionales 2.0 que utilizan las empresas para reclutamiento de talento humano y ofertas laborales que buscan los egresados.
- 1.2.2. Conocer cuáles son los portales de empleo que utilizan los egresados para búsqueda de ofertas laborales y cuáles son los portales utilizan las empresas las empresas para búsqueda de talento

2. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La Universidad Icesi ofrece diecinueve programas de pregrado, doce maestrías, nueve especializaciones médico-quirúrgicas y adicionalmente brinda programas de capacitación y consultoría al sector empresarial e individual u orientados a Asesoría Empresarial. Todos los programas de pregrado y de posgrado cuentan con la aprobación del Ministerio de Educación Nacional.

La Universidad cuenta con un cuerpo de profesores con la más alta calidad académica, conformado por 180 profesores, de los cuales 163 son tiempo completo y de ellos el 63% tienen formación doctoral o están en proceso de

alcanzar esta categoría. También cuenta con un excelente grupo de docentes hora cátedra, 17 en total.

El propósito de la de la Universidad Icesi puede ser expresada desde la misión, los valores centrales, la visión de futuro 2022 y los objetivos estratégicos institucionales.

El Centro de Desarrollo Profesional – CEDEP, facilita la empleabilidad de los estudiantes en práctica y egresados, mediante una serie de actividades de orientación y acompañamiento, las cuales contribuyen al objetivo estratégico institucional de “Mantener y consolidar el reconocimiento de los egresados, por sus valores humanos y sus capacidades profesionales, por parte de las organizaciones y de la sociedad en general”.

3. MARCO TEÓRICO

En este marco teórico se busca analizar como los cambios tecnológicos han cambiado la forma en que las empresas realizan reclutamiento de talento humano y cómo las personas están interactuando de acuerdo a las nuevas tendencias en la búsqueda de empleo.

Pero antes se debe definir ¿qué son los canales de búsqueda de empleo y cómo se clasifican?

Uribe, Viáfará, & Oviedo, 2007 definen los canales de búsqueda de empleo como mecanismos que utilizan las personas para buscar o conseguir empleo, y realizan la clasificación basada en características específicas de cada canal y su papel en el funcionamiento de transmisión de la información, disponibles en el mercado laboral. Para estos autores los canales de búsqueda de empleo *informales* surgen de las formas de interacción no reguladas, constituidas a través de redes relacionales entre agentes económicos y caracterizadas por la presencia de asimetrías de información, como pedir ayuda o información a familiares, amigos y

colegas; y los *canales informales moderados*, son gestiones individuales ante los empleadores como llevar hojas de vida directamente a las empresas y los *canales formales* que se basan en normas de vinculación laboral reguladas y que están al alcance de todas las personas que cumplen con los requisitos establecidos. Estos pueden ser Agencias de contratación temporal, o publica como los Centros de Información para el Empleo del SENA, clasificados, convocatorias y las redes sociales que se encuentran en internet.

De acuerdo a (Díaz, 2011, p.45) la web 1.0 nació en los años sesenta con navegadores de sólo texto que no permitían la interacción con el contenido de la página y en los años noventa con el surgimientos del código HTML, las páginas web se volvieron más agradables a la vista, dando origen a los navegadores Netscape y Explorer que permitían encontrar rápidamente la información.

No se puede hablar de canales de búsqueda de empleo en internet o canales 2.0 sin decir que desde el 2004 nació la web 2.0, la web que permite la cooperación entre usuarios para generar conocimiento, es la evolución de las aplicaciones web tradicionales enfocadas al usuario final. El cambio que esta web da a los usuarios es un nuevo modelo de circulación de la información que entró a cuestionar la antigua jerarquía de emisor – receptor. Esta dinámica generó la creación de los canales de comunicación llamados hoy redes sociales donde la información la construyen las mismas personas que hacen parte de ellas (MINISTERIO DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES, 2010).

(Díaz, 2011), menciona que la web 2.0 da un paso a las redes sociales y profesionales donde las personas pueden publicar su información personal o sus hojas de vida en internet y que la tendencia es a que cada vez las empresas publiquen las ofertas a través de la internet y las personas apliquen a ellas administrando sus perfiles de manera profesional.

Las características de la web 2.0 son las de interactividad, apertura, transparencia, aprendizaje colaborativo, es multidireccional, genera y comparte comunicación,

genera reputación y confianza, hace la información divertida y permite la libertad de edición y difusión (Díaz, 2011, p. 47).

Los canales web 2.0 más utilizados son: Wikipedia, Google , Google +, Skype, Youtube, Twitter, Facebook, MySpace, Tuenti, Orkut, Linkdin, Xing, Viadeo, Del.ICIO.US, Flickr, Wordpress.

En Colombia el apogeo de búsqueda de empleo en internet, ha llevado a las empresas a que publiquen sus ofertas de empleo e incluyan en sus estrategias la utilización de redes sociales y profesionales, mientras que las personas están utilizando estas redes para publicar o aplicar a ofertas laborales. (EL EMPLEO.COM, s.f.)

Cómo ya se ha mencionado los únicos los canales existentes (antes de llegar internet) para buscar empleo eran: los clasificados publicados en los periódicos, la agencia pública SENA, los referidos o recomendados, las agencias de empleo, bolsas de empleo universitarias y las asociaciones profesionales. En todas estas opciones había que llevar la hoja de vida impresa. En la actualidad y gracias a la web 2.0, la hoja de vida de cualquier persona puede estar publicada en internet y ser vista por muchas personas.

En la tabla 1, se encuentra una clasificación de los canales tradicionales y canales 2.0.

Tabla 1: Clasificación de los canales de búsqueda de empleo 2.0 y tradicionales

Canales Formales	Canales informales
Centros de información para el empleo del SENA Bolsas de empleo 2.0	<ul style="list-style-type: none"> • Referidos por empleadores anteriores • Recomendados por familiares, amigos o conocidos • Llevando hojas de vida directamente a las empresas
Clasificados Clasificados 2.0	
Agremiaciones de egresados	
Redes profesionales 2.0 <ul style="list-style-type: none"> • LinkedIn • Viadeo 	
Convocatorias	
	Redes sociales 2.0 <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Google + • Twitter
Head Hunters E-HUNTERS	

Fuente: Clasificación propia de acuerdo al tipo de canal.

Tabla 2: Canales de búsqueda de empleo de acuerdo a la tipología y perfiles dirigidos

Canales	Tipo	Dirigido a	Ejemplos
Bolsas de empleo	Sitio físico o en línea donde los oferentes dejan sus hojas de vida y los demandantes pueden encontrar ofertas laborales	Personas de diferentes perfiles que desean encontrar empleos. Existen Bolsas de trabajo específicas para perfiles especializados, en sectores determinados	SENA: Servicio Público de Empleo http://sne.sena.edu.co/vacantes_empleo.html
			EL EMPLEO.COM www.eempleo.com/ CompuTrabajo http://www.computrabajo.com.co/ TRABAJANDO.COM http://www.trabajando.com.co/ Manpower candidate.manpower.com/
Clasificados de prensa	Los demandantes publican las vacantes para diferentes perfiles de oferentes, en línea o impreso.	Diferentes perfiles	Clasificados de El País http://clasificados.elpais.com.co/empleo-cargos-varios-cali Clasificados de El Tiempo
Asociación egresados	Facilitan los procesos para la búsqueda de empleo de los egresados de las universidades	Egresados	Centro de Desarrollo Profesional y Empresarial – Universidad de los Andes http://www.uniandinos.org.co/nuestros_servicios_de_talle.php?id=8
Head Hunters	Cazadores de talentos especializados	Personas empleadas que desean mejorar cargos	http://headhunters.com.co/index.php http://www.e-hunters.com/

Fuente: Clasificación propia de acuerdo a los canales y perfil dirigido.

En Colombia se han realizado varios estudios sobre los canales de búsqueda de empleo tradicional e informal, de acuerdo a la duración del desempleo y su efectividad, ya que debido a los actuales cambios tecnológicos las empresas se han visto obligadas a cambiar los procesos de selección de Talento humano.

Uribe, Viáfará, & Oviedo, (2007), estudian la efectividad de los canales de búsqueda de empleo, utilizando como índice de efectividad la razón entre los porcentajes de ocupados y desocupados que buscan empleo por un mismo canal. “De lo anterior se concluye que en la utilización de los canales en el mercado laboral existe un predominio de los canales informales (78,8% de los ocupados y 55,2% de los desocupados). Esto explica más de tres de cada cuatro colombiano ha encontrado empleo a través de los canales informales. Los canales informales moderados ocupan el segundo lugar en importancia, pero es el menos efectivo, pues mientras una de cada tres personas que buscan empleo lo hacen por este canal solamente el 12% de los ocupados (una de diez personas) han conseguido empleo a través de este canal. También se observó que los canales formales son efectivos (efectividad 0,7) 1 de cada 10 ocupados ha conseguido empleo por este canal. Sin embargo Uribe, Viáfará, & Oviedo, (2007), plantean que la baja utilización de este canal puede deberse a que las personas con mejores niveles de capital humano y credenciales educativas, utilicen este método de búsqueda, lo que explicaría la baja proporción de las personas que lo utilizan pero también su relativa efectividad.

Tabla 3: Utilización de los canales de búsqueda para ocupados y desocupados

Canal	Desocupados (1)	Ocupados (2)	Efectividad* del canal (2)/(1)
Informal	55,2	78,8	1,4
Informal Moderado	31,8	12,3	0,4
Formal	13	9	0,7

Fuente: ECV-2003, cálculos propios

Fuente: (Uribe, Viáfará, & Oviedo, 2007)

Por su parte Oviedo (2007), analiza la intermediación laboral de los canales de empleo y su impacto, encontrando que los canales más eficientes en la intermediación laboral, son aquellos que implican la participación más activa del

buscador de empleo, citando la frase “*el que busca con intensidad, encuentra con prontitud*”, señalando que el grupo de canales que reduce la duración del desempleo es relativo a la búsqueda de personal. Lo que indica que el esfuerzo se ve recompensado con menores tiempos de duración en el desempleo.

Basándose en la Encuesta Continua de Hogares –ECH Viáfara L. & Uribe G., (2009), estiman para el 2006 la duración del desempleo, con metodología paramétricas y no paramétricas llegando a la conclusión que la duración del desempleo está altamente influenciada por el canal de búsqueda que utilizan los empleados para conseguir empleo y los desempleados para buscarlo, demostrando que los canales formales son los más efectivos.

Tabla 4: Utilización de canales de búsqueda para ocupados y desocupados en Colombia en los años 2003 y 2006 (%)

Canal	Desocupados		Ocupados	
	2003	2006	2003	2006
Informal	55,2	87,8	78,8	60,4
Informal Moderado	31,8	9,3	12,3	26,6
Formal	13,0	2,9	9,0	13,0

*FUENTE: ECV-2003, cálculos propios

** FUENTE: ECH, segundo trimestre de 2006, cálculos propios

Fuente: (Viáfara L. & Uribe G., 2009)

Por otro lado Quiñonez (2010), estudia los canales de búsqueda de empleo y la duración del desempleo, utilizando la información de la búsqueda de la Gran Encuesta Integrada de Hogares-GEIH de 2008 quien concluye que el canal formal a pesar de no ser el más usado si es el más efectivo para conseguir empleo.

Jiménes (2011), analiza el uso de los canales de búsqueda de empleo y destaca los que llevan a una menor duración del desempleo, teniendo en cuenta la

discordancia entre las alternativas de búsqueda de empleo para ocupados y desempleados, ya que para los desempleados existe la posibilidad de crear su propio negocio. Apoyada en la información de la Gran Encuesta Integrada de Hogares - GEIH del DANE, en los segundos trimestres de 2009 y 2010, de las 13 principales áreas metropolitanas de Colombia, indica que quienes buscaron y buscan empleo por los canales formales e informales, presentan mayores probabilidades de salir del desempleo, que quienes buscaron por canal informal moderado.

En un estudio cualitativo realizado por Jiménez (2012), plantea la asimetría de información, desde la incertidumbre en las características reales de las vacantes y los potenciales empleados y aquella que se puede dar entre el encuentro del mejor empleo y el mejor trabajador.

Mauricio Olivera¹ en el Boletín de Diagnóstico de la Intermediación laboral 2013, afirma que a partir del reconocido sondeo Latinobarómetro² y de la Encuesta Integrada de Hogares del DANE, se ha detectado que la gente acude a amigos y familiares para obtener empleo, en lugar de usar mecanismos especializados en la intermediación laboral.

La intermediación laboral es definida como “la actividad organizada y encaminada a poner en contacto a oferentes y demandantes de mano de obra dentro del mercado laboral para que mutuamente satisfagan sus necesidades...”³. No obstante, en el país se busca empleo, principalmente, a través de contactos personales como amigos, familiares o conocidos. El Ministerio de Trabajo de Colombia a través del Boletín de Diagnóstico de la Intermediación laboral presenta el análisis de estudio sobre la forma cómo se busca empleo en Colombia, desagregando las características socioeconómicas de los individuos.

¹ Viceministro de empleo y pensiones (2013).

² Latinobarómetro es un estudio de opinión pública que aplica anualmente alrededor de 20.000 entrevistas en 18 países de América Latina.

³ Definición del artículo 1° del Decreto 3115 de 1997 expedido por el Ministerio de Trabajo y protección Social por el cual se reglamenta el ejercicio de la intermediación laboral en Colombia

Se presenta a continuación los resultados de este estudio como referencia.

Tabla 5: Utilización e índice de Efectividad (IE) por canal de búsqueda de empleo en Colombia: 2012

Tipo de canal de búsqueda		Utilización (%)	IE (%)
Canal Informal	Amigos y Familiares	66.5	84.1
	Hojas de vida a empleadores	20.6	60.7
Canal Formal	Hojas de vida a intermediarios	4.1	69.1
	Avisos clasificados	1.9	70.1
	Convocatorias	4.2	88.7
	SENA	0.7	95.9
	Internet y otros	2.1	87.4

Fuente: Ministerio Trabajo: Boletín de Diagnóstico de la Intermediación Laboral

Cómo se puede apreciar en la tabla 3 el 66,5% de las personas utilizan el canal informal. El 33.5% canales formales como las hojas de vida a empleadores 20.6%, o intermediarios 4.1%, avisos clasificados 1,9% la presentación a convocatorias 4.2%, el Servicio Público de Empleo del SENA 0.7% e Internet u otros medios (2.1%) (MINISTERIO DE TRABAJO REPUBLICA DE COLOMBIA, 2013).

Tabla 6: Utilización de Canales de búsqueda por características socioeconómicas de los individuos: 2012

Características de los Individuos		Tipo de canales de búsqueda	
		Informal	Formal
Nivel educativo	Primaria	88.4	11.6
	Secundaria	72.0	28.0
	Superior	48.6	51.4
Estrato	Bajo	68.6	31.4
	Medio	55.4	44.6
	Alto	66.4	33.6
Zona	Rural	85.7	14.3
	Urbano	65.2	34.8

Fuente: Ministerio Trabajo: Boletín de Diagnóstico de la Intermediación Laboral

De acuerdo a la Tabla 4, “al efectuar un diagnóstico por características socioeconómicas de los individuos, se encuentra que personas con bajos niveles educativos, pertenecientes a los estratos bajos y que viven en zonas rurales son las más propensas a los canales informales” (MINISTERIO DE TRABAJO REPUBLICA DE COLOMBIA, 2013). También vale la pena destacar, que las personas con mayores niveles de formación utilizan los canales formales con mayor intensidad (51.4%)

El análisis de las redes sociales no ha sido ajeno al estudio de la búsqueda de información en el mercado laboral colombiano. Jimenez Restrepo (2011), plantea las redes sociales como herramientas para obtener información sobre las oportunidades de empleo, en la cual se relacionan el estatus laboral de los agentes, la conectividad y el proceso en la búsqueda de empleo, basándose en las redes sociales de Rees (1966).

El estudio de Jiménez Restrepo (2012) “La búsqueda de información en el mercado laboral desde un enfoque alternativo: Las redes sociales y el mercado laboral”, plantea que la mayoría de empleos se consiguen por los contactos sociales y que los empresarios prefieren las recomendaciones que otros

empleados o empleadores ofrecen por considerarlos alternativas económicas y creíbles para conseguir información de las personas a contratar.

Para esta investigación se define los canales de búsqueda de empleo 2.0 en canales formales 2.0: Redes profesionales, Bolsas de empleo en línea, Clasificados, páginas corporativas de las empresas y canales informales 2.0: Redes sociales en línea, recomendaciones a través de amigos y familiares.

Como ya se ha mencionado antes las redes sociales 2.0, son plataformas donde se puede interactuar con otras personas a través de videos, fotos, chats y compartir gustos, cultura, historias etc., y en los últimos años se han utilizado para buscar y encontrar empleo. Existen redes especializadas para buscar empleo y redes personales para compartir cosas de la vida personal, pero hay que tener

Según Díaz, (2011), “las empresas que se han adaptado a las redes sociales tienen reclutadores que abren perfiles corporativos en facebook, lanzan convocatorias y ofertas de empleo en twitter”.

“En Colombia, donde cada vez ganan mayor popularidad las páginas de empleo, muchas de ellas con un tráfico diario de hasta 30 mil vistas, buscando disminuir el 11.2% de desempleo que hay en el país, según la última cifra del mes de agosto del 2010 de El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane)”, (EL EMPLEO.COM, s.f.),

Resultados de la encuesta realizada por Universia y Trabajando.com

Universia y Trabajando.com realizaron la segunda encuesta donde encontraron que El 90% de los encuestados considera que las redes sociales pueden ayudar en la búsqueda de empleo, cuya temática fue Empleo en Redes Sociales.

Del estudio, realizado en 10 países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú, Portugal, Puerto Rico y Uruguay), participaron 9.786 personas. Entre los encuestados aparece una mayor presencia femenina (53%) por sobre la

masculina (47%). En cuanto a edad, el 61% reveló tener más de 27 años, seguido por un 30% de entre 21 y 26. Por su parte, el 8% tiene entre 18 y 20 años.

Por último, es importante señalar que el estudio se desarrolla en conjunto entre Universia y Trabajando.com con el objetivo de conocer las impresiones de los universitarios en relación a la formación y el trabajo. (UNIVERSIA..CO; Trabajando.com; 2013)

A continuación se relacionan los resultados de esta encuesta relacionados con el empleo y las redes sociales:

Los encuestados entienden que utilizar las redes sociales permite optimizar el tiempo (34%) y aprovechar otro canal de búsqueda (33%), además de la posibilidad de replicar exponencialmente la hoja de vida (18%). Las nuevas tecnologías también influyen en estas respuestas, ya que al disponer de una inmensa variedad de formatos y alcance, las redes sociales aportan una forma creativa de mostrarse (15%).

Ilustración 1: Ventajas de buscar empleo en las redes sociales



Fuente: UNIVERSIA.COM.CO, 2013

De los encuestados, el 90% ha utilizado redes sociales para buscar empleo, el 10% cree que las redes sociales no pueden ayudar en la búsqueda. De este 10%, el 44% argumenta que estas plataformas exponen aspectos informales de la vida en ámbitos formales y el 33% indica que mezcla intimidad con relaciones laborales, dos cuestiones íntimas que pueden perjudicar el aspecto público. Finalmente, el 23% opina que las redes sociales no te perjudican.

Ilustración 2: percepción de perjuicio de las redes sociales para conseguir empleo



Fuente: UNIVERSIA.COM.CO, 2013

Conscientes del beneficio laboral que pueden obtener, el 54% alguna vez buscó empleo a través de este tipo de redes sociales. ¿Cuáles resultaron ser los medios más utilizados para alcanzar este propósito? La mayoría (34%) se inclinó por Google+, la plataforma social del conocido servicio de buscador, seguido de cerca (32%) por la red con más usuarios del mundo: Facebook. En tanto, con 27%

LinkedIn también aparece como uno de los más confiables en este sentido, mientras que Twitter pareciera utilizarse con otros objetivos (7%).

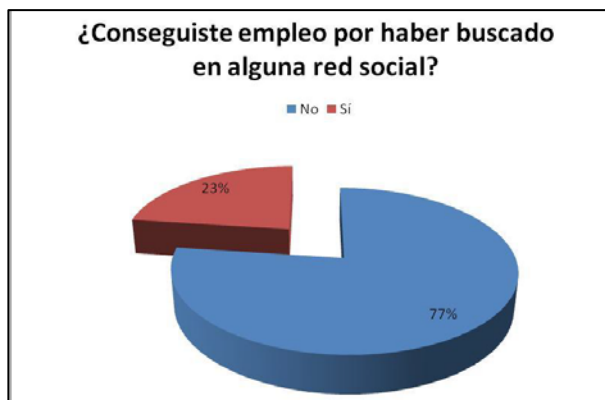
Ilustración 3: Uso de los canales 2.0 por los encuestados de Universia.com



Fuente: UNIVERSIA.COM.CO, 2013

Es importante mencionar que la mirada positiva hacia las redes sociales como servicio de ayuda para conseguir empleo, no se refleja de igual manera en el momento de analizar los resultados de éxito, ya que sólo el 23% consiguió empleo por haber utilizado alguna de las plataformas sociales.

Ilustración 4: Efectividad de las redes sociales para conseguir empleo



Fuente: UNIVERSIA.COM.CO, 2013

Para esta investigación se analizará el uso de las siguientes redes sociales y profesionales, junto a las bolsas de empleo que ofrece internet: Google +, Facebook, Twitter, LinkedIn y las Bolsas de empleo: elempleo.com, computrabajo, trabajando.com, zonajobs, Universia trabajo, opcionempleo.com.co.

De acuerdo a la encuesta Social Recruiting Jobvite 2013, donde participan más de mil profesionales de recursos humanos de todo el mundo proporciona los siguientes resultados: el 94% de los reclutadores usan social media en sus esfuerzos de reclutamiento, el 78% de los reclutadores han hecho contrataciones por medio de social media y en el 2010 la encuesta arrojó que solo el 58% había realizado contrataciones desde estos medios (JOBVITE, 2013).

Llegando al siguiente cuadro de comparación:

Tabla 7: Redes sociales y profesionales en internet

REDES SOCIALES Y PROFESIONALES EN INTERNET	
Más utilizadas	Más efectivas
<ul style="list-style-type: none">• LinkedIn 94%,• Facebook 65%• Twitter con 55%.	<ul style="list-style-type: none">• LinkedIn 92%• Facebook 24%• Twitter 14%

Fuente: (JOBVITE, 2013)

4. METODOLOGÍA

El presente proyecto se realiza mediante una investigación exploratoria y busca conocer cuál es la efectividad que existe entre los canales de búsqueda de empleo 2.0 que usan los egresados 2013 de maestrías de la Universidad Icesi y los utilizados por las empresas fieles al CEDEP.

La investigación parte de los cambios tecnológicos que han ocurrido a través del tiempo en los procesos de reclutamiento de las organizaciones, las cuales han generado cambios significativos en las áreas de personal de las empresas.

4.1. Población

La población estudiada para llevar a cabo esta investigación es de 103 egresados de maestría de la Universidad Icesi y 54 empresas fieles del Centro de Desarrollo Profesional CEDEP de la universidad Icesi.

Esta investigación se realizó en tres partes: Primero se busca información sobre estudios realizados anteriormente que indicaran la efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia y como estaban clasificados.

En la segunda parte, se elaboraron dos encuestas, la primera para la población de 103 egresados de maestría de la Universidad, con el propósito de conocer que tanto utilizan las redes sociales y profesionales como canales de búsqueda de empleo y su efectividad a través de los resultados obtenidos por ellos. La segunda encuesta se realizó a las 54 empresas fieles al CEDEP con el fin de conocer el proceso que llevan a cabo para reclutar talento humano.

Para la tercera parte se hace análisis estadístico para determinar si hay concordancia entre los canales de búsqueda de empleo que utilizan las empresas y los egresados; adicionalmente conocer cuál es la tasa de efectividad en la búsqueda de empleo por parte de los egresados y tasa de efectividad de

reclutamiento de personal por parte de las empresas, utilizando la prueba de bondad de ajuste (CHI-Cuadrado) utilizando la siguiente formula:

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Se calcula el valor crítico para compararlo con el valor calculado y se identifica si se aprueba o rechaza la hipótesis 1.

Para el cálculo del valor crítico utilizamos cuatro grados de libertad que son (5 categorías -1) y un nivel de confianza del 95%.

Los valores obtenidos se comparan para verificar si se rechaza o aprueba Ho.

5. PRUEBA DE HIPOTESIS:

5.1. HIPOTESIS 1: Los egresados utilizan las mismas redes sociales y profesionales que utilizan las empresas para buscar los empleados.

Ho: La distribución de las frecuencias de las redes sociales y profesionales consultadas por los egresados es prácticamente igual a la frecuencia de las Redes Sociales y profesionales consultada por las empresas.

Ha: La distribución de las frecuencias de las Redes Sociales y profesionales consultadas por los egresados no es igual a la frecuencia de las Redes Sociales y profesionales consultada por las empresas.

Para hallar el resultado de la hipótesis 1 se tomaron en cuenta las siguientes preguntas de la encuesta por parte de cada una de las poblaciones para saber si habían usado las redes sociales y profesionales para buscar empleo o reclutar personal:

Egresados:

¿Ha Conseguido usted empleo a través de las redes sociales y profesionales? (Anexo 2)

Respuesta	Cantidad	Frecuencia
SI	41	39,81%
NO	57	55,34%
No responde	5	4,85%
Total general	103	100,00%

Fuente: Cálculos propios

Empresas:

¿Su empresa ha utilizado las redes sociales y profesionales para reclutar personal calificado alguna vez? (Anexo 3)

Respuesta	Cantidad	Frecuencia
SI	52	96,30%
NO	2	3,70%
Total general	54	100,00%

Fuente: Cálculos propios

De los 103 egresados que contestaron la encuesta, el 39% (41) personas manifiestan que si han encontrado empleo a través de alguno de los canales de búsqueda de empleo en internet.

Y de las 54 empresas que contestaron el 96% equivalente a 52 empresas manifestó que si han utilizado estos canales.

En la tabla 7 se puede observar los canales 2.0 utilizados por las empresas y los egresados y la cantidad de respuestas obtenidas para la pregunta:

Egresados: ¿Si estuviera buscando empleo o deseara cambiar el actual, cuáles de los siguientes redes utilizaría?* Anexo 4 (pregunta 6)

Empresas: ¿Cuáles de las siguientes redes sociales y profesionales ha utilizado su empresa para reclutar personal calificado?. Anexo 5 (pregunta 3)

Tabla 8: Análisis de uso Redes sociales y profesionales por Empresas y Egresados

R S y P	Empresas	Egresados	Total general
Facebook		19	102
Google+		6	64
Linkedin		34	96
Otro Red		3	17
Twitter		14	90
Total general		76	369

Fuente: Cálculos propios

Tabla 9: Frecuencias cruzadas Redes sociales y profesionales

Cuenta de Fuente	Frecuencia Esperada (Ei)	Frecuencia Observada (Oi)	Valor Calculo (O _i - E _i) ²
Categorías	Empresas	Egresados	
Facebook	25,000	27,642	0,2793
Google+	7,895	17,344	11,3103
Linkedin	44,737	26,016	7,8338
Otro Red	3,947	4,607	0,1102
Twitter	18,421	24,390	1,9343
	100,000	100,000	

Fuente: Cálculos propios en SPSS

La tabla 8 muestra la frecuencia de uso de las redes sociales y profesionales por cada una de las poblaciones, donde se puede analizar la distribución de frecuencia observada (O_i) para los egresados y la frecuencia esperada (E_i) para las empresas, de aquí se puede identificar que los egresados utilizan a Facebook (27,642) a Google (17,344) + y Twitter (24.390) que son redes sociales con mayor frecuencia, mientras se evidencia que las empresas utilizan con una frecuencia esperada muy alta de (44.737) a LinkedIn que es la red profesional líder (SEO Colombia: Posicionamiento en web, 2012).

Para comprobar la **hipótesis 1**: si los egresados utilizan las mismas redes sociales y profesionales que utilizan las empresas para buscar los empleados, se llevó a cabo este análisis donde se llevan los conteos de las respuestas a base 100 y se calcula la diferencia entre la frecuencia observada (frecuencia de uso de los canales por parte de los egresados) menos la frecuencia esperada (frecuencia de uso de los canales por parte de las empresas). (ver tabla 8)

El valor calculado es de **21,4679** y para hallar el valor crítico se realiza utilizando cuatro grados de libertad (5 categorías – 1) y un nivel de confianza del 95%.

El valor crítico encontrado es de **9,4877**

Los valores obtenidos se comparan para verificar si se rechaza o aprueba H_0 ,

Se rechazar H_0 : sí y solo sí el Valor Calculado es Mayor que el Crítico		
	$X^2 >$	X^2 crítico
	21,4679	9,4877

Fuente: Cálculos propios

De acuerdo a la comparación entre el valor calculado 21.4679 es mayor que el valor crítico 9.4877, se rechaza la hipótesis nula H_0 , dado que los egresados no utilizan en la misma proporción los canales de búsqueda de empleo (redes sociales y profesionales), encontrando aquí asimetría de información respecto al uso de los canales y se confirma la teoría de (Machado & Velasco, 2013), donde se afirma que existe un vacío de información en el uso que le dan los egresados a la aplicación a las ofertas laborales y las empresas a la publicación de las mismas. En este caso, las empresas utilizan a LinkedIn como red profesional para contactar talento humano y las redes sociales para conocer más del candidato antes de contactarlo para una entrevista. (Díaz, 2011).

Teniendo en cuenta la clasificación de los canales de búsqueda de información en formales e informales (Uribe, Viáfará, & Oviedo, 2007), donde para el caso de los canales 2.0 los informales son las redes sociales (Facebook, google +, twitter) y formales las redes profesionales (Linkedin, Xing y Viadeo) encontramos que los canales informales siguen siendo más utilizados por las personas, mientras el canal formal (Linkedin) es más utilizado por las empresas para la búsqueda de empleados.

De acuerdo a la encuesta realizada por Universia y Trabajando.com en 2013, para países latinoamericanos, donde los encuestados contestaron a la pregunta ¿en cuáles de estos sitios (Facebook, google +, Linkedin y Twitter) buscaste empleo?, los encuestados contestaron: el 34% en Google+ el 32% en Facebook y el 27% en Linkedin. (UNIVERSIA.COM.CO, 2013), razón que se muestra que en esta investigación sigue existiendo este fenómeno.

5.2. HIPOTESIS 2: Los egresados usan las mismas bolsas de empleo que utilizan las empresas en la búsqueda de empleados.

Ho: La distribución de las frecuencias de las Bolsas de empleo consultadas por los egresados es prácticamente igual a la frecuencia de las Bolsas Empleo consultada por las empresas.

Ha: La distribución de las frecuencias de las Bolsas de empleo consultadas por los egresados no es igual a la frecuencia de las Bolsa de empleo consultada por las empresas.

Para hallar el resultado de la hipótesis 2 se tomaron en cuenta las siguientes preguntas de la encuesta por parte de cada una de las poblaciones para saber si habían usado las bolsas de empleo para buscar empleo o reclutar personal:

Egresados: ¿En cuáles de las siguientes Bolsas de Empleo ha registrado su hoja de vida? Anexo 4 (pregunta 12)

Empresas: ¿En cuáles de las siguientes Bolsas de Empleo busca personal calificado para reclutar? Anexo 5 (pregunta 8)

Tabla 10: análisis de uso de las Bolsas de empleo utilizadas por las empresas y los egresados

BE	Empresas	Egresados	Total general
Computrabajo.com	31	44	75
Elempleo.com	42	87	129
Otra BE	6	20	26
Trabajando.com	7	15	22
Zonajobs	7	21	28
Total general	93	187	280

Fuente: Cálculos propios

Tabla 11: Frecuencias cruzadas Bolsas de empleo

Cuenta de Fuente	Frecuencia Esperada (Ei)	Frecuencia Observada (Oi)	Valor Calculo $(O_i - E_i)^2$
Categorias	Empresas	Egresados	
Computrabajo.com	33,333	23,529	2,8835
Elempleo.com	45,161	46,524	0,0411
Otra BE	6,452	10,695	2,7912
Trabajando.com	7,527	8,021	0,0325
Zonajobs	7,527	11,230	1,8218
	100,000	100,000	

Fuente: Cálculos propios

En la tabla 10 se puede observar la distribución de frecuencias utilizada por cada una de las poblaciones de esta investigación. La frecuencia Observada (Oi) para los egresados y frecuencia esperada (Ei) para las empresas. La tabla de frecuencias nos muestra una distribución (Oi) y (Ei) muy similar en cuanto a la bolsa de empleo.com (46.524) Vs. (45.161). esto tiene concordancia con lo publicado por Trabajando.com Colombia Consultorías S.A.S. & UNIVERSIA S.A.S.

(2014), en la encuesta realizada en mayo del presente año a los universitarios en Iberoamérica, donde revela que el 75 % de los universitarios en Iberoamérica buscan trabajo a través de portales digitales. Un 31% busca en los canales de empleo en internet y un 5% afirma haber recurrido a la bolsa de empleo de la universidad.

Cómo en el análisis anterior, para la hipótesis 2, se llevan los conteos de las respuestas a base 100 y se calcula la diferencia entre la frecuencia observada menos la frecuencia esperada. (ver tabla 10)

El valor calculado es de **7,5702** y para hallar el valor crítico se realiza utilizando cuatro grados de libertad (5 categorías – 1) y un nivel de confianza del 95%.

El valor crítico encontrado es de **9,4877**

Los valores obtenidos se comparan para verificar si se rechaza o aprueba H_0 ,

Se rechaza H_0 sí y solo sí el Valor Calculado es Mayor que el Crítico	
$X^2 >$	X^2 crítico
7,5702	9,4877

Fuente: Cálculos propios

Dado que no se cumple el criterio, se asume como cierta la hipótesis Nula H_0 . Con respecto al sondeo realizado por Elemplo.com (2013), donde se reveló que los portales de búsqueda de empleo donde las empresas encuentran los candidatos más ajustados para sus requerimientos de personal, son los siguientes: elemplo.com 53,9%, computrabajo 39,2% y zonajobs 25% comparada con los resultados de la encuesta de Universia y Trabajando.Com (2014) donde el 75% los egresados universitarios iberoamericanos manifestaron utilizar los portales de

empleo en internet, se encuentra que los egresados de la Universidad Icesi y las empresas fieles al CEDEP, están usando proporcionalmente igual las Bolsas de empleo, disminuyendo la asimetría de información en estos canales.

Tabla 12: Duración de la búsqueda de empleo a través de los canales 2.0

Rango de tiempo en meses	Egresados	%	Empresas	%
1-3 meses	23	22%	47	90%
4-7 meses	9	9%	2	4%
8-12 meses	5	5%	0	0%
2 años	2	2%	0	0%
No ha encontrado	1	1%	0	0%
No aplica	2	2%	1	2%
No lo utiliza	5	5%	1	2%
No responde	56	54%	1	2%
Total	103	100%	52	100%

Fuente: Cálculos propios

No se encontraron resultados en los estudios realizados y referenciados en el marco teórico de esta investigación que mostraran claramente el tiempo que dura una persona en emplearse por medio de los canales 2.0. Para lo cual se preguntó en esta investigación ¿Cuánto tiempo duró en la búsqueda de personal por estos canales? Anexo 5 (pregunta 12), respuesta obtenida las empresas (90%) contestaron que buscan los candidatos de uno a tres meses y dependiendo del cargo pueden durar de cuatro a siete meses. La pregunta para los egresados fue ¿Cuánto tiempo duró la búsqueda de empleo por estos canales? Anexo 4 (pregunta 14). La respuesta de los egresados quienes se emplearon por medio de estos canales es de uno a tres meses (22%) ver tabla 12.

6. CONCLUSIONES

Para Colombia se pueden observar tres tipos de canales de búsqueda de empleo que son: los formales (instituciones de intermediación laboral), informales e informales (que son las recomendaciones de amigos o familiares), moderados (llevar hojas de vida directamente a las empresas), para esta investigación, la clasificación se basa en sólo dos canales de búsqueda de empleo 2.0 que son: formales (redes profesionales y las bolsas de empleo), informales (redes sociales).

En la búsqueda de empleo los resultados muestran que si existe relación entre los canales de búsqueda de empleo 2.0 utilizados por los egresados y los utilizados por las empresas para reclutar talento humano. Aunque no muestra una igualdad cuando se toman los datos por separado, por ejemplo las redes sociales son más utilizadas por los egresados teniendo en cuenta la distribución de frecuencias de la tabla 8, donde el porcentaje de uso de las para Facebook es de 24.4% mientras que para las empresas es de 25%, los egresados están utilizando en mayor porcentaje google + y twitter que las empresas, pues de acuerdo a Díaz (2011), las personas usan las redes sociales para publicar su información personal y publicar sus ofertas, mientras que las empresas usan estas redes para conocer los comportamientos de los candidatos y se enfocan en la red profesional Lindedin para contactar talento humano. Esto confirma que si existe un vacío en la forma como interactúan las dos poblaciones y es allí donde se identifica la asimetría de información que no permite que oferentes y demandantes coincidan en el tipo de canales que utilizan dificultando que se encuentren.

El análisis de uso de las bolsas de empleo en internet, permite descubrir que aunque los egresados si utilizan estos canales en proporción igual a las empresas, no son muchas las bolsas de empleo que utilizan las dos poblaciones, se observa que tanto para empresas como egresados el porcentaje de uso mayor es para la bolsa de empleo, empleo.com con 45,1% y 46,5% respectivamente. Seguida de

la bolsa de empleo computrabajo con porcentaje de uso de 33,3% por las empresas y 23,5% de uso por los egresados.

Como conclusión final se puede decir que los canales 2.0 para búsqueda de empleo son una tendencia cada vez mayor, que las empresas se están adaptando a este cambio tecnológico utilizando las redes profesionales, las redes sociales y las bolsas de empleo con mayor frecuencia para contactar los candidatos y conocerlos mejor antes de llamarlos a una entrevista personal. También las utilizan para generar ofertas atractivas para atraer a los futuros candidatos y que estos conozcan las empresas que publican las ofertas a través de las redes.

7. RECOMENDACIONES

Continuar con los Talleres de Orientación para el Trabajo ofrecidos por el Centro de Desarrollo Profesional para los egresados de la universidad Icesi.

Continuar monitoreando la forma como las empresas realizan su búsqueda de talento humano a través de las redes sociales, profesionales y bolsas de empleo.

En una próxima investigación tener en cuenta si las empresas han reclutado personal a través de estos canales y cuánto tiempo duró la búsqueda de candidatos.

BIBLIOGRAFÍA

- Díaz, A. (2011). Redes profesionales: LinkedIn, Xing. En A. Días Llairó, *El Talento está en la red* (pág. 81). Madrid: LID.
- EL EMPLEO.COM. (s.f.). *Empleo.com portal líder en reclutamiento de personal*. Recuperado el 30 de agosto de 2013, de EL EMPLEO.COM: http://www.empleo.com/colombia/investigacion_laboral/empleocom-portal-lider-en-reclutamiento-de-personal-----/8068201
- FACEBOOK. (31 de Marzo de 2013). *Facebook Reports First Quarter 2013 Results*. Obtenido de Investor Relations: <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=761090>
- Jiménes Restrepo, D. M. (Noviembre de 2011). *Búsqueda de empleo en las principales áreas metropolitanas de Colombia: ¿Cómo se hace? ¿Cuánto dura? Un análisis para los segundos trimestres de 2009 y 2010*". Recuperado el Agosto de 2013, de Documento de trabajo No. 141: <http://socioeconomia.univalle.edu.co/media/ckfinder/files/DOCUMENTO%20DE%20TRABAJO%20CIDSE%20N%C2%B0%20141.pdf>
- Jiménes Restrepo, D. M. (Mayo de 2012). *LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN EL MERCADO LABORAL DESDE UN ENFOQUE ALTERNATIVO: Las redes sociales y el mercado laboral*. (U. d. Valle, Ed.) Recuperado el agosto de 2013, de Facultad de Ciencias Sociales y Económicas: <http://socioeconomia.univalle.edu.co/index.php/documentos-de-trabajo>
- Jimenez Restrepo, D. M. (Diciembre de 2011). ¿Cómo se busca y como se encuentra empleo en las principales áreas metropolitanas de Colombia?: un recuento para los segundos trimestres de 2009 y 2010. *Perfil de Coyuntura Económica*(18), 127 - 143.

- JOBVITE. (2011). *Resultados de Encuesta Reclutamiento Social 2011, Jobvite*. Recuperado el agosto de 2013, de Reclutamiento 2.0: <http://socialrecruitment.com.mx/reclutamiento-redes-sociales-2011-jobvite/>
- JOBVITE. (2013). *Resultados encuesta Social Recruiting Jobvite 2013*. Recuperado el Dic de 2013, de Reclutamiento 2.0: <http://socialrecruitment.com.mx/resultados-encuesta-social-recruiting-jobvite-2013/>
- Machado, C., & Velasco, M. I. (2013). *Efectividad de la intermediación laboral ofrecida por el centro de desarrollo profesional*. Cali: UNIVERSIDAD ICESI.
- MINISTERIO DE TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. (Septiembre de 2010). *Introducción al uso de la web 2.0 en el estado colombiano*. Recuperado el enero de 2014, de UNIVERSIDAD DE CALDAS: http://www.ucaldas.edu.co/docs/prensa/Introduccionala_web_20_recomendacion_redes.pdf
- MINISTERIO DE TRABAJO REPUBLICA DE COLOMBIA. (julio de 2013). *Boletín de diagnóstico de la intermediación laboral*. Recuperado el septiembre de 2013, de MINISTERIO DE TRABAJO REPUBLICA DE COLOMBIA: <http://www.mintrabajo.gov.co/julio-2013/2084-mintrabajo-avanza-en-intermediacion-laboral.html>
- Olvera Avendaño, E. (7 de diciembre de 2013). *Resultados encuesta Social Recruiting Jobvite 2013*. Recuperado el 31 de marzo de 2014, de RECLUTAMIENTO 2.0: Atracción de talentos con Redes Sociales: <http://recruiting.jobvite.com/resources/social-recruiting-reports-and-trends/>

- Organización Internacional del Trabajo. (2001). *Formación para el trabajo decente*.
Obtenido de Centro Interamericano para el Desarrollo:
http://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/trabdec.pdf
- Oviedo , Y. M. (Marzo de 2007). *Canales de búsqueda de empleo y duración del desempleo en el mercado laboral colombiano 2003*. Obtenido de Documento de Trabajo:
<http://socioeconomia.univalle.edu.co/media/ckfinder/files/DOCUMENTO%20DE%20TRABAJO%20CIDSE%20N%C2%B0%2096.pdf>
- Quiñonez, M. (Noviembre de 2010). *CANALES DE BÚSQUEDA DE EMPLEO Y DURACIÓN DEL DESEMPLEO EN COLOMBIA*. Obtenido de Documentos de Trabajo: <http://socioeconomia.univalle.edu.co/index.php/documentos-de-trabajo>
- Rees, A. (1966). Information Networks in Labor Markets. *The American Economic Review*, 56(1/2), 559-566.
- SEO Colombia: Posicionamiento en web. (23 de agosto de 2012). *Estadísticas de linkedin*. Recuperado el 8 de noviembre de 2013, de SEO Colombia: Posicionamiento en web: <http://www.seocolombia.com/blog/estadisticas-linkedin-colombia/>
- Trabajando.com Colombia consultorías S.A.S. UNIVERSIA S.A.S. (15 de mayo de 2014). *75 % de los universitarios en Iberoamérica buscan trabajo a través de portales digitales*. Recuperado el 18 de junio de 2014, de www.trabajando.com:
<http://www.trabajando.com.co/contenido/noticia/9628/75-de-los-universitarios-en-iberoamerica-buscan-trabajo-a-traves-de-portales-digitales.html>

UNIVERSIA.COM.CO. (26 de JUNIO de 2013). *Redes sociales: otra opción para conseguir empleo*. Recuperado el NOV de 2013, de UNIVERSIA.COM.CO: <http://noticias.universia.net.co/actualidad/noticia/2013/06/21/1031992/redes-sociales-otra-opcion-conseguir-empleo.html>

Uribe, J. I., Viáfará, C. A., & Oviedo, Y. M. ((julio - diciembre) de 2007). Efectividad de los canales de búsqueda de empleo en Colombia en el año 2003. *Lecturas de economía*(67), 43-70.

Viáfara L., C. A., & Uribe G., J. I. (7 de Marzo de 2009). Duración del desempleo y canales de búsqueda de empleo en Colombia, 2006. (REI, Ed.) *Revista de Economía Institucional*(21), 139-160.

ANEXO 1: LISTA DE EMPRESAS ENCUESTADAS

No.	NOMBRE	No.	NOMBRE
1	Almacenes Quest	31	Industrias del Maíz
2	Artesanías de Colombia	32	Kassani
3	Asociación de empresas seguras	33	Leo Burnett
4	Banco Agrario	34	Maloka
5	Banco de Bogotá	35	Open system sucursal Colombia
6	Bancolombia S.A	36	Organización Carvajal
7	Baxter	37	Planeación nacional
8	Bayer	38	Procafecol
9	Biostevia	39	PROESA
10	Blanco y negro masivo	40	Proimpo
11	CENTRO DE MECANIZADOS DEL CAUCA	41	Publicaciones Semana
12	CIAT	42	QUALA SA
13	Cine Colombia	43	Reckitt Benckinser
14	Clínica de los remedios	44	Rimax
15	Colgate Palmolive S.A	45	Rubbermix S.A
16	Comfenalco Valle	46	Sancho BBDO, agencia de publicidad
17	Concepto básico de moda	47	Sanofi
18	Cooameva	48	SIGMA MOVIL
19	Cooperativa Medica del Valle Coomeva	49	Sketch creativo Ltda
20	Davivienda	50	Ssang Yong Motor Colombia S.A
21	Dinamiser	51	Tecnoquímicas S.A
22	E-hunters	52	Temporal SAS
23	Fundación Carvajal	53	TESA
24	Fundación Valle del Lili	54	Tex Moda
25	Fundación WWB		
26	Gane		
27	Gilmédica		
28	Hewlett Packard		
29	Hoteles Estelar		
30	Importisa		

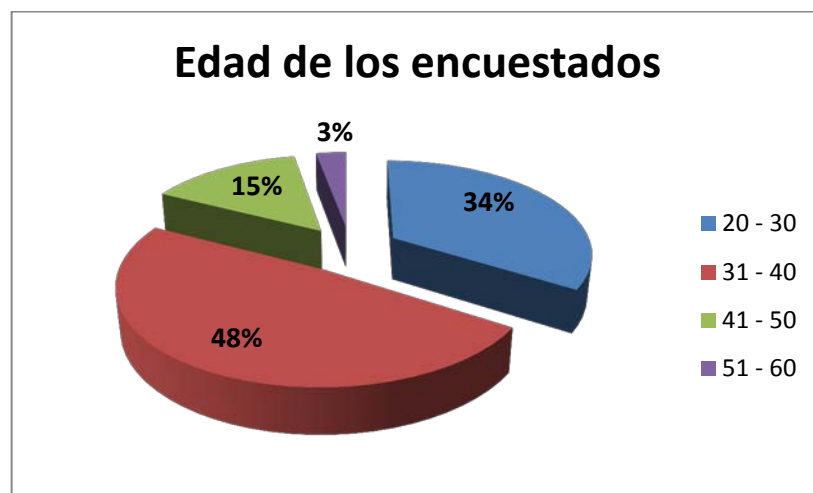
ANEXO 2: INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS EGRESADOS DE LAS MAESTRÍAS DE LA UNIVERSIDAD ICESI.

Tabla 1: Rango de edad de los encuestados

EDAD	PERSONAS	%
20 - 30	35	34%
31 - 40	50	49%
41 - 50	15	15%
51 - 60	3	3%

Fuente: Cálculos propios

Ilustración 1: Porcentaje rango de edad de los encuestados



Fuente: Cálculos propios

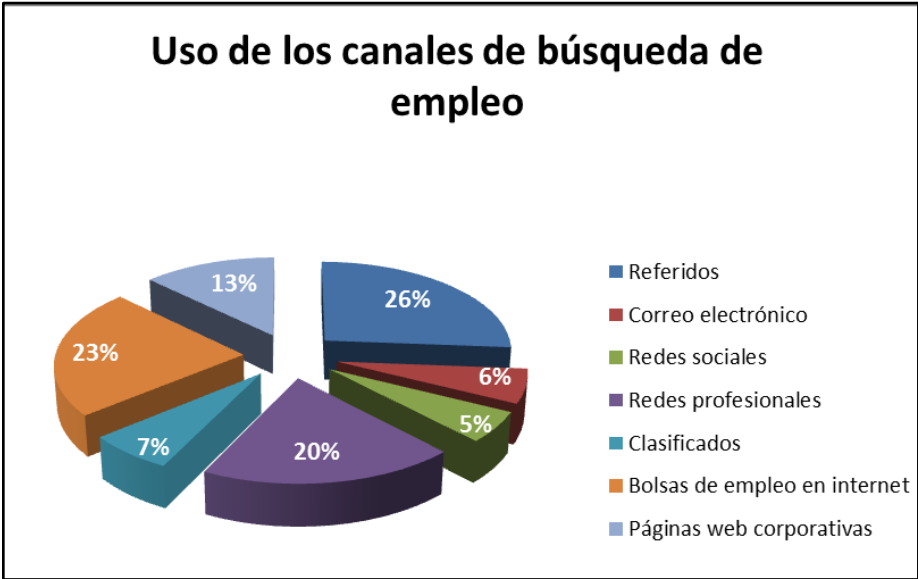
El mayor porcentaje de egresados encuestados está entre los 20 y 40 años de edad.

Ilustración 2: Porcentaje de ocupación de los egresados de 2013-2



Fuente: Cálculos propios

De los 103 encuestados se observa que 97 personas equivalentes al 94% estaban laborando, mientras que solo cinco no tenían empleo y se encontraban buscando empleo. Ilustración 3: Porcentaje de uso de los canales 2.0



Fuente: Cálculos propios

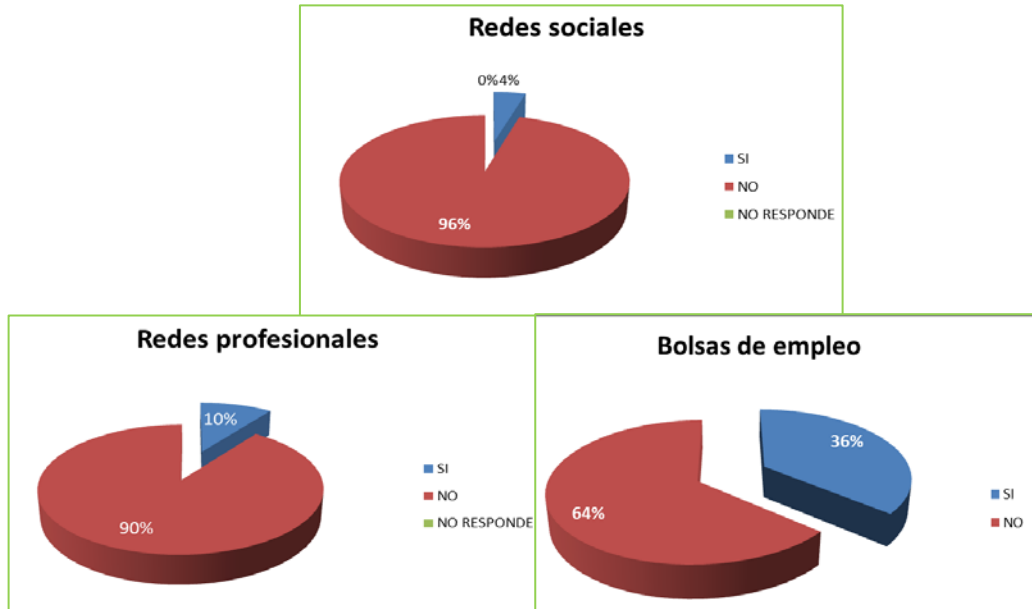
En la en la Ilustración 7, se puede observar que la búsqueda en los canales de empleo más utilizados en su orden de importancia siendo 1 el más importante y 5 el menos importante es: que los referidos siguen siendo muy utilizados con un 26%, seguido del 23% por las bolsas de empleo en internet y un 20% de uso de las redes profesionales. Sin embargo se evidencia que los canales menos usados son: las páginas web corporativas, las redes sociales y los clasificados. De lo anterior se infiere que los canales tradicionales siguen teniendo una alta importancia para las personas que desean obtener o cambiar de empleo, y la web 2.0 muestra una tendencia de crecimiento.

Tabla 2: Efectividad de los canales de búsqueda de empleo 2.0

	SI	NO
Redes sociales	4	88
%	4%	96%
Redes profesionales	9	82
%	10%	90%
Bolsas de empleo	34	60
%	36%	64%

Fuente: Cálculos propios

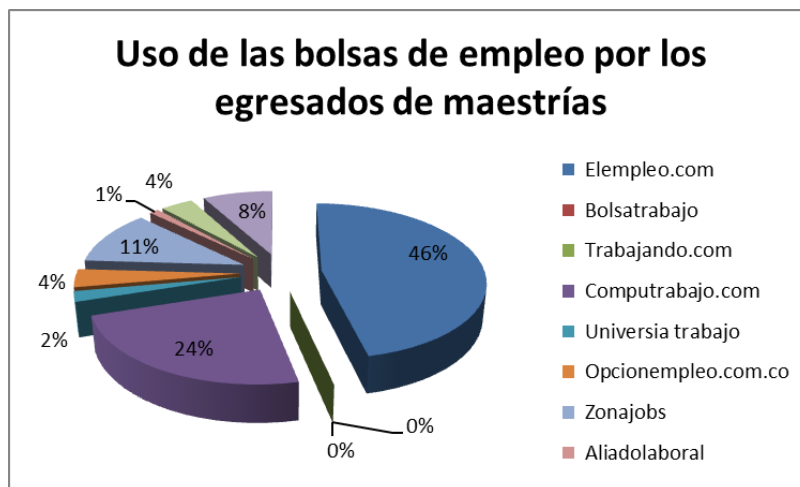
Ilustración 4: ¿Ha conseguido empleo en alguno de estos canales?



Fuente: Cálculos propios

A la pregunta ¿Ha conseguido alguna vez empleo a través de las redes en Internet? Un gran porcentaje de los encuestados manifestó que no, sin embargo los encuestados que afirmaron haber encontrado empleo a través de internet, lo hicieron por medio de bolsas de empleo (El empleo.com y Computrabajo), seguido de la red profesional (Linkedin) la escogida para esta investigación...

Ilustración 5: Porcentaje de uso de las Bolsas de empleo 2.0



Fuente: Cálculos propios

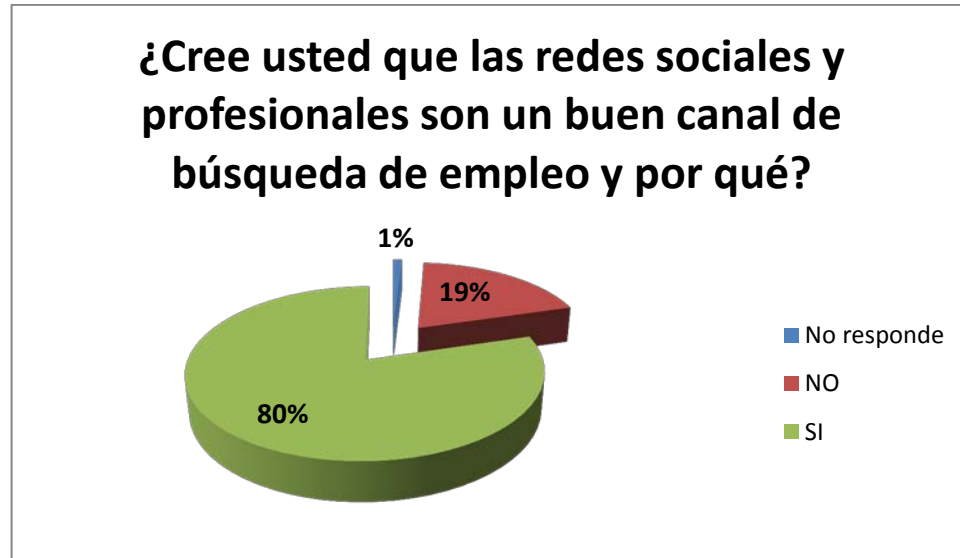
Se puede evidenciar en la gráfica anterior que la Bolsa de empleo más utilizada por los egresados es Elempleo.com, seguida de Computrabajo.com.

Tabla 3: Percepción de la efectividad de los canales 2.0 para conseguir empleo

¿Cree usted que las redes sociales son un buen canal de búsqueda de empleo?		
SI	82	80%
NO	20	19%
NO Responde	1	1%
Total	103	100%

Fuente: Cálculos propios

Ilustración 6: Percepción de los encuestados sobre la efectividad de los canales 2.0



Fuente: Cálculos propios

A la pregunta ¿Cree usted que las redes sociales y profesionales son un buen canal de búsqueda de empleo?, existe una percepción positiva de estos Canales.

Las respuestas más comunes encontradas a la pregunta complementaria ¿por qué cree usted que las redes sociales y profesionales son un buen canal de búsqueda de empleo? Fueron en resumen: Si porqué son fáciles de manejar, ofrecen información de vacantes en las empresas, porque las empresas cada vez buscan más en estos medios, son económicas, permiten compartir el perfil profesional.

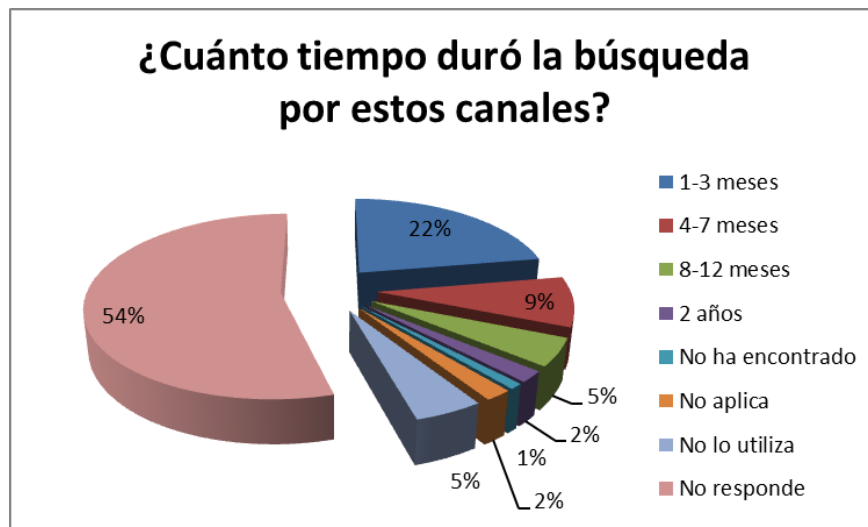
Las personas que contestaron que no, manifestaron que las redes sociales y profesionales son inseguras, exponen la información personal, no hay retroalimentación, no las usan por falta de interés o confianza, no han obtenido resultados, son informales.

Tabla 13: Porcentaje de tiempo que duran los encuestados en la búsqueda

Rango de tiempo en meses		%
1-3 meses	23	22%
4-7 meses	9	9%
8-12 meses	5	5%
2 años	2	2%
No ha encontrado	1	1%
No aplica	2	2%
No lo utiliza	5	5%
No responde	56	54%
Total	103	100%

Fuente: Cálculos propios

Ilustración 7: Tiempo de búsqueda en meses



Fuente: Cálculos propios

De las personas que respondieron a la pregunta ¿Cuánto tiempo duró la búsqueda por estos canales?, se observa que la mayoría de los encuestados tuvieron respuesta entre 1 y 3 meses. De otro lado, se puede observar que varios de los

encuestados no estaban buscando empleo y por tener publicada la hoja de vida en la red fueron contactados.

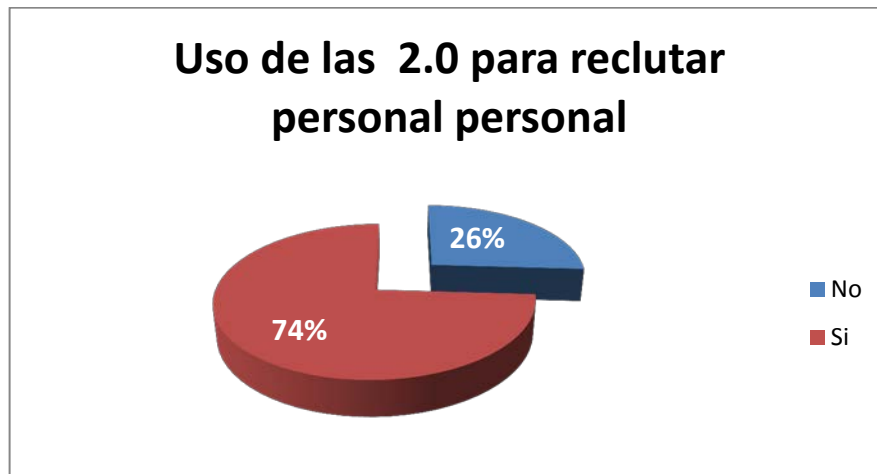
ANEXO 3: INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS EMPRESAS

Tabla 5: Percepción de efectividad de las redes sociales y profesionales para las empresas

¿Considera usted que las redes sociales y profesionales en internet son un canal efectivo en el reclutamiento de personal calificado?	
No	8
Si	46
Total general	54

Fuente: Cálculos propios

Ilustración 85: Uso de la web 2.0 para reclutar personal



Fuente: Cálculos propios

De 56 empresas encuestadas la mayoría afirmaron utilizar las redes sociales y profesionales para reclutar personal calificado.

Tabla 6: Porcentaje de uso de las redes sociales y profesionales por las empresas para reclutar personal

Canal	Repuestas	%
Facebook	18	33%
Twitter	13	24%
Google+	5	9%
Viadeo	1	2%
Linkedin	27	50%
Otra	1	2%
Ninguna	20	37%
Total	85	

Fuente: Cálculos propios

Ilustración 9: Porcentaje de uso de las redes sociales y profesionales por las empresas para reclutar personal



Fuente: Cálculos propios

El 31% de las empresas encuestadas afirma utilizar LinkedIn como Red profesional para reclutar personal calificado, el 21% dice usar a Facebook y el 24% no utilizan ninguna de las redes para este fin. (Ver ilustración 13)

Tabla 7: Uso de las Bolsas de empleo 2.0 para reclutamiento de personal

¿Ha usado las redes 2.0 para búsqueda de personal calificado?		
SI	52	96,30%
NO	2	3,70%
Total general	54	100,00%

Fuente: Cálculos propios

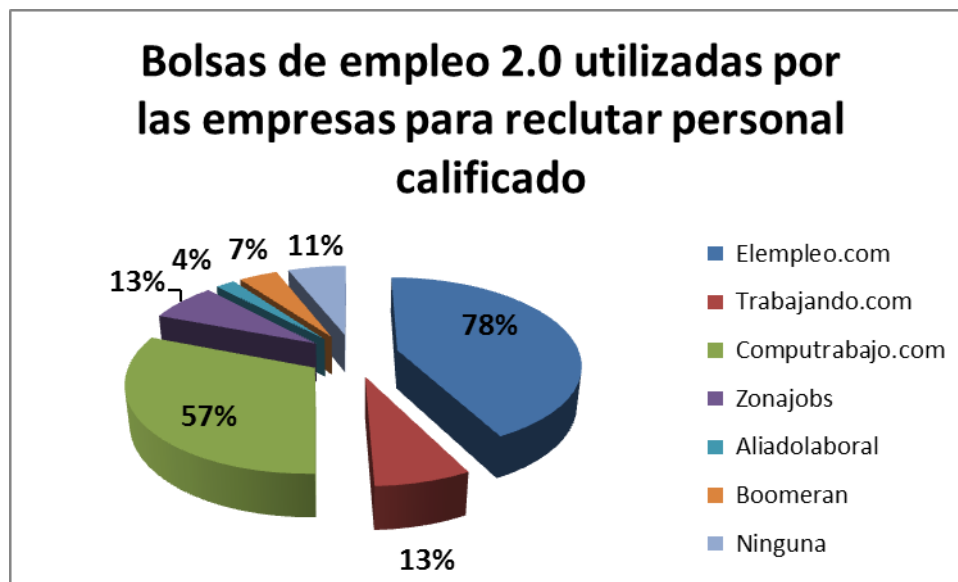
Tabla 10: Uso de las Bolsas de empleo 2.0 para reclutamiento de personal



Fuente: Cálculos propios

En la ilustración 13 podemos observar que de las 54 empresas encuestadas el 96% afirman utilizar las bolsas de empleo 2.0 para reclutar personal.

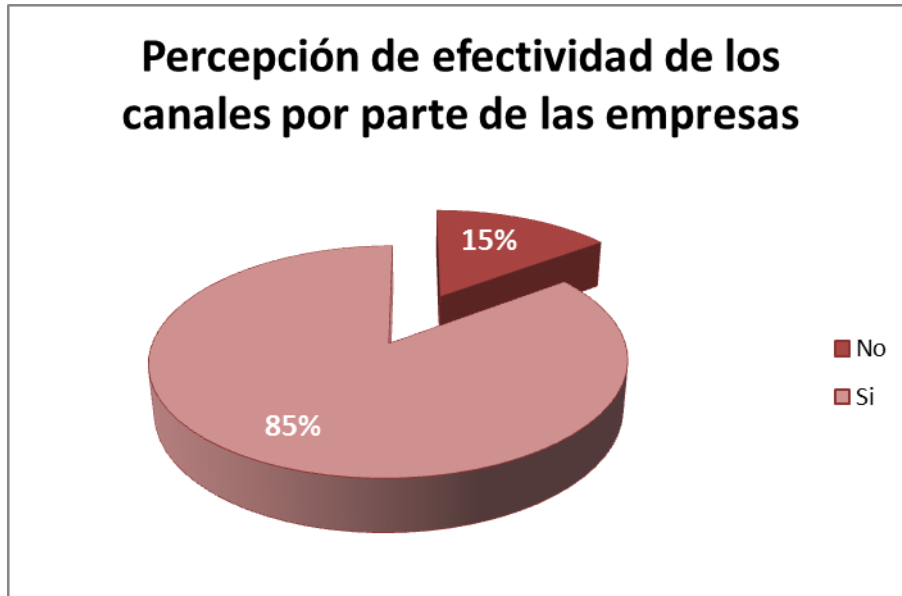
Ilustración 11: Bolsas de empleo más utilizadas por las empresas para reclutar personal



Fuente: Cálculos propios

De la figura anterior podemos observar que la bolsa de empleo más utilizada por las empresas para contratar personal es eempleo.com con un porcentaje de respuestas del 78%, seguida de computrabajo.com con el 57% y trabajando.com con el 13%. De las menos usadas están aliadolaboral.com, Boomeran que no son desconocidas para las empresas aunque su porcentaje de uso solo sea del 11% entre las dos.

Ilustración 126: Percepción de las empresas frente a la efectividad de las redes sociales y profesionales 2.0



Fuente: Cálculos propios

A la pregunta ¿Considera usted que las redes sociales y profesionales en internet son un canal efectivo en el reclutamiento de personal calificado?, 46 empresas afirmaron que las redes profesionales como LinkedIn les permiten conocer el perfil profesional de las personas y las redes sociales ampliar la información de las mismas, además de ser canales fáciles de acceder y más económicos.

Tabla 8: Razón de percepción de las empresas frente a la efectividad de las redes sociales y profesionales 2.0

Razón de percepción	SI	NO
Rapidez para encontrar hojas de vida	12	
Rapidez para revisar perfiles	8	
Las personas pueden referenciar a otras	3	
Son una tendencia	3	
Porque se encuentra gran cantidad de ofertas	7	
Fácil acceso a la información de los candidatos	8	
Recomienda las redes profesionales	5	
No las usan		6
Los postulantes no cumplen con el perfil		2

Fuente: Cálculos propios

Tabla 14: Tiempo que emplean las empresas para buscar personal en las redes 2.0

Tiempo de búsqueda	Cantidad	Frecuencia	Frecuencia Valida	Respuesta Dicotómica
1 Mes o Menos	38	73,1%	76,0%	SI = 94%
1 a 2 Meses	3	5,8%	6,0%	
2 a 3 Meses	1	1,9%	2,0%	
Hasta 2 Meses	4	7,7%	8,0%	
Más de dos Meses	1	1,9%	2,0%	
Depende del Perfil del Cargo	2	3,8%	4,0%	NO = 6%
Otro	1	1,9%	2,0%	
Ninguno/ No los usa	2	3,8%		
Total general	52	100,0%	100,0%	

Fuente: Cálculos propios

Ilustración13: Tiempo que tardan las empresas en encontrar personal en las redes 2.0



Fuente: Cálculos propios

A la pregunta ¿Cuánto tiempo tarda su empresa en encontrar personal por canales 2.0?, el 76% las empresas encuestadas contestaron que dedican un mes o menos a la búsqueda de personal, sin embargo la duración tarda más dependiendo del cargo para el que se esté buscando.

ANEXO 4: ENCUESTA REALIZADA A LOS EGRESADOS

Efectividad de las redes sociales como canales de búsqueda de empleo para los egresados de la Universidad Icesi.

Página 1 de 1

Efectividad de Título del formulario



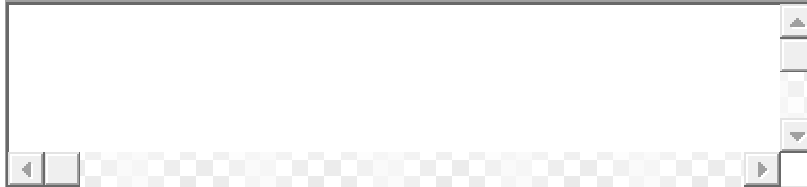
1. En qué rango de edad se encuentra* _

- 20 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51 - 50

2. ¿Se encuentra laborando en este momento en empresa, organización o entidad?* _

- Si
- No

En que Organización (nombre)* _



3. ¿Recibe remuneración por su trabajo?* _

- Si
- No

4. ¿De las siguientes redes sociales y profesionales, cuáles conoce?* _

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Google +
- Viadeo
- Otro

5. ¿Pertenece a alguna de las siguientes redes sociales y profesionales?* _

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Google +
- Viadeo
- Otro

6. ¿Si estuviera buscando empleo o deseara cambiar el actual, cuáles de los siguientes redes utilizaría?*Obligatorio escoja 3

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Google +
- Viadeo
- Otro

7. ¿Sabía usted que Viadeo y LinkedIn son redes profesionales?*_

- Si
- No

8. ¿Si estuviera buscando empleo o deseara cambiar el actual, cuáles de los siguientes medios utilizaría?*_escoja 3

- Referidos
- Correo electrónico
- Redes sociales
- Redes profesionales
- Clasificados
- Bolsas de empleo en internet
- Páginas web corporativas

9. En orden de importancia por favor Indique cuáles de los siguientes medios usaría Donde 1 es muy importante y 5 menos importante

	1	2	3	4	5	6	7
Referidos	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Correo electrónico	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

	1	2	3	4	5	6	7
Redes sociales	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Redes profesionales	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Clasificados	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Bolsas de empleo en internet	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Páginas web corporativas	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

9. ¿Cuáles de las siguientes bolsas de empleo en internet conoce?* _Puede escoger varias

- Eempleo.com
- Trabajando.com
- Computrabajo.com
- Zonajobs
- Aliadolaboral
- Boomeran
- Ninguna
-

11. ¿Ha utilizado las Bolsas de Empleo en Internet?* _si su respuesta es si, continúe en la siguiente pregunta, si no salte a la pregunta 12

- Si
- No

12. ¿En cuáles de las siguientes Bolsas de Empleo ha registrado su hoja de vida?* _Puede marcar varias

- Eempleo.com
- Bolsatrabajo
- Trabajando.com
- Computrabajo.com
- Universia trabajo
- Opcionempleo.com.co
- Zonajobs
- Aliadolaboral
- Boomeran

- Ninguna
- 13. ¿En cuál de las siguientes redes profesionales ha registrado su hoja de vida?**

- LinkedIn
- Viadeo
- Otra
- Ninguna

14. ¿Ha conseguido alguna vez empleo a través de las redes en Internet? Si su respuesta es NO en todas las opciones, pase a la pregunta 15

	Si	No
Redes sociales	●	●
Redes profesionales	●	●
Bolsas de empleo	●	●

Si su respuesta fue SI en alguna del punto 13 conteste: ¿A través de que medio consiguió su último empleo?

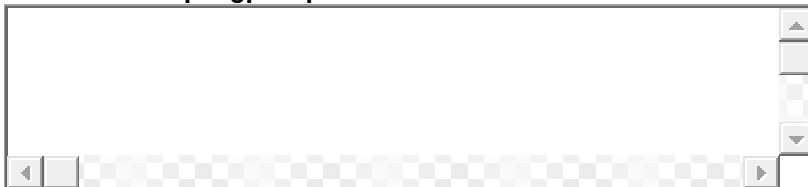
- Eempleo.com
- Bolsatrabajo
- Trabajando.com
- Computrabajo.com
- Universia trabajo
- Opcionempleo.com.co
- Zonajobs
- Aliadolaboral
- Boomeran
- Ninguna

14. ¿Cuánto tiempo duró la búsqueda de empleo por estos canales?

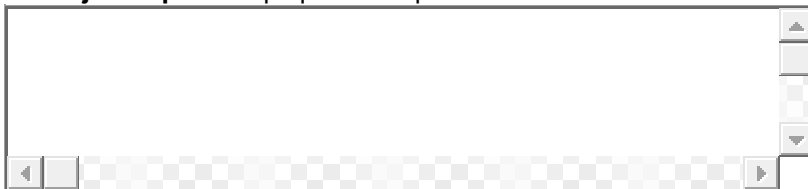
15. ¿Cree usted que las redes sociales y profesionales son un buen canal de búsqueda de empleo y por qué?*_ Justifique su respuesta

- SI
- NO

Por favor indique ¿por qué?*_



16. ¿Considera usted que la maestría es una oportunidad para mejorar su cargo o conseguir un mejor empleo?Explique su respuesta

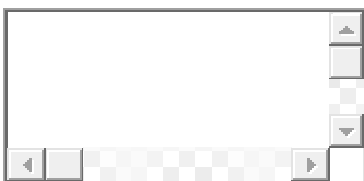


ANEXO 5: ENCUESTA RELIZADA A LAS EMPRESAS

Efectividad de las redes sociales como canales de búsqueda empleados

1

Efectividad de Título del formulario



Nombre de la empresa *_



1. ¿Su empresa ha utilizado las redes sociales y profesionales para reclutar personal calificado alguna vez?*_ _

- Si
- No

2. ¿Cuáles de las siguientes redes sociales y profesionales conoce?*_ Puede marcar varias

- Facebook
- Twitter
- Google+
- Viadeo
- LinkedIn
- Otra
- Ninguna

3. ¿Cuáles de las siguientes redes sociales y profesionales ha utilizado su empresa para reclutar personal calificado?*_ Puede marcar varias

- Facebook
- Twitter
- Google+
- Viadeo
- LinkedIn
- Otra
- Ninguna

4. ¿Cuál de las siguientes redes profesionales ha utilizado su empresa para reclutar personal calificado?*_ _

- LinkedIn
- Viadeo

- Ninguna

•

5. ¿Si estuviera reclutando personal calificado con experiencia cuáles de las siguientes redes sociales o profesionales utilizaría?*_ Puede marcar varias

- Facebook

- Twitter

- Google+

- Viadeo

- LinkedIn

- Otra

- Ninguna

•

6. En orden de importancia por favor Indique ¿cuáles de los siguientes medios usaría para reclutar personal?*_ Donde 1 es muy importante y 5 menos importante

	1	2	3	4	5
Referidos	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Correo electrónico	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Redes sociales	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Clasificados	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Bolsas de empleo en internet	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Páginas web corporativas	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Ninguna	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

8. ¿En cuáles de las siguientes Bolsas de Empleo busca personal calificado para reclutar?*_Puede marcar varias

- Eempleo.com
- Trabajando.com
- Computrabajo.com
- Zonajobs
- Aliadolaboral
- Boomeran
- Ninguna

9. En orden de importancia indique ¿cuál de las siguientes Bolsas de Empleo considera que es más efectiva para reclutar personal? *_donde 1 es muy efectiva y 5 menos efectiva

	1	2	3	4	5
Eempleo.com	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Bolsatrabajo	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Trabajando.com	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Computrabajo.com	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Universiatrabajo	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Opcionempleo.com.co	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zonajobs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aliadolaboral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Boomerang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ninguna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Indique el nivel de dificultad de los siguientes canales para reclutar personal calificado*...donde 1 es muy fácil y 5 muy difícil

	1	2	3	4	5
Redes sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes profesionales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bolsas de empleo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clasificados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Referidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. ¿Considera usted que las redes sociales y profesionales en internet son un canal efectivo en el reclutamiento de personal calificado?*

Si

No

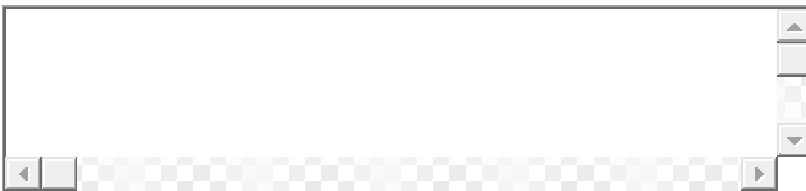
Por favor explique su respuesta* _

A rectangular text input field with a thin grey border. The bottom edge features a horizontal scrollbar with a checkered pattern. On the right side, there are three vertical scroll buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle.

12.¿Cuánto tiempo duró en la búsqueda de personal por estos canales?* _

A rectangular text input field with a thin grey border. The bottom edge features a horizontal scrollbar with a checkered pattern. On the right side, there are three vertical scroll buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle.

13.¿La información que encuentra en las redes 2.0, es congruente con el perfil del candidato?* _por favor explique su respuesta

A rectangular text input field with a thin grey border. The bottom edge features a horizontal scrollbar with a checkered pattern. On the right side, there are three vertical scroll buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a downward-pointing triangle.