



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**PORTALES DE EMPLEO
COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL
GERENCIAL CASO:
EMPRESA ASOCIACIÓN NACIONAL DE
CULTIVADORES AGRÍCOLAS (ANCA),
ACARIGUA ESTADO PORTUGUESA**

Autora: Dayana Del Valle Ramírez.
C.I:15.866.400.

Urb. Yuma II, calle N°3, San Diego, Edo Carabobo



**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL**

**PORTALES DE EMPLEO
COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL
GERENCIAL CASO:
EMPRESA ASOCIACIÓN NACIONAL DE
CULTIVADORES AGRÍCOLAS (ANCA),
ACARIGUA ESTADO PORTUGUESA**

**Trabajo de Grado presentado como uno de los requisitos para optar al
título de Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional.
Línea de Investigación: Procesos Tecnológicos de Información y
Comunicación.**

Autora: Dayana Del Valle Ramírez.
C.I.:15.866.400.

Tutor: Oscar Dávila.

San Diego, Diciembre 2017



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

ENTREGA DE TRABAJO ESPECIAL DE GRADO/ TRABAJO DE GRADO

San Diego, 01 de Diciembre de 2017

Ciudadano
Prof. Edgar León
Coordinador del Programa de Especialización/**Maestría en Gerencia de la
Comunicación Organizacional**

Universidad José Antonio Páez
Presente.-

Esta correspondencia tiene como finalidad hacer entrega formal de un (1) ejemplar del TRABAJO ESPECIAL DE GRADO/ TRABAJO DE GRADO titulado: **“Portales de Empleo como Herramienta Comunicacional Gerencial caso empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), Acarigua Estado Portuguesa”**, línea de investigación: Procesos Tecnológicos de Información y Comunicación, elaborado bajo la tutoría del Profesor Oscar Dávila, cédula de identidad: V-11.523.538, para que sea sometido a la evaluación por parte del jurado que se designe.

Atentamente,

Firma: _____

Apellidos, Nombre: Ramírez, Dayana Del Valle
C.I. N° 15.866.400
Teléfono: 0414-355.53.74
Correo electrónico: dayanadelvalle.ramirez@gmail.com
Teléfono de tutor: 0426-346.54.23
Correo electrónico de tutor: odavila.e@gmail.com

AUTORIZACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, Oscar Dávila, titular de la cédula de identidad N° 11.523.538, en mi carácter de tutor del Trabajo Especial de Grado/Trabajo de Grado, titulado: **PORTALES DE EMPLEO COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL GERENCIAL CASO EMPRESA ASOCIACIÓN NACIONAL DE CULTIVADORES AGRÍCOLAS (ANCA), ACARIGUA ESTADO PORTUGUESA.**

Adscrito a la Línea de Investigación: Procesos Tecnológicos de Información y Comunicación.

Presentado por la ciudadana: Dayana Del Valle Ramírez, titular de la cédula de identidad N° 15.866.400, hago constar que he dirigido el proceso de investigación correspondiente, leído el contenido del informe escrito y considero que el mismo reúne los requisitos exigidos para ser evaluado por el jurado que se designe, por lo cual autorizo la entrega de un (01) ejemplar en físico ante la Coordinación del Programa: Maestría en Gerencia de la Comunicación Organizacional

San Diego, al primer (01) día del mes de Diciembre de 2017.

Firma del tutor

C.I. _____

DEDICATORIA

Me siento orgullosa de poder decir que dedico este esfuerzo a mi mayor tesoro, a mi hijo Paull Sebastián Contreras Ramírez quien es mi fuente principal de inspiración, también dedico este logro a mi esposo John Contreras, a mi Madre, hermanos y al Profesor Rommel Rangel y Oscar Dávila, quienes nos inspiran y motivan a continuar en alcanzar esta meta académica para llegar a ser mejores profesionales y ciudadanos para el país.

A mis compañeros de clases.

AGRADECIMIENTOS

Primero que todo quiero agradecer a Dios nuestro señor, por darme la oportunidad de vivir y luchar para obtener las metas planteadas, a Madre gracias a su apoyo, formación y dedicación he podido llegar hasta este punto y alcanzar una meta más en mi vida, a mi esposo John Contreras por todo su apoyo y comprensión, a mis hermanos, a mi familia.

Igualmente, esta meta no hubiese sido alcanzada sin la ayuda y orientación del Profesor Bruno Valera, Magister Daniel Rojas, la Profesora Yajaira Jiménez y al Profesor Rommel Rangel, quienes ha sido amigos y convirtiéndose en uno de los pilares de esta investigación. A la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA) por abrirme sus puertas para la realización de este proyecto, y muy especial al personal y Gerente del área de Recursos Humanos de ANCA por brindarme un espacio al aplicar y desarrollar este estudio, y por último y Mayor Agradecimiento al profesor Oscar Dávila quien por su tiempo, constancia, paciencia, y ayuda me guió a realizar mi trabajo de grado.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
RESUMEN INFORMATIVO	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	5
EL PROBLEMA	5
Planteamiento del Problema.....	5
Objetivos de la Investigación	33
Objetivo General	33
Objetivos Específicos	33
Justificación	34
CAPÍTULO II	38
MARCO TEÓRICO	38
Antecedentes.....	38
Bases Teóricas.....	46
Teoría Matemática de la Comunicación	46
Teoría de la Sociedad de la Información	51
Bases Legales	85
CAPÍTULO III	92
MARCO METODOLÓGICO	92
Tipo de Investigación.....	92
Diseño de la Investigación.....	93
Población y Muestra	94
Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	96

Validez.....	106
Confiabilidad del instrumento	107
Estrategia Metodológica	108
CAPÍTULO IV	112
RESULTADOS	112
Fase I.....	112
Fase II.....	130
Fase III.....	146
CONCLUSIONES	149
RECOMENDACIONES	153
REFERENCIAS	155
ANEXOS	162
ANEXO 1 Validación del Instrumento (Cuestionario) y Metodologías (Técnicas) Aplicadas en el Trabajo Investigativo N° 1.....	163
ANEXO 2 Validación del Instrumento (Cuestionario) y Metodologías (Técnicas) Aplicadas en el Trabajo Investigativo N° 2.....	170
ANEXO 3 Cálculo de la Confiabilidad Instrumento aplicado a la muestra	177

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. PATRÓN DE USOS DE INTERNET.....	9
CUADRO 2. DIVERSOS PORTALES DE EMPLEO USADOS EN VENEZUELA (CONT.)	22
CUADRO 3. TÉCNICO METODOLÓGICO.....	109
CUADRO 4. TÉCNICO METODOLÓGICO.....	110
CUADRO 5. TÉCNICO METODOLÓGICO.....	111
CUADRO 6. ALTERNATIVAS U OPCIONES MATRIZ DE PRIORIZACIÓN O CRITERIOS.....	130
CUADRO 7. DE CRITERIOS MATRIZ DE PRIORIZACIÓN.....	130

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. PONDERACIÓN DE RESPUESTAS	99
TABLA 2. ESTRATEGIAS DESDE DOFA	106
TABLA 3. PONDERACIÓN DE OPCIÓN O ETIQUETAS	112
TABLA 4. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 1	113
TABLA 5. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 2	114
TABLA 6 . FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 3	115
TABLA 7. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 4	116
TABLA 8. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 5	117
TABLA 9. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 6	118
TABLA 10. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 7	119
TABLA 11. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 8	120
TABLA 12. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 9	121
TABLA 13. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 10 ...	122
TABLA 14. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 11 ...	123
TABLA 15. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 12 ...	124
TABLA 16. FRECUENCIA RELATIVA PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 13 ...	125
TABLA 17. SUMA VALOR FILAS DE CRITERIOS	131
TABLA 18. CRITERIO COMUNICACIÓN EFICAZ	133
TABLA 19. CRITERIO BÚSQUEDA SEGMENTADA	134
TABLA 20. CRITERIO FACILITACIÓN DE REALIZACIÓN ACTIVIDAD	135
TABLA 21. CRITERIO INDICADORES DE GESTIÓN.....	135
TABLA 22. PONDERACIÓN OPCIONES EN BASE A CADA CRITERIO ..	136
TABLA 23. PONDERACIÓN FINAL O GENERAL	137
TABLA 24. MATRIZ DOFA	147
TABLA 25. MATRIZ ESTRATEGIAS DOFA	148

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. PROCESOS Y SUBPROCESOS EN LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS.....	27
FIGURA 2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE ANCA (EMPRESA EN ESTUDIO)	28
FIGURA 3. PROCESO GENERAL DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL	65
FIGURA 4. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.....	75
FIGURA 5. INDICADORES DE GESTIÓN DE EMPLEO CON BUMERAN.COM.....	82
FIGURA 6. PROCESO DE RECLUTAMIENTO POR MEDIO DEL USO DE LA TECNOLOGÍA	84
FIGURA 7. INTRANET	84
FIGURA 8. INTERNET/INTRANET.....	85
FIGURA 9. ANÁLISIS DOFA.	104

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN WEAVER Y SHANON	49
GRÁFICO 2. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 1	113
GRÁFICO 3. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 2	114
GRÁFICO 4. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 3	115
GRÁFICO 5. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 4	116
GRÁFICO 6. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 5	117
GRÁFICO 7. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 6	118
GRÁFICO 8. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 7	119
GRÁFICO 9. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 8	120
GRÁFICO 10. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 9	121
GRÁFICO 11. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 10	122
GRÁFICO 12. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 11	123
GRÁFICO 13. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 12	124
GRÁFICO 14. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DEL ÍTEM Nº 13	125
GRÁFICO 15. PONDERACIÓN FINAL ALTERNATIVA MÁS ELEGIBLE ..	138

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

**PORTALES DE EMPLEO COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL
GERENCIAL CASO EMPRESA ASOCIACIÓN NACIONAL DE
CULTIVADORES AGRÍCOLAS (ANCA), ACARIGUA ESTADO
PORTUGUESA.**

Autora: Dayana Del Valle Ramírez.

Tutor: Oscar Dávila.

Fecha: Diciembre de 2017.

RESUMEN INFORMATIVO

La presente investigación se desarrolló en la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), es una empresa agroindustrial, dedicada al financiamiento de granos, así como la recepción y proceso de almacenamiento de los mismos, los cuales es materia prima de: harina, aceite vegetal y alimento de pollo. El propósito de esta investigación es analizar el uso de los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos, en la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa. La investigación se elaboró bajo la modalidad metodológica de tipo descriptiva, bajo un diseño de campo, se aplicó encuesta, revisión documental, observación directa. El instrumento del cuestionario se aplicó a cuarenta y cinco (45) personas conformado por el personal de RRHH y clientes de dicha área, el análisis de la información se realizó bajo el programa estadístico SPSS, asimismo, la técnica de la observación directa se aplicó al proceso de captación del talento humano, igualmente, se utilizó Matriz de Criterios y DOFA, de forma que proporcionen respuestas de las interrogantes de la investigación, por consiguiente y realizando una revisión bibliográfica y descripción de la información; con el propósito de analizar el uso de los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial para optimizar el proceso de captación del talento humano, en tal sentido se concluyó que mejoran la rapidez en la comunicación, establecen interactividad entre las partes involucradas y proporcionan un valor agregado a la organización (indicadores de gestión). **Descriptor:** Portales de Empleo, Herramienta Comunicacional Gerencia.

INTRODUCCIÓN

Las Organizaciones demandan cada día más en la obtención de un talento humano competente y parte de forma integral de profesionales, que contribuyan a la productividad y rentabilidad de la empresa, y más aun con los cambios Tecnológicos de Información y Comunicación (TIC's) así como el mundo globalizado que viven los seres humanos en el siglo XXI.

El área de Recursos Humanos (RRHH), el cual es el área responsable que debe llevar a cabo la obtención del talento humano idóneo en cada puesto de trabajo en la empresa; debe hacer frente a los desafíos innovadores y las nuevas oportunidades que brindan las herramientas tecnológicas comunicacionales, dentro del ámbito laboral, herramientas que permiten mejorar la manera de producir, organizar, difundir y controlar las actividades de trabajo. Esto influye en todos los niveles de la organización, es decir desde el nivel base u obrero calificado, al nivel técnico, operativo, y estratégico (Gerencial); garantizándole así a la organización de una gestión eficiente y eficaz.

Por lo tanto, es indispensable en las organizaciones grandes, la incorporación y el uso de herramientas tecnológicas comunicacionales actuales para ofertar empleos, entre éstas los portales de empleo, como medio que permita mantener una adecuada comunicación de planeación de RRHH entre el reclutador del área de RRHH y el usuario o participante interesado en el empleo; facilitar al participante el acceso a la información y el conocimiento necesario, en todo lo relacionado a la oferta de empleo, a la organización, beneficios, y competencias que debe tener; permitiendo

durante el desarrollo del proceso una comunicación oportuna, exacta, precisa
y completa.

La comunicación implica transferencia de información y comprensión de una a otra persona. Es la manera de relacionarse con otras personas a través de datos, ideas pensamientos y valores. Idalberto Chiavenato (2007).

Es por ello, que actualmente las Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información (NTIC) han permitido cambios significativos en la organización desde el punto de vista de la comunicación corporativa, estratégica hasta laboral. A través del uso de las páginas web en Internet, como los portales de empleo, han tenido un impacto profundo en el área de RRHH, ya que posee un alcance más amplio de hacer llegar la información o lograr comunicarse más, que un anuncio de periódico o informar a un compañero de trabajo que se necesita “X” cantidades de personas para “Y” puestos con “Z” característica o cualidades (competencias), etc. De esta manera, los portales de empleo hacen evolucionar vertiginosamente la forma de informar y comunicarse a las empresas, como parte de los nuevos sistemas tecnológicos, nuevas herramientas y métodos de trabajo sin límites de tiempo y espacio permitiendo la globalización y brindando la posibilidad de interconectar a los participantes dentro de un proceso de conocimiento.

Asimismo, el personal de RRHH (reclutador) se le abre un amplio horizonte de posibilidades para practicar y aprender en forma agradable, motivadora y a la vez ayuda a crear situaciones de aprendizaje altamente significativas y valiosas. Aprende a inferir por sus propios medios de comunicación, a investigar, a controlarlos y gestionarlos.

De ahí que el personal que labora en el área de recursos humanos, quienes son los beneficiados directos, de las ventajas que brindan las herramientas tecnológicas de información y comunicación; así como la

organización con la orientación de dicho personal; que asume un nuevo rol dentro del proceso de ofertar empleo, a través de los portales de empleo; que le permita desarrollar diferentes estructuras organizativas y talento humano idóneo de acuerdo a las necesidades de la empresa.

La presente investigación se realiza con la finalidad de analizar los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial para optimizar el proceso de captación de talento humano en la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA) ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.

El trabajo investigativo está estructurada de la siguiente forma:

Capítulo I: El Problema, donde se aborda el planteamiento de la investigación, el objetivo general y los objetivos específicos, y por último la justificación e importancia de la investigación.

Capítulo II: Marco Teórico, en él se plasma y comenta los antecedentes investigativos relacionados con la investigación; así como los diversos componentes teóricos-legales de sustentación, producto de la revisión y consulta documental.

Capítulo III: Marco Metodológico, se especifican las formas de investigación involucradas, tipo y diseño de investigación, población y muestra, técnicas de recolección, análisis de datos y estrategias metodológicas, con los correspondientes Cuadros Técnicos Metodológicos.

Seguidamente, se encontraran la lista de referencias consultadas: textos, revistas digitales, leyes, trabajos de grado, publicaciones escritas y electrónicas.

Capítulo IV, En este capítulo se presentan los resultados de la investigación, estructurados en fases que comprenden el análisis.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegó la investigación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Este capítulo se inicia con escrituras elementales que describe el origen del núcleo de interés, posteriormente delimitándola a un contexto específico de estudio (ciudad, empresa y área). Para Bernal (2006:84), describir un problema “(...) es contar lo que está pasando en relación con una situación, (...); es narrar los hechos que caracterizan esa situación, mostrando sus implicaciones y soluciones”.

Planteamiento del Problema

El uso de la tecnología como herramienta de interacción entre las personas ha desarrollado diversas funcionalidades, entre éstos la plataforma web, que ha permitido hoy en día a las organizaciones obtener el talento humano idóneo o apropiado al perfil que necesita.

Actualmente, gracias al avance tecnológico de las herramientas comunicacionales logramos comunicarnos en tiempo real entre dos personas que se encuentran en diferentes ciudades, países y continente. En la Edad Contemporánea, era inimaginable pensar que una persona ubicada en un país del continente americano e interesada en postularse a un empleo ubicado en un país del continente europeo, logrará comunicarse en tiempo real con la persona que oferta dicho empleo.

Por ende, las personas encargadas de elaborar la oferta de empleo, normalmente son especialistas del área de recursos humanos de una organización, en la actualidad se apoyan y utilizan como herramienta de

interacción para atraer a nuevo talento humano, plataformas web de la internet, como lo son los portales de empleo.

Al respecto, González (2005:27), en su libro nuevas tecnologías aplicadas a la gestión de recursos humanos: las tecnologías de información y comunicación como herramienta de mejora permanente del capital (talento) humano; explica que los portales de empleo son aquellos: “en los que aparece publicada ofertas de trabajo de todo los sectores de actividad, sin hacer ningún tipo de distinción y que surgen como alternativa de publicación y recepción curricular a las tradicionales vías, como el anuncio en prensa”.

De acuerdo a lo citado anteriormente, se analiza que los portales de empleo esta como alternativa u otra opción de publicación de ofertar empleos, adicional a los periódicos o jornada de feria de empleos. La evolución de este tipo de herramienta comunicacional ha sido significativa desde su creación, para las personas encargadas de hacer este tipo de trabajo, ya que les permite atraer personas en un tiempo a corto plazo. Son numerosos los portales de empleo que hoy en día se encuentra a nivel mundial; así lo señala González (2005: 28), menciona que la existencia de los portales de empleo como herramienta de interacción entre las personas, está desde hace muy pocos años (todas menores a diez años); y han “pasando de concebirse como menores de tablonas de anuncios virtuales, a ser consideradas plataformas integradas de gestión de empleo, incluyendo todo una serie de servicios que les aportan un gran valor añadido: asesoría, evaluación de candidatos, entre otros”, así como también indicadores de gestión gerencial.

El origen de los portales de empleo se inicia en base a la revolución tecnológica o digital que se produce en la década de los 90 del pasado siglo XX, en la que se podría llamar revolución digital, que viene de mano de las

nuevas tecnologías, ligada a la información y comunicación, dando lugar a la sociedad de la información, caracterizada por un uso intensivo de dichas Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC's) entre las que se puede destacar la importancia fundamental de internet, y el progresivo seguimiento de toda una serie de aplicaciones y herramientas digitales basadas en los productos y normas de la red de redes. Sin embargo, a principios de la década de los 90 no se puede hacer referencia de una divulgación masiva de este tipo de tecnologías que, principalmente por su coste, vieron limitado su campo de aplicación a tan sólo unos cuantos usuarios privilegiados. La tecnología era dominio de unos pocos.

Por consiguiente, actualmente en esta década del siglo XXI, donde diversos países del mundo se suman a la sociedad de la información en la que se hace hincapié en la tecnología, se puede destacar el desarrollo e implantación de TIC's en las empresas. La labor está en integrar a las TIC's como elemento de soporte al negocio empresarial, cuyo objetivo principal es facilitar determinadas tareas como las administrativas, procediendo gracias a ellas a su automatización, acompañada de una consecuente reducción de costes. Sin embargo, no se puede considerar que actualmente se está en estado de desarrollo social, sino que la sociedad de la información es más bien un puente entre la sociedad industrial y la sociedad del conocimiento.

La diferencia fundamental entre la actual sociedad del conocimiento y la precedente sociedad radica en una cuestión terminológica, ya que la información es algo diferente del conocimiento, éste va mucho más allá. De esta forma las TIC's proporcionan el contexto necesario para favorecer la transmisión del conocimiento, pero no proporcionan dicho conocimiento que es potestad exclusiva de los seres humanos.

De esta manera, la sociedad del conocimiento, como se ha hecho referencia, va íntimamente unida a una revolución tecnológica marcada por la utilización de las TIC's en los procesos claves de una organización (impacto estratégico, diseño de nuevos productos y servicios, reingeniería del proceso, entre otros), lo que ha provocado el paso de una economía de carácter industrial a otra basada en la producción, distribución y utilización de la información y, principalmente, del conocimiento a un ritmo vertiginoso. En este nuevo tipo de sociedad, la información está disponible para todos en cualquier lugar y en cualquier momento, la clave del éxito empresarial está en descubrir cómo gestionar esta masa informativa, para poder transformarla en conocimiento, y que éste se transforme en capital intelectual, logrando gracias a este proceso una ventaja competitiva fundamental en una economía digital como la actual.

Para el año 2012, se realizaron encuestas, en donde arroja un porcentaje considerable del uso de portales de empleo; la consultora Lpsos (en mayo 2012), realiza por 24 países de los cinco continentes; sobre el uso de internet de parte de las personas en busca de empleo en España, el dato es superior a la media registrada en otros países desarrollados, arrojando un 48 % de que los españoles usan internet para buscar empleo. En Francia, sólo el 25% de la población usa internet para buscar empleo, en Alemania ese porcentaje es del 30%, en Estados Unidos del 34%, en Italia del 36% y en el Reino Unido del 41%.

Igualmente, lo confirma el artículo de CNN expansión de Hernández (2012), titulado: "El trabajo está en Internet, ve por él" hace referencia a las reglas del juego para reclutar empleados han cambiado. En México, entre 50% y 60% de este proceso se realiza a través de Internet. (...) De acuerdo con cifras de la consultora que ofrece soluciones de recursos humanos a

nivel mundial, el 80% del reclutamiento en Estados Unidos se basa en Internet.

Asimismo, publicar y buscar empleo a través de portales de empleo en internet, para América Latina es una práctica novedosa, a la que tanto empleadores como trabajadores apenas se están acostumbrando; sin embargo ya hay direcciones web interesantes, que publican ofertas de empleo para todo tipo de profesionales o personas en busca de un trabajo. El uso de internet en Latinoamérica proyecta que para información relacionada con labor está ubicado en un 69%, según portal web de tendencias digitales (2011), tal como se muestra en el siguiente cuadro 1.

Cuadro 1. Patrón de Usos de Internet



Fuente: Tendencias Digitales (2011)

En tal sentido, en Latinoamérica, se calcula que el universo de internautas ronda los 220 millones de personas. Y, según estudios realizados por Tendencias Digitales (firma venezolana de investigación de mercado), 276 millones de latinoamericanos estarán conectados en 2014, es decir, 45% de la población total de la región. En el año 2011 estos estudios permitieron

conformar un Ranking Web 2.0 de los países en Latinoamérica, en el cual los primeros lugares lo ocuparon: Chile, Argentina y Venezuela, donde un 69% de las personas buscan información relacionada con el trabajo.

Por otra parte, la revolución digital ha traído importantes cambios para los seres humanos, y como no podía ser menos, también ha provocado una evolución en el entorno empresarial de la que ya se ha mencionado anteriormente y que se puede resumir en la vital importancia que en una economía digital tienen las nuevas tecnologías, ya que no sólo afectan a las relaciones de la organización con sus clientes, proveedores e, incluso, trabajadores, sino que son el elemento fundamental para los procesos fundamentales como pueden ser la producción, las ventas, la contabilidad, entre otros, y hasta los recursos humanos.

El progreso tecnológico ha sido y será el motor fundamental que ha favorecido la evolución de la sociedad humana, gracias a él se ha pasado por una gran variedad de etapas evolutivas, Paleolítico, Neolítico, Sociedad Industrial, Sociedad de la Información, hasta llegar a la actual Sociedad del Conocimiento.

Una de las diferencias fundamentales entre la Sociedad Industrial y la Sociedad del Conocimiento radica en que el activo fundamental de la economía pasa de ser un recurso tangible (ya sea de tipo financiero, físico, entre otros, caracterizados por ser muy fáciles de identificar, medir, e incluso imitar) a un activo intangible (difícil de identificar, medir e imitar), el talento humano, que es el único capaz de crear el verdadero conocimiento, gracias a sus activos intelectuales, que se producen cuando los seres humanos convierten su conocimiento tácito (que es difícil de articular, de explicar, entre otros, es decir, en realidad cada persona sabe más de lo que puede

expresar) en explícito, haciendo a los demás partícipes de este conocimiento y, a su vez, convirtiéndolo en conocimiento organizacional, única fuente competitiva sostenible en la vigente sociedad.

Los inicios de la comunicación entre los hombres se pueden datar desde la prehistoria donde los primeros humanos utilizaban lenguajes arcaicos para comunicarse, también realizaban pinturas que pueden clasificarse como los primeros intentos de una expresión o comunicación escrita.

Es por ello que surge la comunicación escrita, el cual ha hecho que los seres humanos desde muchos años compartan sus ideas a través de escritos usando diversos medios de comunicación

Las primeras civilizaciones que trasladaron lo oral a lo escrito se situaron en el medio oriente alrededor del 4000 a.c. Los sumerios (fue una región histórica de Oriente Medio que formaba la parte sur de la antigua Mesopotamia, La civilización sumeria es considerada como la primera y más antigua civilización del mundo) idearon un tipo de escritura con iconos que representaban conceptos, la escritura cuneiforme. Escribían en tablillas de arcilla con un palo que luego se cocían. Los escribas eran los encargados de esta función, y al existir tanto número de símbolos era un oficio que se tardaba años en dominar.

Posteriormente los egipcios desarrollaron un sistema de escritura basado en unos iconos llamados jeroglíficos. Los egipcios utilizaron como soporte de escritura el papiro, compuesto por fibras de una planta juncosa del Nilo. Los papiros se enrollaban alrededor de un eje de madera formando los volúmenes.

Poco a poco el idioma fue evolucionando hasta que estos iconos se fueron asociando a sonidos vocálicos con lo que el número de iconos descendió hasta conformar los antiguos alfabetos. Destacan los alfabetos fenicios, griegos.

Durante las culturas clásicas el lenguaje y los alfabetos evolucionaron mucho, los griegos consiguieron una evolución del alfabeto y compusieron grandes obras literarias.

El alfabeto que ha llegado a la descendencia directamente es el alfabeto latino de los romanos que extendieron por todo occidente. Los romanos idearon una escritura moderna con tipos de letra bellísimos (capitalis cuadrata) y utilizaron nuevos soportes de escritura como el pergamino, hecho a partir de pieles curtidas de animales. Plegando los pergaminos se realizaban los códices (el formato de los actuales libros) que permitían ahorrar espacio y escribir por ambas caras.

Durante la edad media la cultura sufrió un retroceso pues fue una época marcada por crisis y guerras. La cultura era conservada en los monasterios. Allí se copiaban libros, de temática religiosa por los monjes. Los libros eran copiados manualmente por los monjes amanuenses y luego ilustrados con pequeñas miniaturas, iluminados. El copiado de un libro costaba el arduo trabajo de varios monjes durante alrededor de tres meses, con lo que los libros adquirirían un valor desorbitado, un libro podía costar el precio de una granja.

En el siglo XII aparecieron las universidades como nuevos centros de cultura, que también se dedicaron a la promoción de los libros. También en esta fecha los árabes introdujeron el papel que habían inventado los chinos a

través de la península ibérica. El papel se realizaba a partir de trapos macerados y posteriormente se empezó a realizar con fibras vegetales.

En 1450 Johan Guttemberg, un joyero de Magunzia (Alemania) ideó un nuevo sistema de reproducción basado en tipos móviles. Las páginas se componían laboriosamente con pequeñas teselas con las letras grabadas en volumen, luego se entintaban y se transmitían a papel en la prensa. De esta manera aunque componer una página llevaba su tiempo se podían hacer muchas reproducciones de ésta, además los pequeños tipos luego eran recuperables. El primer libro impreso de esta manera fue la biblia de 42 líneas de Mazarino en 1456. A los primeros libros realizados con la nueva imprenta de tipos móviles se les conoce como incunables (en pañales).

La imprenta se desarrolló rápidamente y se extendió por toda Europa. Movimientos culturales históricos como la reforma, contrarreforma y sobre todo el Renacimiento fueron posibles gracias a la inmediatez de la imprenta.

Con la imprenta surgieron nuevos formatos de comunicación. Así nacieron publicaciones periódicas que fueron popularizándose rápidamente: las revistas y los periódicos. La inmediatez que exigían estos nuevos medios era frenada por el cuello de botella que suponía la composición manual de las páginas. De esta manera en el siglo XIX se inventaron máquinas de composición automáticas como la linotipia y la monotipia que redujeron considerablemente el tiempo de producción. También con la revolución industrial se crearon máquinas automáticas a vapor con lo que el proceso de impresión se redujo notablemente.

Los medios de comunicación escrita tuvieron una importante crisis al principio del siglo XX con la aparición de la radio que se vio agravado a mitad de siglo por la aparición de la televisión.

De la misma forma, en el siglo XX aparecieron nuevos procesos de composición como la fotocomposición (negativos fotográficos) y métodos de impresión, el offset con la capacidad de incluir color en la impresión de una manera automática.

También, con la aparición de los computadores, a partir de los años 60, y de las computadoras personales en los años 80, la producción de material escrito se realiza de una manera rápida y muy visual; logrando incorporarse en el campo laboral y/o en las organizaciones de tal forma que se ha introducido satisfactoriamente como herramienta comunicacional entre las personas de una forma: formal, confiable, como apoyo para argumento y guía en los procesos de trabajo y veraz.

En este sentido, Chiavenato (2007:59), define la comunicación como:

La transferencia de información o de significado de una persona a otra. Dicho de otra forma, es el proceso por el cual se transmite información y significados de una persona a otra (...) En toda comunicación existen por lo menos dos personas: la que envía un mensaje y la que lo recibe... Las organizaciones no pueden existir ni operar sin comunicación; ésta es la red que integra y coordina todas sus partes.

Lo anteriormente expuesto, obliga a las organizaciones o empresas a tomar conciencia sobre la presencia de la comunicación como elemento clave y estratégico para su funcionamiento, en el cual lleva a las mismas a crear, desarrollar y evolucionar en medios comunicacionales como herramientas que permitan la efectividad y producción a un menor costo a la empresa.

Por consiguiente, las empresas deben obtener y formar talento humano que entiendan, comprendan y se sientan identificados con la temática de conciencia de la comunicación dentro de la organización, lo ideal que es fomentarla, promoverla y desarrollarla.

Para ello, el nivel Gerencial es quien debe promover, fomentar y desarrollar la comunicación como elemento estratégico dentro de una organización o empresa; la comunicación que se genere debe ser asertiva, precisa, concisa, oportuna. Logrando de esta manera que las personas que laboran en la empresa sean personas eficientes y/o eficaz cuando se requiera.

Del mismo modo, el nivel Gerencial o la alta gerencia, debe disponer de una metodología que le permita consolidar toda la información, para luego comunicarla de una manera precisa, la misma puede ser la implementación de los Indicadores de Gestión de forma selectiva, el cual permite a que la alta gerencia no muestre desbordada la información que recibe de sus líderes, de todas y cada una de la información de manera de informe o cada uno de los indicadores que estén manejando en las unidades o áreas de trabajo.

Es por ello, que es necesario definir de antemano que tipo de indicadores son los que se necesitan o requieren en la alta gerencia.

Beltrán (2000:35), indica que “los indicadores de gestión son una medida gerencial muy útil y facilitan el manejo y ordenamiento de la data requerida y acumulada en el proceso de diagnóstico”.

Igualmente, señala Beltrán (2000:35), en referencia a la definición de indicadores de gestión como la “la relación entre las variables cuantitativas y cualitativas, que permiten observar la situación y las tendencias de cambios

generadas con el objeto o fenómeno observado, respecto de objetivos y metas previstas e influencias esperadas”. Continúa el mismo autor Beltrán pero en la (pág. 36) exponiendo una serie de características que abundan más en su definición: “Son factores para establecer el logro y el cumplimiento de la misión, objetivos, metas de un determinado proceso”.

Asimismo, señala Beltran que los indicadores de gestión son parte de dos sistemas de información fundamentales para la gerencia de las organizaciones:

- a.- Del sistema de Información Gerencial (citando a Senn, 2001)
- b.- Del sistema de apoyo a las decisiones (citando a Senn, 2001)”

“...son, ante todo, información, es decir, agregan valor, no sólo datos”.
“... su naturaleza esencial es segura y apoyo para el control” Beltran (2000:39).

Existiendo entonces en la actualidad la imperiosa necesidad de adoptar nuevas formas de gestión; apoyada en metodologías adecuadas y actualizadas, que tengan como eje primordial el aspecto gerencial y su repercusión en los resultados de la vida organizacional. Esta situación hace que los gerentes de las organizaciones deban transitar este camino de adaptabilidad, a fin de lograr ir a la par de los cambios que prevalecen hoy en día.

En el presente, el mundo está sometido a una serie de cambios, motivados a diversos factores, entre ellos están los tecnológicos que determinan una constante transformación en las organizaciones existentes, a fin de que puedan adaptarse y poder evolucionar.

Estos cambios y transformaciones que viven las organizaciones, con respecto a los sistemas de información y comunicación, aplica para cada una de las áreas o departamentos que conforma una organización o empresa. Entre estas áreas se encuentra la de Recursos Humanos (RRHH), específicamente el subsistema de reclutamiento y selección de personal o capacitación de personal, el cual constituye la base y la existencia de las organizaciones (las personas), este subsistema es la fuente principal de atracción de nuevos talentos humanos a las empresas, y también está afectada por los cambios gestados en la sociedad de la información, que en la posterior sociedad del conocimiento se han materializado como realidad.

Así, esta nueva sociedad, que se configura como una situación en la que el binomio dinero más tecnología no es suficiente para garantizar el éxito empresarial si no va acompañado del talento de su personal, dotarán a una organización de estas características de una ventaja competitiva que, de ser aprovechada adecuadamente, servirá para mantenerla entre las más competitivas de su sector; eso sí, teniendo en cuenta que en la competitividad también influyen otros factores de índole externa sobre los que la empresa no tienen potestad alguna.

De esta forma, las organizaciones deben atraer aquellas personas que posean un talento específico para desarrollar determinado puesto de trabajo para el que exista una vacante, así poder decir que no existe un talento global o general, sino talento específico que debe ser detectado y, una vez llevado a cabo esto, han de ser introducido, desarrollado y fidelizado en nuestra organización, adecuando siempre la relación entre personas y puesto.

En este contexto, se abre una nueva posibilidad de selección de personal como alternativa a los métodos tradicionales (reclutamiento a través de la publicación de un anuncio en prensa, de organismos públicos de empleo como Ministerios de Trabajo y Seguridad Social, de organizaciones o instituciones profesionales como Colegios, Universidades, Escuelas de Negocios, Feria de Empleos, cubriendo vacantes mediante personas del entorno del empresario o de sus trabajadores, entre otros), apoyada por el auge y vigencia de las TIC's. Donde aparece la selección de personal por Internet, lo que se viene a denominar los portales de empleo.

Dado que, para utilizar esta alternativa de entrada de nuevo personal en la empresa con resultados positivos, se debe tener muy claras las características intrínsecas de este tipo de reclutamiento, ya que no es un sistema adecuado para cualquier puesto de trabajo, sino que posee ciertas características, ventajas e inconvenientes que hay que cotejar con los tradicionales sistemas de selección y determinar cuál de ellos es el más favorable en cada caso.

Debido a, que el área de RRHH se concibe como uno de los ejes estratégicos fundamentales en la consecución de los objetivos organizacionales, para ello, este departamento debe captar y seleccionar o atraer talento, entendido como un bien escaso y de alto valor añadido, para el desempeño de su puesto de trabajo, de manera que el proceso de selección se plantea como uno de los principales elementos estratégicos a la hora de lograr los objetivos organizacionales, cambiando de terminología de reclutamiento de personal a captación y selección del talento.

Ahora ya no es suficiente con buscar a aquellas personas que cumplan el perfil requerido para el puesto en lo referente a formación y experiencia laboral, sino que se incluye un escalón más; se debe captar a

aquellas personas compatibles con el proyecto de futuro de la organización, es decir, han de desarrollar determinadas competencias y de tener potencial de desarrollo futuro, y sus inquietudes e intereses han de ser compatibles con los de la organización.

En un entorno como el actual, los procesos de reclutamiento y selección de talento humano también evolucionan e incorporan entre sus herramientas el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, entre las que se puede destacar el uso de Internet, surgiendo entonces los portales de empleo, concebido como un sistema de captación y selección de talento en el que el canal o medio intermediario que pone en contacto a ofertante y demandante de empleo es el medio virtual.

En lo que compete a Venezuela, las organizaciones están viviendo diversas transformaciones y cambios tanto por el medio ambiente externo como interno; las acciones públicas del Estado, se han desarrollado desde finales de la década de los noventa, con transformaciones en los diversos sectores políticos, económicos, productivos, sociales, culturales; estableciendo regulaciones a nivel laboral-legal, políticas monetarias, fiscales, de precios, comerciales, laboral-sectorial, entre otros.

De esta manera, se han aprobado diversas leyes, políticas públicas, reformas de leyes; enfocadas a mantener la estabilidad del país que vienen ligadas con las políticas sociales, por medio de la promoción y conservación de empleo. Se hace mención del ámbito regulativo, ya que afecta el área de recursos humanos, y en el cual, durante el proceso de reclutamiento y selección, se debe ejecutar a través de un proceso transparente y "limpio"; considerando ciertos aspectos para su selección de talento humano como: Competencias, Actitudes, Habilidades, Destrezas, Conocimiento,

Experiencia, Nivel Académico. En donde dichos aspectos deben cumplir con el Perfil requerido por la Organización o en la Descripción de Cargo.

Ahora bien, sin escatimar a las personas que participan en un proceso de reclutamiento y selección, es importante igualmente considerar antecedentes, referencias laborales, personales, familiares o bancarias de la persona posible a seleccionar; esto debido a las diversas normativas que existen actualmente en Venezuela, donde han surgidos como protección social para el trabajador; y que de alguna u otra forma si la persona seleccionada no era lo que vendió a través de su currículum vitae y entrevista, la organización puede salir afectada en su productividad, rentabilidad, estrategia y efectividad como empresa. Entre las normativas se mencionan las siguientes, donde se detallan en las bases legales:

1. La estabilidad laboral desde el año 2001 y de manera consecutiva el ejecutivo nacional, decreta La Inamovilidad Laboral, actualmente vigente desde el 1º de enero 2016 hasta el 31 de diciembre de 2018.
2. Protección especial Artículo 335, de la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT, 2012).
3. Igualmente la LOTTT hace referencia a la inamovilidad para los padres durante dos años.

Es relevante aclarar que, la autora del presente trabajo investigativo no hace alusión a etiquetar o denigrar a una persona por que tenga anhelo de tener hijos, y el hecho que posea un derecho de inamovilidad laboral, no tenga derecho a buscar empleo; el punto central del tema está en la voluntad y acciones que puede llegar a tomar una persona, conociendo una serie de derechos que lo protegen y que se debe sincerar durante el proceso de reclutamiento y selección, así como en la entrevista.

Sin embargo, las personas que laboran dentro del proceso de reclutamiento y selección de talento humano, cualquiera sea su nivel dentro de la organización, no está regida por leyes o normas de tipo legal. Las buenas costumbres y las buenas prácticas sugieren utilizar medios profesionales para realizarla. Por otra parte, el sentido común indica que es conveniente seleccionar a la mejor persona para cada puesto de trabajo o el empleo ofertado.

En la Actualidad, existen medios profesionales, que se usan como herramienta de comunicación y permite a la gerencia tener excelentes indicadores de gestión en su trabajo. Dichos medios fusionan gracias a la revolución tecnológica o digital, a las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC's) que trajo consigo la internet y a su vez los portales de empleo.

Como ya se ha indicado, los portales de empleo hacen referencia a la selección y contratación de personal a través de Internet, por medio de los portales de empleo. Sus orígenes se remontan a la última década del siglo XX y su expansión ha sido incuestionable en el siglo XXI, ocupando en la actualidad un papel importante en la mayoría de grandes y medianas empresas.

Su expansión ha estado motivada tanto por su capacidad para atraer y retener talento, como por la rapidez y la reducción de costes que puede implicar. A través de las técnicas y herramientas desarrollados, los encargados de la selección del talento humano pueden comparar currículum vitae de candidatos y validar sus competencias y cualificación sin necesidad de contactar de forma directa y física con el interesado, realizar preselecciones más precisas y apropiadas para los puestos a cubrir a partir

de la depuración de los resultados obtenidos e incluso la realización de pruebas y entrevistas personales a través del computador.







En Venezuela existe una serie de tipologías de portales de empleo (websites), en base a la cual, el área de recursos humanos de la empresa podrá seleccionar, en función a sus características, servicios, costes, entre otros; aquel que más se adecue a sus necesidades. Entre los portales de empleo se tienen los siguientes, de acuerdo al cuadro 2.

Cuadro 2. Diversos Portales de Empleo Usados en Venezuela (Cont.)

Fuente: Ramírez, (2015)

Dirección URL (protocolo usado para la comunicación de datos a través de Internet, como red)	Imagen del Portal de Empleo	Tipo de Servicio del Portal de Empleo
www.computrabajo.com.ve		Portal de Empleo Gratuito
http://www.empleate.com/venezuela/		Portal de Empleo Pagado por la empresa
http://www.bumeran.com.ve/		Portal de Empleo Pagado por la empresa
http://www.opcionempleo.com.ve/		Portal de Empleo Pagado por la empresa

Cuadro 2. Diversos Portales de Empleo Usados en Venezuela (viene de la pág. anterior)

Dirección URL (protocolo usado para la comunicación de datos a través de Internet, como red)	Imagen del Portal de Empleo	Tipo de Servicio del Portal de Empleo
http://www.manpower-venezuela.com/		Portal de Empleo de Consultora (Gestionado por la consultora para ofrecerle servicios a empresas)
http://www.guia.com.ve/empleo/		Portal de Empleo Gratuito
http://www.empresas-polar.com/empleo.html		Portal de Empleo de Empresa Privada (Gestionado por la empresa)
http://ve.indeed.com		Buscador de empleos para los Usuarios a nivel gratuito
http://rrhh.seniat.gob.ve/somos_seniat/		Portal de Empleo de Ente Público (Gestionado por dicho Ente)
http://primerempleo.perfilnet.com/		Portal de Empleo Pagado por la empresa
http://empleos.eluniversal.com/		Portal de Empleo Pagado por la

Fuente: Ramírez, (2015)

La investigación desarrollada tiene como propósito analizar el uso de los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial para optimizar el proceso de captación de talento humano en el área de recursos humanos, en la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA); desde una perspectiva de indagar, conocer, determinar, identificar, validar, la metodología o proceso vigente que utilizan para captar el talento humano; y finalmente analizar si el uso de una nueva herramienta comunicacional producida por las TIC's, a través del medio de los portales de empleo resulta mejor en tiempo, costo, productividad para la empresa a la hora de captar el talento humano, que el que usan actualmente.

La empresa en estudio, fue fundada el 24 de junio de 1945, en la ciudad de Maracay, Edo. Aragua, por un grupo de 74 agricultores algodoneros, como entidad civil gremial sin fines de lucro en cuanto a sus asociados; con la finalidad fundamental de propender al mayor incremento e intensificación del cultivo del algodón en el país, al mejoramiento de la calidad del producto y el abaratamiento del costo de producción, prestar auxilio eficaz a los productores de la fibra para el mejoramiento de los métodos del trabajo, la obtención de precios remunerados, pero que sean a la vez, equitativos para los consumidores; y asimismo, las facilidades posibles para el beneficio, conservación, transporte y colocación de los productos y cualquier otra actividad relacionada con los fines anteriormente determinados.

En cuanto a sus relaciones con sus asociados, no tiene fines de lucro. Sin embargo, puede derivar proventos de sus gestiones, tendientes a la consolidación e incremento de su patrimonio en beneficio de sus actividades sociales. Los beneficios que por cualquier motivo se obtuvieren no serán de ningún modo repartibles o divisibles.

La administración de la empresa está a cargo de una Junta Directiva que es electa por una Asamblea de socios que se realiza cada dos años y está compuesta por un Presidente, dos Vicepresidentes, siete vocales representantes de las diversas zonas del país con sus respectivos suplentes, un Comisario y su suplente y un Consejo Disciplinario.

El tiempo de duración de la Junta Directiva es ilimitado, siempre que el número de miembros exceda de 30. En caso de disolución de la Junta Directiva, el patrimonio que quedare a su vez canceladas todas las obligaciones que existieren, será donado por la Asamblea a través de la Comisión Liquidadora a una institución Educacional para la formación de Profesionales del Campo, Estado o cualquier otra Organización de carácter benéfico o de Investigaciones Científicas, siempre de conformidad con la resolución que tomare la Asamblea.

Por ser los Llanos Occidentales, la región donde existen más Miembros de la empresa, fue trasladada la sede a la Ciudad de Acarigua en Asamblea realizada el 16 de mayo de 1969, con el fin de cumplir mejor las metas que se fijaron en la oportunidad.

En el cumplimiento de los objetivos anteriores, la empresa llegó a poseer siete (7) plantas desmontadoras de algodón, ubicadas de acuerdo a las zonas de producción, en los Estados Aragua, Portuguesa y Barinas. Mantenía un financiamiento para el cultivo de algodón; Mantenía investigaciones de cultivo de algodón a través de la selección de semilla, control integrado de plaga y mejoramiento de prácticas agronómicas. La comercialización de la fibra se realizó a través de la Distribuidora Algodonera Venezolana (DIAGOVEN). Construyó para su época la más moderna Planta

de Extracción y refino de aceites comestibles del país, ubicada en Acarigua denominada “Consortio Oleaginoso Portuguesa S.A.” (COPOSA).

Actualmente, gracias a la unión de fuerzas productivas, la organización produce la mayor cantidad de cereales en Venezuela, con maíz, sorgo y girasol, logrando así la confianza de la Banca Privada Nacional, ya que los créditos para financiar las siembras, son obtenidos por la Asociación de la Banca Privada Nacional y la Asistencia Técnica es impartida con la colaboración del Ministerio del Poder Popular para la Agricultura y Tierras, y del Departamento Técnico que está compuesto por un grupo variable, de aproximadamente ochenta (80) Peritos Agropecuarios y diez (10) Ingenieros Agrónomos.

La Banca Privada Nacional aportó préstamos en el último año (2012) Bs. 303.814.000. Es oportuno señalar que el ejercicio del 2011-2012, la movilización de los créditos de maíz, sorgo y girasol, se cifró en Bs. 163.945.872, financiando 81.869 hectáreas (has.) de los tres cultivos. Muy significativo es, indicar que todo el financiamiento económico ha sido realizado a través de la Banca Privada Nacional. Los compromisos adquiridos con las instituciones financieras se han cumplido ininterrumpidamente por más de cuarenta y cinco años.

La empresa ha llegado a sembrar con 850 socios hasta 43.000 hectáreas en un año, en los Estados Portuguesa, Barinas, Yaracuy, Lara y Zulia. Hace 20 años llegó a cubrir la totalidad de las necesidades de fibra en el país y a exportar Siete Millones (7.000.000) de Kilogramos de algodón a diferentes países de Europa; igualmente la empresa llegó a representar el 90% de la producción nacional de maíz. En el 2002 representó el 50% de la producción nacional de maíz; actualmente, representa el 40% de la

producción nacional de maíz. Entre los Clientes principales de la empresa se encuentran: Empresas Polar, Demaseca, Protinal- Proagro, C.A., y el Estado.

ANCA Acarigua, por ser la sede matriz de la organización, sus directivos principales tienen fijado los procesos y métodos de trabajos centralizado entre ellos: toma de decisiones que impacta directamente con la rentabilidad y producción de la empresa, la administración, aprobación de proveedores, control de finanzas, así como el proceso de Captación de Talento Humano de todas sus sedes.

El proceso de Captación de Talento Humano es llevado a cabo o liderizado por la Gerencia de Recursos Humanos, específicamente el subproceso de Reclutamiento y Selección de Personal, el cual está conformado por un equipo multifuncional de 9 personas, profesionales del área de recursos humanos (RH) o relaciones industriales. Para captar la ubicación en estructura de dicho subproceso, en el área de recursos humanos Chiavenatto (2007), lo presenta en la siguiente figura 1.

Figura 1. Procesos y Subprocesos en la Administración de Recursos



Fuente: Chiavenatto, (2007)

Seguidamente, el área de recursos humanos, tiene como clientes internos de la empresa a otras áreas de la organización como: Gerencia General, Gerencia de Administración y Finanzas y Gerencia de Producción. Donde los mismos, le solicita al área de recursos humanos, personal calificado y competente, a través de una Requisición de Personal; para cubrir los puestos vacantes (empleos) que surgen durante las zafras de maíz y sorgo como también algunas posiciones fijas (empleos). Se puede apreciar, a través de la figura 2, la estructura organizacional de la empresa en estudio, así como el área de recursos humanos y toda la diversidad de clientes internos que posee dicha área.

Figura 2. Organigrama Estructural de ANCA (empresa en estudio)



Fuente: Memoria y Cuenta de ANCA, (2013)

Anca, es una empresa que está en el mercado venezolano como organización que acompaña al Estado en situaciones de financiamiento a los agricultores, a través de la Banca Privada, principalmente a los agricultores del estado Portuguesa (Planta Acarigua Los Pioneros, Zona Industrial Vía Payara y Guanare), Barinas y Zulia; así como asesoramiento técnico del campo y al desarrollo del país en la creación de empleos estables por más de 65 años. Es una empresa que ha sobrevivido a los grandes cambios tecnológicos de información y comunicación del siglo XX al XXI, así como las diversas Regulaciones que han tenido que enfrentar las empresas hoy en día con el Gobierno Venezolano. Muestra de ello, tienen dentro de su marco de memoria y cuenta (2013) a los agricultores y al personal que labora e integra a la empresa, información y cuadro resumen de hectáreas y agricultores financiados, las hectáreas sembradas, cosechadas, y de la asistencia técnica de los diversos rubros como maíz, sorgo y girasol.

Como se puede observar en lo descrito anteriormente sobre la empresa en estudio, para lograr la producción de maíz, sorgo y girasol 1 ó 2 veces al año (zafras); es un trabajo de esfuerzo de talento humano, de hombres y mujeres especializados, técnicos, peritos, administrativos, supervisores, obreros y operarios calificados; que deben llevar a cabo la labor en cumplir la meta y la visión de la empresa en ser líder en Venezuela en incremento e intensificación del cultivo de maíz, sorgo, girasol y algodón; seguir en la producción nacional de maíz, así como otros rubros; lograr nuevamente la producción y exportación de algodón; apoyar a los agricultores venezolanos, aportar en el crecimiento económico del país; sumar bienestar, protección social y económico a sus trabajadores así como estabilidad laboral en la empresa.

Para lograr captar al talento humano de ANCA y llevar a cabo la labor de siembra, cosecha y producción de maíz, sorgo y girasol; así como todos los procesos administrativos, financieros, apoyo técnico, limpieza, secado y almacenaje de dicho rubros; competir hoy en día con el sistema globalizado que tiene el mundo; las diversas regulaciones del gobierno; los acuerdos que tiene Venezuela con los países latinoamericanos y el del Mar Caribe, en ingresar productos y rubros que se hace también en Venezuela; y formular estrategias corporativas para lidiar con la competencia; son factores que hacen a la empresa a que debe recurrir a herramientas, métodos, técnicas o procesos de trabajos innovadores y apoyados con la tecnología de la información y comunicación que actualmente se cuenta, para explorar un mundo de perfiles o personas interesadas en querer trabajar con la organización y se sientan identificadas con la visión de la empresa.

Actualmente, la empresa no cuenta con un sistema de información, que le permita respaldarse en una base de datos o archivos elegibles (datos personales, referencias, currículum) de personas competentes; y a la hora de ofertar empleos (vacantes) durante la zafra de maíz, sorgo y girasol tengan a donde recurrir para buscar talento humano. Asimismo, la empresa no posee un sistema de comunicación que les permita abarcar o llegar alcanzar a un mayor número de personas competentes que desean participar en un proceso de oferta de empleo, cuando la empresa apertura durante dichas zafras las vacantes de empleos.

Por lo tanto, repercute directamente al área de recursos humanos, específicamente reclutamiento y selección de personal (captación de talento humano), donde la gestión se ve afectada a nivel gerencial; en reunión de comités no se presentan indicadores de gestión real como: los números de

ingresos total, por área, por centro operativo y por zafras; número de vacantes cubiertas planificadas y no planificadas, entre otros indicadores.

De La problemática anteriormente descrita genera lo siguiente:

A nivel de Procesos:

- ❖ Incumplimiento de los procedimientos administrativos de Recursos Humanos, para reclutar, seleccionar e integrar al personal nuevo. No se dispone de un esquema general único, haciendo que los procesos de captación de personal en unos casos, se desarrollen sin cumplir con todos los requerimientos necesarios para este objetivo; o en otros, no se pueda establecer el perfil adecuado que se necesita para cubrir la vacante, originando contratación de personal no idóneo.
- ❖ No se cumple con las necesidades de la empresa, en la vacante disponible, por mala elaboración de plan de captación.
- ❖ Falta de indicadores de gestión.

A nivel de Administración:

- ❖ Falta de cultura de servicio al cliente interno.
- ❖ Escasa atención a las necesidades del talento humano.

A nivel de Información:

- ❖ Datos no confiables.
- ❖ Datos caducos.
- ❖ Desorganización.
- ❖ Comunicación efectiva.
- ❖ Falta de registro de resultados.

A nivel Personal:

- ❖ Personal de recursos humanos y de la alta gerencia con formación y experiencia insuficiente con respecto al uso de las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación para captación de talento humano actualmente.
 - ❖ Nivel de productividad bajo.
 - ❖ Demuestra poco interés por los objetivos y visión de la empresa.
- A nivel empresarial:
- ❖ Disminución de la Producción
 - ❖ Baja Rentabilidad

Por lo ante expuesto surge la inquietud de dar respuestas a las siguientes interrogantes, que enmarca los objetivos del presente estudio:

1. ¿Cuáles conocimientos tiene el personal del área de recursos humanos y sus clientes en la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, sobre los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación de talento humano?
2. ¿Cuáles elementos o factores están condicionando a los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, que permita optimizar el proceso de captación del talento humano, al área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa?
3. ¿Cuáles son las amenazas y oportunidades externas, y las fortalezas y debilidades internas respecto al uso de los portales de empleo en el área de recursos humanos, de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, con el objetivo de

analizarlo como estrategia de herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación de talento humano?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar el uso de los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos, en la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.

Objetivos Específicos

- 1) Indagar el conocimiento del personal del área de recursos humanos y sus clientes sobre los portales de empleo y herramientas comunicacionales gerenciales, para obtener información sobre el proceso de captación del talento humano actual, de la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.
- 2) Determinar los portales de empleo como alternativa de herramienta comunicacional gerencial, en el área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, para optimizar el proceso de captación del talento humano.
- 3) Describir el uso de los portales de empleo como una estrategia de herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de

captación del talento humano del área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.

Justificación

Las Herramientas Comunicacionales usadas actualmente en el siglo XXI, han surgido gracias a los avances tecnológicos y las diferentes innovaciones de la Tecnología de Información y Comunicación (TIC) del siglo XX; y ha venido impactando en los últimos 16 años (2000-2016) al nivel gerencial de las organizaciones, donde están siendo evaluados por metas e indicadores de gestión mensuales, trimestral y anual, para así medir su trabajo. Dentro de ese trabajo se encuentran objetivos de adaptación a los cambios tecnológicos; formas de comunicarse eficazmente y a mayor alcance; cumplir con los requerimientos de captación de talento humano de acuerdo al perfil (conocimientos, habilidades, destrezas, competencias, actitud, y otras características) o necesidad de la empresa.

Tal cual lo expuso Ramírez (2007: 58), en su libro “El Gerente Eficaz”, donde explica que los gerentes deben ser conscientes que los recursos claves de las organizaciones del siglo XXI serán: “especialmente intangibles y móviles: conocimiento humano organizado, redes de información, (...) y de tecnología, (...) talento humano identificado con las metas de la organización, (...)”

Lo que motivó primordialmente esta investigación de analizar el uso de los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación de talento humano del área de recursos humanos, en la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas

(ANCA), de allí su importancia y justificación. A lo que Méndez (1995:92), señala que la justificación:

Una vez que se ha seleccionado el tema de investigación, definido por el planteamiento del problema y establecido los objetivos se deben establecer las motivaciones que llevan al investigador a desarrollar el proyecto. Para ello se debe responder a la pregunta ¿POR QUÉ SE INVESTIGA?

En este sentido, el autor recomienda que se debe tener bien en claro cuál es el propósito de la investigación que se realizará, sobre que teorías se basa, que metodología conviene aplicar y sobre todo cuales son los beneficios que se obtendrán de la misma. Por lo que este trabajo se justifica de la siguiente manera:

Teórica:

Esta investigación persigue demostrar a través de las teorías como de información y comunicación, que visualizaron y proyectaron la realidad de hoy día como es el internet, y los portales de empleo, logrando mejorar el proceso de captación de talento humano en las organizaciones y que la información de empleos tenga un alcance mucho más alto de participantes dentro de dicho proceso, dando así mayor igualdad, oportunidad de empleo y competencia a más personas; como también lograr que la empresa tenga diversidad de opciones de evaluar quién es la persona competente para el empleo ofertado.

Por otra parte, cubre una necesidad relevante para la empresa, el cual es la búsqueda o ubicar personas, ya que la empresa está compuesta por su gente que la integra; permitiéndola de este modo, ser productiva y rentable en el mercado, con personal eficiente, y más aún con la globalización actual.

Metodológica:

Con el propósito de lograr los resultados esperados en la investigación, se llevó a cabo técnicas como el cuestionario (encuesta), en donde se pretenden indagar hasta qué punto los portales de empleo pueden lograr ser una herramienta comunicacional para los gerentes del área de recursos humanos y así optimizar su proceso de captación de personal, dentro de una organización, entre otras interrogantes que posteriormente darán la validez de los resultados.

Es por ello, que para la organización en estudio esta investigación es relevante, porque contribuye como información importante, que les permitirá hacer cambios de base en métodos de trabajo del área de recursos humanos, específicamente en su proceso de captación de talento humano. Por otro lado, con los resultados de la investigación se realizan recomendaciones que para la organización significó posibles mejoras que aplicarían más adelante.

Práctica:

Es de valor significativo para los estudiantes de nivel gerencial, ya que permite ahondar en el tema de las nuevas herramientas comunicacionales gerenciales por los cambios organizacionales al inicio del siglo XXI, y los avances tecnológicos de información y comunicación; donde deben prestar atención los profesionales que ejercen gestión en dicho nivel. Asimismo, la investigación a desarrollar constituye un antecedente relevante o fuente de información para futuras investigaciones; es un aporte para la comunidad académica de estudios de Postgrado, específicamente a la Maestría Gerencia de la Comunicación Organizacional.

Además, contribuye el incremento del conocimiento a la investigadora, ya que por medio de esta investigación se va a observar, identificar, analizar y aprender nuevos conocimientos de la praxis y experiencias de otros colegas y gerentes, dando respuestas a las inquietudes propias de esta investigación y de aquellos que necesitan conocer sobre el tema; asimismo apoya al logro de los objetivos propuestos a estudiar, como también al aporte al desarrollo de la línea de investigación procesos tecnológicos de información y comunicación de dicha maestría.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Esta fase de la investigación permite a la investigadora describir argumentos a través de teorías, investigaciones, conceptos y principios ya evaluados en el transcurrir de los años pasados. Balestrini (2006:91), acota que:

La fundamentación teórica, determina la perspectiva de análisis, la visión del problema que se asume en la investigación y de igual manera muestra la voluntad del investigador, de analizar la realidad objeto de estudio de acuerdo a una explicación pautada por los conceptos, categorías y el sistema preposicional, atendiendo a un determinado paradigma teórico.

Antecedentes

Para el desarrollo de la presente investigación indagar sobre las herramientas comunicacionales gerenciales del área de recursos humanos, que permitan optimizar el proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos, es decir, captar al talento humano competitivo que requiere la organización, es un tema amplio debido a que abarca diversas temáticas muy substanciosas para el nivel gerencial, entre ellas están: comunicación efectiva, estrategia comunicacional, impacto de las TIC's, como herramienta comunicacional, cultura y clima organizacional, entre otros. Donde además, va a depender de las diversidades de herramientas comunicacionales que existe en el siglo XXI como: Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's), internet, redes sociales, correo electrónico, ferias de empleo virtual, consultoras especialistas en captación de talento humano, los headhunters o cazatalentos virtuales.

Por ello, se consideró como trabajos de investigación los siguientes planteamientos:

Cabrera, D. (2013). Propuesta de Modelo Estratégico de Comunicación Efectiva para Optimizar el Flujo interno de Información en las empresas del estado venezolano: Caso. Petroquímica de Venezuela, S.A. Trabajo de Grado Presentado para optar al título de Magíster en Administración de Empresas Mención Gerencia. Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Campus Bárbula. Valencia – Venezuela.

El presente trabajo de investigación centro su objetivo en proponer un modelo estratégico de Comunicación Efectiva para optimizar el flujo interno y externo de información en Petroquímica de Venezuela, S.A., a fin de establecer estrategias que permitan mejorar el proceso de comunicación interna y externa en las empresas del Estado Venezolano, específicamente Petroquímica de Venezuela, S.A., La metodología utilizada se enmarco bajo la perspectiva del método cuantitativo, caracterizada por un diseño de campo y documental. El área de estudio se centró en las Gerencias Corporativas de Finanzas y de Proyectos de Petroquímica de Venezuela, S.A, tomando como muestra 20 empleados, 10 empleados de la Gerencia Corporativa de Finanzas y 10 empleados de la Gerencia Corporativa de Proyectos; muestra tomada intencionalmente con el fin de contrastar la realidad observada desde ambos puntos de vista. Los instrumentos de recolección de información estuvieron constituidos por un cuestionario, aplicado a los gerentes, supervisores y colaboradores, así como la técnica del fichaje para la recolección de la información documental, resultados que permitieron el desarrollo de los objetivos propuestos.

Se concluye que el flujo interno y externo de comunicación interfiere en los procesos de la empresa, identificando así tres nudos críticos, 1) en el área de recursos humanos, 2) en los procesos y 3) en el cliente, que sirvieron de basamentos para el desarrollo de la propuesta, considerándose como punto de mejoras en el estudio. Se recomienda aplicar el modelo estratégico de comunicación efectiva propuesto, en base a lineamientos estratégicos dirigida a mejorar el flujo de información interno y externo, orientado al recurso humano, los procesos y los clientes. Estrategias que ayudaran a una mejor gestión organizacional.

Bajo la anterior perspectiva, el eje central en relación para el análisis del presente trabajo reincide en la relevancia de como la comunicación efectiva puede optimizar los procesos de trabajo en una empresa, así como las actividades en el área de recursos humanos, de esta manera surge la vinculación, puesto que uno de los objetivos es lograr describir el uso de los portales de empleo como una estrategia de herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos.

Vallejos, E. (2013). El impacto de la implementación de las TIC's en la Evaluación del Desempeño Laboral del docente universitario: Estudio de casos del uso de PAIDEIA por los docentes de la FGAD-PUCP en el período 2010-2011, para optar al título de Magíster en Relaciones Laborales, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela de Posgrado. Lima – Perú.

El trabajo tuvo por objetivo investigar y evaluar la relación del uso de las TIC's (plataforma PAIDEIA) en el desempeño laboral del docente de la FGAD de la PUCP en el período 2010-2011, considerando una mejora en su comunicación con los estudiantes. La problemática tiene su base en la

inclusión de nuevas tecnologías como parte de la cultura y el entorno al que se está expuesto hoy en día. Este contexto ha llevado a un planteamiento acerca de la forma como los docentes deben enfrentar el proceso de enseñanza-aprendizaje, para mejorar su performance profesional, así como cerrar brechas tecnológicas y comunicacionales, el cual generan la necesidad de contar con un nuevo perfil laboral docente y desempeño laboral. La metodología utilizada consistió en utilizar instrumentos Entrevistas a profundidad a seis autoridades académicas de la PUCP, Focus Group a cinco docentes universitarios, Encuestas de Satisfacción a 534 estudiantes universitarias del sexto al décimo ciclo de la FGAD.

Se concluye que los profesionales docentes universitarios que utilizan PAIDEIA no están siendo debidamente evaluados en lo que corresponde a su desempeño laboral, debido a que la herramienta utilizada por la universidad para este fin se encuentra desfasada y no resulta adecuada al no considerar las características particulares del entorno laboral y tecnológico empleado en el proceso educativo cuando se utiliza la misma. Se recomienda incentivar e implementar el uso de la Plataforma PAIDEIA, De esa manera, se familiariza a los estudiantes a su uso desde el inicio de la carrera y facilita el proceso de transición tecnológica en un ambiente laboral. acompañando el progreso de los alumnos y en la performance laboral del profesional docente universitario para generar un clima laboral favorable a la adopción de nuevas tecnologías.

Acorde a la cita del estudio arriba, lo que motiva exponerlo, es que fue uno de los trabajos, en donde se logra analizar que cada día el uso de las TIC's, como herramienta comunicacional están ganando terreno en diversas áreas tal cual lo es en la gestión de evaluar el desempeño de los docentes universitarios. De esta manera, esto permite indagar las mismas, en la

optimización del proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos.

Lorca, T. (2012). Estrategia caso empresa Optus Chile. Trabajo de Grado para acceder al grado académico de Magíster en Comunicación Estratégica. Pontificia Universidad Católica de Chile. Facultad de Comunicaciones. Santiago- Chile.

Tuvo por objetivo proponer una estrategia comunicacional para la empresa Optus Chile, compañía que presta servicios de outsourcing a otras empresas. Optus Chile, pertenece a los negocios Business to Business (B2B), se observó que carece de un relato de marca que le otorgue diferenciación respecto a su competencia, además de no destacar ningún atributo que la desmarque del resto. Un elemento destacado, es que dentro de los problemas observados está la identidad y comunicación dentro de la organización, trae como consecuencia una falta de foco o de sentido en la labor realizada por los trabajadores.

La investigación y estrategia establecida para dar solución a los problemas de Optus Chile, planteó como primera necesidad crear una visión y misión común a toda la empresa. Marketing relacional establece una mejor comunicación con sus clientes y potenciales clientes, además de instaurar un branding de marca que sea coherente con la imagen que ellos desean promover como elemento diferenciador.

La metodología utilizada se basó tanto en la información y análisis bibliográfico del marco teórico, El material recopilado dentro del marco teórico, incluye elementos de comunicación y casos prácticos de éxito, principalmente de cómo otros han establecido comunicaciones eficientes (a

través de internet); así como también la recolección de información relevante se llevó a cabo por medio de la entrevista a los clientes.

Se empleó como estrategia de comunicación online a través de una plataforma de *social media*, o comunidad virtual. Aprovechar los canales comunicacionales actuales brinda una ventaja comparativa en la relación con los clientes, elevando la calidad del servicio. En la era del 2.0 son los clientes quienes tienen el poder; por tanto, saber entender cuáles son sus necesidades, es fundamental. Es por estos factores que una de las principales acciones para comunicar, efectivamente se hará mediante un social media que permita a la empresa recoger inquietudes y mejoras desde su público más importante: Los clientes.

El interés que representa en estudiar la investigación nombrada anteriormente, es que cita herramientas e instrumentos como la DOFA, entre otras, lo cual permitió obtener un visual y una visión de como recopilar, ordenar, analizar los datos e información, para luego mostrar los resultados obtenidos.

Reveron, G. (2012). Diseño de una Página Web como Herramienta de Aprendizaje, Comunicación e Información para la Comunidad Escolar de la Unidad Educativa Instituto San Valentín, ubicada en Valencia, Estado Carabobo. Trabajo presentado ante la Dirección de Estudios de Postgrados de la Universidad de Carabobo para optar por el título de Magíster en Educación, Mención Gerencia Avanzada en Educación. Valencia – Venezuela.

El propósito fue diseñar una página web como herramienta de aprendizaje, comunicación e información para la comunidad escolar de la

Unidad Educativa Instituto San Valentín, ubicada en Valencia, Estado Carabobo; basado en el principio de usabilidad de Nielsen Jacob, los nuevos paradigmas educativos de la enseñanza por computadora de Miller y en la teoría de Jean Piaget. Así mismo, metodológicamente se diseñó un Proyecto Factible, apoyado en una investigación descriptiva de campo en la fase diagnóstica. La población estudiada estuvo conformada por 320 personas entre Representantes, Docentes y Estudiantes de la Unidad Educativa Instituto San Valentín; la muestra fue probabilística y aleatoria simple formada por 96 individuos. Se diseñó un cuestionario de 20 ítems de tipo dicotómico, el cual fue validado a través del juicio de expertos y para calcular la confiabilidad se aplicó el método Kuder-Richardson, obteniendo como resultado 0,98. Los resultados fueron presentados en tablas y gráficos y analizados porcentualmente. En conclusión, la comunidad educativa del instituto San Valentín apoya el diseño una página web; por lo tanto, esta fue diseñada.

En el caso de la investigación citada se relaciona con la presente, ya que contiene elementos teóricos que permiten sustentar la naturaleza y direccionalidad de los nuevos medios de comunicación como son las páginas web; donde igualmente los portales de empleo se caracterizan por ser páginas o sitios web que pueden usar las organizaciones como herramienta comunicacional entre el área de Recursos Humanos y las personas interesadas en postularse a una oferta de empleo. Asimismo, fue la base para obtener las Teorías de la Comunicación e Información, aplicable para la presente investigación.

Colina, I. (2011). Uso de las TIC's en el Contexto de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central De Venezuela. Trabajo de

Grado Presentado para Optar al Título de Magister en Educación Mención Tecnologías de la Información y la Comunicación. Caracas- Venezuela.

El trabajo citado anteriormente, tuvo como objetivo diagnosticar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) por parte de los docentes en el contexto de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela y se define como una investigación de campo, de tipo descriptivo, apoyada en informaciones provenientes de la realidad. Las instituciones de educación superior requieren adaptarse a las necesidades de la sociedad actual, por lo que deben ser flexibles para integrarse a los modernos procesos de formación de sus estudiantes. Igualmente, se hace necesaria la aplicación de un moderno concepto de interacción entre alumno-usuario con docente, así como ciertas modificaciones en el rol de los educadores y también en los cambios administrativos que están relacionados con los sistemas de comunicación y con el diseño y distribución del aprendizaje. Reviste gran importancia entender estos procesos, así como las posibilidades que para el sistema educativo conllevan los referidos avances.

En este estudio se concluye que hay necesidad de aprovechar lo que ya existe en materia de uso de las TIC's, se recomienda que la directiva de la Escuela de Comunicación Social realice una gestión para generar y compartir conocimiento acerca de las herramientas TIC's donde se presentan deficiencias, específicamente en: Pizarra digital, aulas virtuales, biblioteca virtual, lista electrónica, audio, blog, y película.

De acuerdo a la investigación anterior se logró analizar que, consideran fundamental incorporar las nuevas tecnologías de información y comunicación en la educación superior como organización, ya que impacta el

sistema de comunicación, conlleva a nueva forma de interacción entre el alumno-usuario y el profesor. De este modo guarda relación con la presente investigación, ya que afianza lo relevante de las nuevas herramientas comunicacionales, donde no es una moda; son cambios de nuevas formas comunicacionales que influye entre usuario y organización.

Bases Teóricas

Teoría Matemática de la Comunicación

Teoría Matemática de la Comunicación, es una propuesta teórica presentada por Claude Elwood Shannon (1916-2001) ingeniero, electrónico, matemático y criptógrafo estadounidense; y Warren Weaver (1894-1978) biólogo e informatólogo estadounidense; a finales de la década de los años 1940. Esta teoría está relacionada con las leyes matemáticas que rigen la transmisión y el procesamiento de la información y se ocupa de la medición de la información y de la representación de la misma, así como también de la capacidad de los sistemas de comunicación para transmitir y procesar información.

Algo semejante ocurre con esta investigación, en donde una organización (Dpto. RRHH) transmite una información (ofertar un empleo) y esta información es procesada a través de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's), en el cual dicha información llega a los usuarios que se convierten en participantes y candidatos que se interesan en la oferta de empleo, postulando su currículum vitae digital, por medio de una herramienta comunicacional que son los portales de empleo, y esta herramienta posee una medición de información, minimizando el trabajo de búsqueda y

optimizando el tiempo al Dpto. de RRHH, en quienes son los candidatos que cumplen con el perfil o con la necesidad de la organización.

Por otro lado, la teoría de la información surgió a finales de la Segunda Guerra Mundial, en los años cuarenta. Fue iniciada por Shannon a través de un artículo publicado en el Bell System Technical Journal en 1948, titulado Una teoría matemática de la comunicación.

En esa época se buscaba utilizar de manera más eficiente los canales de comunicación, enviando una cantidad de información por un determinado canal y midiendo su capacidad; se buscaba la transmisión óptima de los mensajes. Esta teoría es el resultado de trabajos comenzados en la década 1910, por Andrei A. Markovi, a quien le siguió Ralph V. L. Hartley en 1927, quien fue el precursor del lenguaje binario. A su vez, Alan Turing en 1936, realizó el esquema de una máquina capaz de tratar información con emisión de símbolos, y finalmente Shannon, junto a Warren Weaver, contribuyó en la culminación y el asentamiento de la Teoría Matemática de la Comunicación de 1949.

La necesidad de una base teórica para la tecnología de la comunicación surgió del aumento de la complejidad y de la masificación de las vías de comunicación, como los impulsos eléctricos que se transmiten en las computadoras y en la grabación óptica de datos e imágenes. La idea es garantizar que el transporte masivo de datos no sea en modo alguno una merma de la calidad, incluso si los datos se comprimen de alguna manera. Idealmente, los datos se pueden restaurar a su forma original al llegar a su destino. En algunos casos, sin embargo, el objetivo es permitir que los datos de alguna forma se conviertan para la transmisión en masa, se reciban en el

punto de destino y sean convertidos fácilmente a su formato original, sin perder ninguna de la información transmitida.

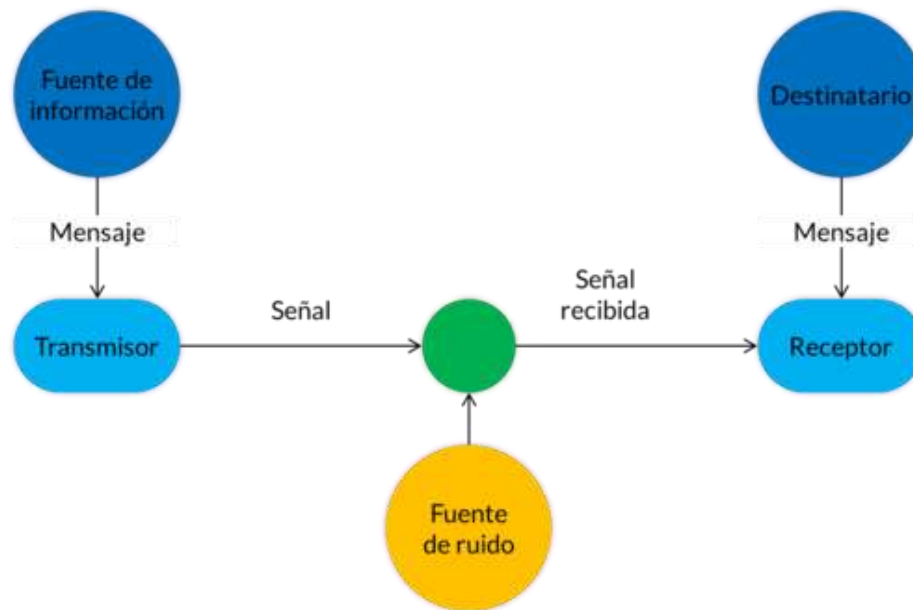
El modelo propuesto por Shannon es un sistema general de la comunicación que parte de una fuente de información desde la cual, a través de un transmisor, se emite una señal, la cual viaja por un canal, pero a lo largo de su viaje puede ser interferida por algún ruido. La señal sale del canal, llega a un receptor que decodifica la información convirtiéndola posteriormente en mensaje que pasa a un destinatario. Con el modelo de la teoría de la información se trata de llegar a determinar la forma más económica, rápida y segura de codificar un mensaje, sin que la presencia de algún ruido complique su transmisión.

Caso parecido sucede también con esta investigación, ya que el modelo propuesto por Shanon y Weaver, sustenta la manera en que es utilizada los portales de empleo como herramienta comunicacional, debido a que utiliza un sistema que parte de una fuente de información que es una computadora (PC), donde emite mensaje (oferta de empleo), y quien lo emite es un transmisor (empresa-organización o Dpto. de RRHH), que tiene la voluntad de comunicar y emitir un mensaje, a través de una señal de códigos binarios (0, 1) por medio de un software es codificado (procesado por un sistema TIC's), el mensaje es recibido por uno o varios receptores (usuarios), donde posiblemente se convertirán en participantes o candidatos (cumplen con el perfil o necesidades de la organización) de un proceso de captación de talento de la organización.

A su vez, Weaver y Shanon formularon su Teoría de la Comunicación, apoyada en una sólida base matemática, que buscaba sobre todo una transmisión eficaz de los mensajes, a partir del análisis y control de los

diferentes tipos de señales que van desde el emisor o transmisor al receptor.
Ver Gráfico N° 1.

Gráfico 1. Teoría de la Comunicación Weaver y Shanon



Fuente: Weaver y Shanon (1949), Esquema de la Comunicación

Elementos de la Teoría

Fuente

Una fuente es todo aquello que emite mensajes. Por ejemplo, una fuente puede ser una computadora y mensajes sus archivos; una fuente puede ser un dispositivo de transmisión de datos y mensajes los datos enviados, entre otros.

Mensaje

Un archivo, un paquete de datos que viaja por una red y cualquier cosa que tenga una representación binaria (cero (0) ó uno (1)) puede considerarse un mensaje. El concepto de mensaje se aplica también a

alfabetos de más de dos símbolos, pero debido a que tratamos con información digital nos referiremos casi siempre a mensajes binarios.

Código

Un código es un conjunto de unos y ceros que se usan para representar un cierto mensaje de acuerdo a reglas o convenciones preestablecidas. Por ejemplo al mensaje 0010 lo podemos representar con el código 1101 usando para codificar la función (NOT). La forma en la cual codificamos es arbitraria. Un mensaje puede, en algunos casos, representarse con un código de menor longitud que el mensaje original. Supongamos que a cualquier mensaje S lo codificamos usando un cierto algoritmo de forma tal que cada S es codificado en $L(S)$ bits; definimos entonces la información contenida en el mensaje S como la cantidad mínima de bits necesarios para codificar un mensaje.

Información

La información contenida en un mensaje es proporcional a la cantidad de bits que se requieren como mínimo para representar al mensaje. El concepto de información puede entenderse más fácilmente si consideramos un ejemplo. Supongamos que estamos leyendo un mensaje y hemos leído "string of ch"; la probabilidad de que el mensaje continúe con "aracters" es muy alta. Por lo tanto, cuando realmente leemos "aracters" del archivo la cantidad de información que recibimos es muy baja pues estábamos en condiciones de predecir que era lo que iba a ocurrir. La ocurrencia de mensajes de alta probabilidad de aparición aporta menos información que la ocurrencia de mensajes menos probables. Si luego de "string of ch" leemos "imichurri" la cantidad de información que recibimos es mucho mayor.

Su impacto en el mundo de los portales de empleo, y particularmente como herramienta comunicacional gerencial, para elevar la gestión de empleo en el área de recursos humanos radica a partir de la consideración del proceso de comunicación que se establece entre los gerentes que representan a la organización (emisor) y los usuarios (receptor) que evalúa y se postulan a las ofertas de empleos que observan en dichos portales; el cual se realiza de manera eficaz para mejorar los procesos y métodos de trabajos de los gerentes hoy en día.

Teoría de la Sociedad de la Información

Orígenes de la sociedad de información: Las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC) han traído nuevos escenarios en la economía y en los medios, que han dado origen a la sociedad de la información.

“El término ‘sociedad de la información’ parece que se originó en Japón en los años 1960 (Ito 1981), aunque se atribuye su genealogía al concepto de sociedad ‘post-industrial’. Esta última palabra fue propuesta por vez primera por el sociólogo Daniel Bell (1973)”. (McQuail, 2000: 121).

A la sociedad de la información también se le llama ‘sociedad red’ (Manuel Castells 1996:535; 2001) o la ‘era digital’ (Negroponte 1995) (Soberón, 2005: 22). En esta sociedad predomina el Internet. Según Castells, el Internet nació en los años 1960 “en la insólita encrucijada entre la gran ciencia, la investigación militar y la cultura libertaria”.

Marshall McLuhan y la Sociedad de la Información. Herbert Marshall McLuhan (1913-1980), es el más discutido y poliédrico estudioso de la

comunicación de la segunda mitad de 1900. Previó ya en 1964 el cambio cultural que se iniciaba. “McLuhan señaló que nuestra cultura, construida a partir del alfabeto fonético – surgido de la cultura greco-romana – estaba desintegrándose bajo el impacto de los medios electrónicos. En esta consideración, McLuhan sigue a Eric Havelock, quien asegura que fueron el alfabeto y la lectura los que gestaron la identidad privada, y ésta se estaba disolviendo – o al menos replanteándose radicalmente – en las nuevas condiciones eléctricas” (Soberón, 2005: 26).

Las siguientes expresiones suyas se han hecho famosas:

1. Medios calientes: son los que están saturados de imágenes y sonidos, como el cine. También la fotografía con tantos detalles visibles.

2. Medios fríos: son los de ‘baja definición’, y exigen una gran participación de parte del usuario para completar la información, por ejemplo, el discurso oral, el teléfono, las modernas tecnologías.

Para McLuhan lo que determina la peculiaridad intrínseca de un medio es la participación del usuario: “La forma caliente excluye y la forma fría incluye” (McLuhan, 1962).

- Una de sus tétradas o leyes es que cada innovación tecnológica es una extensión de algún órgano o facultad del usuario (Sorice, 2005: 79).

- “El medio es el mensaje”.

- “Aldea global”.

De igual modo acontece con la presente investigación, en el cual es caracterizada como medios fríos, ya que exige una gran participación por

parte de los usuarios para completar la información, es decir, se requiere de la inclusión de los usuarios web (luego se convertirán en futuro candidatos o participantes de un proceso), para así completar la información (Sociedad de Información).

En otro contexto, dos (02) de los discípulos de los autores de dicha teoría son: Walter J. Ong, S.J. (relación entre oralidad y escritura) y Derrick de Kerckhove (desarrollo de formas de 'conciencia simultánea compartida' en las redes telemáticas) (Sorice, 2005: 81), en donde exponen:

Sin una seria atención al universo mediático y cultural, las instituciones como la Iglesia, la escuela, la familia, etc., arriesgan de volverse imperceptibles para las personas, en la avalancha de mensajes que reciben, si ellas no se hacen visibles en la red de medios.

“La sociedad audiovisual se define como un universo en el que los medios con sus nuevos lenguajes, construyen de forma vertiginosa y distinta la realidad, de forma que el conocimiento lingüístico y cultural va dando paso a la cibercultura y al interaccionismo simbólico” (Aguaded, 2005: 28).

El Internet ha invadido la sociedad latinoamericana. Por ejemplo Chile está por encima inclusive de Italia en el uso del Internet. He aquí el acceso a Internet en diferentes países: EE.UU. (71% de la población), Suecia (66%), Corea (61%), Gran Bretaña (59%), Japón (50%), Alemania (46%), Singapur (41%), España (36%), Chile (35%), Italia (31%), Hungría (18%) (Estudio *World Internet Project-Chile* 2004, en www.wipchile.cl).

Se empezará por considerar, si diversos países desarrollados y en desarrollos están usando los portales de empleo como herramienta de

comunicación para ofertar oportunidades de empleos, es un indicio de relacionarlo con la presente investigación, y de realizar acción en cuanto a proponer el uso de los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial para elevar la gestión de empleo en las organizaciones.

Características de la sociedad de la información.

La sociedad de la información se caracteriza por lo siguiente:

1. Predominio de la informática. Ella se convirtió en el factor clave en la economía, dejando atrás los tres factores clásicos de producción (tierra, trabajo y capital) especialmente la tierra y el capital o planta física. Correlativamente una 'nueva clase social' emergió basada en su gran conocimiento informático y en sus habilidades de relaciones personales (McQuail, 2000: 121).

Los nuevos medios facilitan más la comunicación interpersonal (celular, e-mail), son más interactivos (e-mail), suministran un gran volumen de información (especialmente el Internet), son colectivos y participativos (Internet, video-conferencias), son sociables, se usan más para entretenerse (videojuegos...) que para utilidad o instrumentalidad, aunque el Internet cada vez se usa más para el comercio. Son de uso personal y privado. Estas características tipifican también la sociedad de la información.

2. Facilitan la interactividad, integración y convergencia de relaciones.
3. Crecimiento e interconexión de redes.
4. Tendencias globalizantes.

5. Hay un desplazamiento de los escenarios de socialización: actualmente se reconoce y se relaciona a través del celular, de la televisión y del Internet.

Los espacios tradicionales, como la plaza, la familia, el bar, la escuela y los supermercados han dado paso a estas nuevas tecnologías.

Cultura postmoderna (McQuail, 2000: 88).

Dan más autonomía a los países, pues chocan con el modelo centro-periferia de la comunicación masiva, en el que los países pobres y pequeños de la periferia dependen de los centros productores de noticias y entretenimientos.

Peligros de la sociedad de la información. Las nuevas tecnologías tienen aspectos positivos y negativos. He aquí siete peligros, según Aguaded (2005: 26):

- Presentismo: lo que importa es el presente “minusvalorándose todas las certezas absolutas que hasta ahora habían sido los pilares sociales (moral, religión, etc.)”.
- Se da una ‘cultura del archipiélago’, en la que triunfa la heterogeneidad y el multiculturalismo desde una filosofía que acepta el ‘todo vale’.
- Lo audiovisual potencia la superficialidad desde la nueva cultura de la imagen, la apariencia, la espectacularidad y el mosaico.
- Hay mucha información, pero los individuos se tornan solitarios e incommunicados, porque, en gran parte, los medios audiovisuales son los

factores clave de transmisión y reproducción de los 'no valores', y de la indefinición de la persona.

- Se está perdiendo fe en el progreso marcado por los avances de las tecnologías que, pese a sus promesas, no han conseguido desterrar la marginación, la pobreza, la desigualdad, la intolerancia, las dictaduras, las divisiones y las fronteras.

- Los medios construyen una realidad social más preocupada por la estética que por la ética, en la que el espectáculo sin límites hipnotiza las conciencias y promueve la homogeneización del pensamiento sin permitir la crítica de las minorías o de los disidentes de las formas culturales hegemónicas.

- Los ciudadanos nacidos en la era tecnológica de la información tienen estructurada su cognición de modo cualitativamente distinto a las generaciones precedentes (S. Martín 1995).

- Algunos dicen que la nueva tecnología hará que las audiencias sean más y más fragmentadas y perderán su identidad cultural nacional, local o cultural.

- Está generando una creciente brecha entre info-ricos e info-pobres. Aunque el Internet pueda ayudar a los países pobres, de hecho los más beneficiados siguen siendo los ricos (McQuail, 2000: 136). Cuando comenzaron la radio y la TV, se pensó que estos medios ayudarían a cerrar las grietas y desbalances de los crecimientos sociales y políticos. La realidad ha sido que han ayudado más a los países donde nacieron tales medios, pues les han ayudado a exportar sus valores junto con sus mercancías. Lo mismo ocurre con los nuevos medios (McQuail, 2000: 136). Ayudan sobre todo a los sectores ya ricos de los países pobres y a los países creadores de riqueza.

- En la situación actual existe poca democracia en el proceso de decisión sobre cómo se administra la Red. Hay falta de transparencia en quién toma las decisiones. Falta también insuficiente participación de la comunidad internacional. La mayoría de los países no tienen voz ni voto en cómo se administra Internet, y deja en manos de una empresa registrada bajo la legislación estadounidense – el ICANN – la administración de los nombres y números (IP) de Internet. Ello significa que organizaciones de ciertos países puedan verse avocadas a que se les niegue un nombre de dominio, fruto de la política exterior de EE.UU., que estipula que con ciertos países sus empresas no pueden hacer negocios.

Las Naciones Unidas impulsan la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI), cuya primera fase se desarrolló en Ginebra a fines de 2003, y la segunda en Túnez en noviembre de 2005. Si bien este evento fue convocado bajo visiones tecnológicas y mercantiles, también abrió espacios para que redes de la sociedad civil, empeñadas en la democratización de la comunicación, expresaran sus cuestionamientos y propuestas. De hecho ésta es la primera conferencia mundial de las Naciones Unidas que es oficialmente tripartita (gobiernos, sector privado y sociedad civil). El grupo de la sociedad civil logró introducir los temas del desarrollo del software libre y la inclusión de apoyo a iniciativas y transmisiones mediáticas basadas en comunidades locales, lo cual fue considerado un triunfo para las radios comunitarias.

Los nuevos medios se usan casi siempre en solitario. La elección de contenidos, los envíos de mensajes y las respuestas que se reciben, etc., son de tipo individualista. Los usuarios actúan a veces en forma anónima. Las identidades on-line no son genuinas ni sinceras. Se presentan a veces

con sexo y edad diversos, aunque después se suelen sincerar. Falta autenticidad y compromiso (McQuail, 2000: 134).

Las relaciones establecidas son de carácter transitorio, ligero y sin compromiso. La quintaesencia de tales características es de tipo postmoderno. En él hay bancos donde se hallan todos los datos de personas, a quienes bombardean continuamente con publicidad y mensajes no pedidos (McQuail, 2000: 130-131). Fortalece las posibilidades de control social y vigilancia (Spears & Lea, 1994).

Se requiere tomar conciencia de estos problemas y reflexionar sobre ellos.

Aspectos positivos:

- Nuevas clases de integración pueden compensar por la pérdida de viejas formas.
- Habrá más opciones para la formación de la audiencia.
- Habrá más posibilidades, y más libertad y diversidad de comunicación (McQuail, 2000: 370). Las tecnologías informativas no garantizan que haya más comunicación, pero ciertamente la pueden facilitar y estimular.

Es difícil caracterizar el Internet. Por ahora se dice que la esencia del Internet es la 'indeterminación'. (Poster, 1999; cfr. McQuail, 2000: 119).

Las ventajas económicas de la informática han hecho que la empresa privada y todos los gobiernos lo hayan puesto como prioridad en instituciones educativas y del gobierno. Hay que aprender a usar la computadora y el Internet en la escuela. Aún no hay teorías sobre el Internet.

La esfera pública en la sociedad de la información. Según la explicación ya clásica de Habermas (1989), la democracia contemporánea nació con el establecimiento de una esfera pública burguesa, entendida como espacios de deliberación racional, independiente del clero, de la corte, de los feudos y de los intereses económicos. Consistía en los mítines en la plaza pública y en los locales de partido, reuniones en los cafés. Pero en los países desarrollados, tal esfera pública está pasando a la TV. Ella se ha convertido en el espacio político por excelencia.

Hoy parece inviable influir en el público sin contar con la televisión. Lo que no aparece en TV, no existe, como se dice. La televisión fue, por ejemplo, el gran instrumento de Fujimori en Perú y lo es ahora de Maduro en Venezuela. El control absoluto de la televisión peruana permitió a Fujimori establecer su agenda setting, determinando qué alternativas políticas existían socialmente y cuáles no.

Con la TV y los demás medios se ha llegado a la sociedad de la información y del conocimiento. Pero en Europa y América del Norte la sociedad de la información se establece reemplazando a la sociedad industrial y a la modernidad. Estas dos sociedades habían cumplido varias tareas. Tres de ellas fueron: la consolidación de la enseñanza universal; el desarrollo de medios de comunicación plurales y libres, sustentados en la responsabilidad del servicio público; el despliegue de una oferta artística abierta al consumo masivo, a través de bibliotecas, museos y teatros. (Roncagliolo, 2003: 13-14).

En el caso de América Latina, lo raro es que la sociedad de la información está llegando a ella sin haber tenido antes ni sociedad industrial ni modernidad. Por lo tanto, las consecuencias pueden ser distintas que en

Europa y en EE.UU. Lo central de la era de la información es la sociedad civil dentro de la sociedad global (Castells 1996).

Ahora observando lo expuesto anteriormente, con respecto a las características y aspectos positivos de la teoría de la sociedad de la información, y al concernir con el presente trabajo investigativo, infiere que es relevante el uso de los portales de empleo, ya que maneja la informática, el cual es predominante para la época convirtiéndose en un factor clave para la economía; asimismo, conlleva a integración entre personas (se crea relaciones interpersonales entre el ofertante de empleo y los usuarios), se crea un estilo de comunicación entre personas, permitiendo así al personal de una organización y los integrantes de una sociedad de un país que se inserten en una modalidad que es usada por muchos países del mundo y que hay indicios que se llegue a convertir en el primer (1er.) espacio comunicativo para ofertar empleos.

Plan Estratégico de Recursos Humanos

Diversos autores de texto del área de recursos humanos como Chiavenato (2007), expone que, los gerentes debe crear, desarrollar, ejecutar y hacer seguimiento a un Plan Estratégico de Recursos Humanos, en base a este trabajo investigativo, en cuanto a su limitación y alcance se detallara dicho plan para un subsistema del área de recursos humanos, que es el subsistema de reclutamiento de personal o proceso de captación de talento humano.

Ahora bien, en vista de lo expuesto antes, se cita a Aguilar (2008), en un resumen de su texto, se observa seis fases para realizar un plan estratégico, que son:

1. Análisis: Esta fase consiste en estudiar las circunstancias que rodean la empresa para detectar las oportunidades y anticiparse a los riesgos. El mundo cambia de manera acelerada y, por ello, es necesario conocer en qué se modifican los escenarios donde interactúan las personas, las organizaciones y la empresa. Se debe analizar los procesos, procedimiento, y sistemas así como los soportes de recursos humanos. Recomienda presentar los soportes en Indicadores de gestión de recursos humanos (estratégicos u operativos) a través de diversas metodologías actualizadas como el Balance Scorecard.
2. Diagnóstico: Esta fase reside ver “¿Hacia dónde vamos?” Es importante definir un destino al que querer dirigirse. La visión ayudará a desarrollar conductas proactivas, creativas e innovadoras en el equipo y, con estas, hacer frente a los desafíos que se encontrará la empresa por el camino para llegar a su meta. Recomienda presentar el diagnóstico a través de una DOFA.
3. Ejes: Esta fase se fundamenta en la estrategia que será el medio para conseguir llegar al destino, destino que la empresa identifica en su visión, la meta propuesta. Se pueden definir más de una estrategia y entre ellas, elegir las más convenientes, en función de la visión, el tiempo disponible, los recursos necesarios y las oportunidades y los riesgos de cada alternativa.
4. Objetivos: Esta fase radica en “¿Que haremos? y ¿Dónde lo haremos?” son las preguntas que responde la misión. La misión es el resultado de una visión previa que indica hacia dónde desean dirigirse y de la elección de determinada estrategia que permitirán alcanzar las metas definidas.

5. Acciones: Se trata de diseñar una estructura adecuada, la empresa debe tener una estructura adecuada a la misión asignada. Procesos, recursos humanos, entre otros.
6. Seguimientos: busca preparar el plan de acción, se definen los objetivos asignados a cada persona y a cada departamento, se obtienen y se asignan los recursos (humanos, materiales, tecnológicos y económicos), se ponen en marcha las actividades y se monitorean (control e indicadores de gestión).

De acuerdo a la base conceptual de Aguilar, se contextualiza con la problemática planteada en que, cuando se trabaja en hacer plan estratégico de RRHH, se trabaja en gestión de cambio, donde se involucran y se comprometen a las personas, e identifican resultados y el alcance de la gestión.

De esta manera, se debe comunicar e informar sobre la gestión, la visión y acción de planeación del talento humano y transferir los planes de acción, para así crear una alineación cultural, esta cultura organizacional o empresarial es a través de la metodología a usar. AL crear una estructura de gestión se mide resultados, donde también debe verse la mejora de los procesos en la modernización y se crea ambientes de aprendizajes y desarrollo de capacidades.

Diversos Conceptos del Proceso de Reclutamiento del Personal o Captación de Talento Humano

Los portales de empleo surge a razón de ser de una oferta de empleo o posición vacante en una empresa u organización; las ofertas de empleo

son operadas por el área de recursos humanos, a través del proceso de reclutamiento de personal. Por ello, se inicia en contexto con dicho proceso.

Introducción y Proceso del Reclutamiento de Personal

Hoy en día, el éxito de las organizaciones depende en gran medida de una buena elección del talento humano para el buen funcionamiento y desarrollo de tareas y procesos de empresa.

Si la empresa es incapaz de seleccionar atinadamente a su personal no alcanzará sus objetivos y esto podría llevar a un fracaso empresarial. Y para esto las empresas siguen una serie de pasos que los llevan y ayudan a conseguir el mejor talento humano adecuado.

La necesidad de captar nuevo talento o recurso humano en las empresas tiene diferentes causas y razones como son la expansión de empresa, creación de nuevos puestos, jubilaciones, fallecimientos, incapacidades laborales, despidos, maternidad, implantación de nuevas tecnologías, nuevos departamentos, zafras, aumento de producción, entre otros motivos.

Se puede definir que el reclutamiento de personal es un conjunto de procedimientos orientados a atraer e identificar candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar puestos dentro de la organización. El proceso de reclutamiento se inicia con la búsqueda y termina cuando se reciben las solicitudes de empleo. Se obtiene así un conjunto de solicitantes, del cual saldrán independientemente del reclutamiento y se seleccionara después a los nuevos empleados (Alles, 2000).

Las descripciones de puesto constituyen y ayudan a hacer unos instrumentos esenciales que proporcionan información básica sobre las funciones y responsabilidades que incluye cada vacante.

Es importante mencionar, que la mayoría de las empresas tienen a su cargo la función del proceso de reclutamiento de personal que es llevado a cabo por personal capacitado de la misma empresa.

Sin embargo, los recursos humanos adecuados para realizar ciertas labores no abundan en ninguna sociedad, puesto que el talento humano es capaz de realizar un sin fin de actividades laborales.

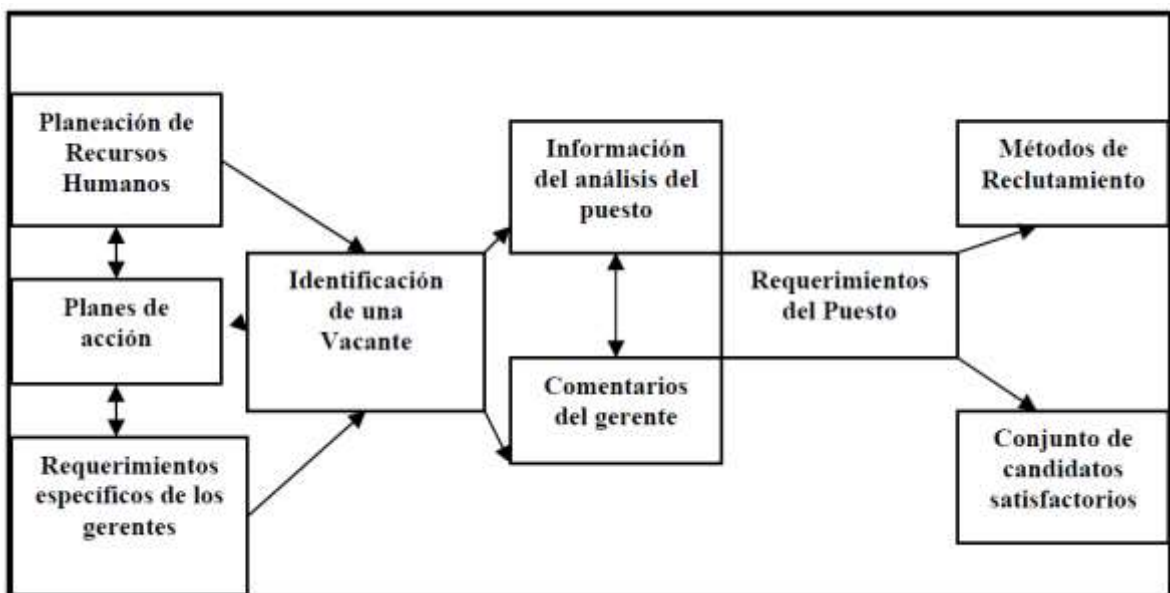
Milkovich y Boudreau (1994), comentan que el inicio del reclutamiento no solo es importante en la organización; es un proceso de comunicación de dos canales: Los candidatos desean obtener una información precisa de cómo sería trabajar en la organización; y por otro lado las organizaciones desean obtener información precisa del tipo de empleado que será el aspirante contratado.

El proceso de reclutamiento de Personal comienza a raíz de un requerimiento o solicitud de empleados para ocupar una vacante. Los reclutadores (personal del área de recursos humanos) llevan a cabo varios pasos. El reclutador inicia identificando las vacantes que existen en la compañía mediante la planeación de recursos humanos o a petición de la dirección de la empresa o gerentes en línea. Para cumplir bien su responsabilidad, el reclutador debe tener presente las necesidades del puesto así como las características de la persona que lo va a desempeñar, siempre que lo juzgue necesario, el reclutador debe solicitar información adicional poniéndose en contacto con el gerente que solicito el nuevo empleado, para así acertadamente se pueda identificar a los aspirantes, y si

no logra encontrar dentro de la empresa al candidato con el perfil adecuado, entonces se necesitara recurrir a obtener personal externo.

El plan de recursos humanos puede mostrarse especialmente útil, porque ilustra las vacantes actuales y las que se contemplan a futuro; (Véase figura 3).

Figura 3. Proceso General de Reclutamiento de Personal



Fuente: Werther y Davis. Administración de Personal y Recursos Humanos, Quinta Edición, Editorial Mc Graw Hill, 2000

Entorno de Reclutamiento de Personal

Se debe considerar el entorno en que se habrá de adentrarse para conseguir a los candidatos capaces. Los límites de este entorno se originan en la organización, el reclutador y el medio externo, de los cuales los elementos que se considera más importantes son:

- ✓ Disponibilidad interna y externa de recursos humanos

- ✓ Políticas de la empresa
- ✓ Planes de recursos humanos
- ✓ Prácticas de reclutamiento
- ✓ Requerimientos del puesto

En el punto uno, las empresas que necesitan candidatos para ocupar puestos, deben fijar atención en el personal que labora actualmente en la empresa, pues puede ser que alguien cumpla con las expectativas del puesto y así se da las promociones más seguidas en las empresas, y en el caso de lo externo existe hoy en día talento humano que busca obtener un puesto en determinada empresa y cumplir las exigencias de el.

En cuanto a las políticas de empresa y planes de recursos humanos, se debe tener cuidado en conocer cuáles son los lineamientos para reclutar personal debidamente, de acuerdo a las políticas de empresa.

Las prácticas de reclutamiento de personal es la manera en la que las empresas emplean métodos de reclutamiento de personal y es importante mencionar que muchas veces no se llevan a cabo.

Los requerimientos del puesto ayuda a los reclutadores a buscar y encontrar a las personas correctas para la organización. Así, para contratar a la persona correcta, por supuesto que en las pruebas de selección deben evaluarse las habilidades y competencias para desempeñar el puesto (Ivancevich, 2005).

Características del Reclutamiento de Personal

El proceso de reclutamiento de Personal, el cual es un proceso previo a la selección de personal, pero, precisamente por ello, de vital importancia, ya que determina y condiciona una serie de características que se deben tomar en cuenta para dicho proceso.

1

- ✓ El reclutamiento no es más que el eslabón de un proceso más amplio, situándose después de la elaboración del perfil profesional, y realizándose con anterioridad a la fase de selección de personal en sentido estricto.
- ✓ El reclutamiento supone la localización y atracción de posibles candidatos, lo que implica que es necesario identificar posibles fuentes de reclutamiento, así como métodos concretos para atraer candidatos.
- ✓ El reclutamiento puede ser realizado por la propia empresa o bien por una empresa especializada al servicio de aquella.
- ✓ El reclutamiento tiene, como uno de sus objetivos, atraer el número idóneo de solicitudes por puesto vacante.
- ✓ El reclutamiento, además, también tiene como finalidad atraer aquellos candidatos que tengan los requisitos definidos inicialmente, o que se adecuen al perfil profesional.

- ✓ El reclutamiento puede realizarse paralelamente o alternativamente en la propia organización y/o mercado externo de trabajo (Coulter y Robbins, 2005).

Si observamos las características señaladas anteriormente, necesariamente llamara nuestra atención la interacción social que lleva implícita toda acción de reclutamiento. Interacción que para llevarse a cabo, requerirá de una actitud activa por parte de los agentes involucrados en esta relación social: Reclutador (empresa) y reclutado/s (trabajador/es potencial/es/ talento humano). La información en primer lugar, y la comunicación entre las partes involucradas en el proceso de reclutamiento.

Limitaciones y Desafíos del Reclutamiento de Personal

La disponibilidad interna y externa de los recursos humanos, la tasa de desempleo en el área, las condiciones del ramo de la compañía, la abundancia o escasez en la oferta de personal, los cambios en la legislación laboral y las actividades de reclutamiento de otras compañías, incluyen en la tarea de obtener un grupo de solicitantes para una ocupación en específica.

El reclutador puede acudir a tres índices básicos:

1

1. Indicadores Económicos. Permiten conocer las actuales coyunturas de la economía de un sector, de una zona geográfica o de una nación.
2. Actividades de reclutamiento de otras compañías. Permiten conocer las estrategias básicas que se plantean las organizaciones competidoras. En muchos casos, puede

medirse con relativa precisión a través de los avisos publicados, sin embargo esta técnica puede ser costosa.

3. Las ventas actuales de la compañía y sus metas. Debido a que los planes de recursos humanos se basan parcialmente en las predicciones de ventas, las variaciones entre las ventas reales y las previstas constituyen un factor de vital importancia.

En ocasiones las políticas que se fijan las empresas pueden convertirse en limitantes de las actividades del reclutamiento, algunas de las cuales son y se mencionan a continuación son:

- a) Políticas de promoción interna: Las cuales estipulan que los empleados tienen opción preferencial para acceder a determinados puestos, y tiene el mérito de garantizar a cada empleado una carrera digna y no solo un empleo, sino que puedan hacer un plan de vida carrera empresarial.
- b) Políticas de compensación: este es un factor limitante pues en muchas áreas de reclutamiento de personal son los niveles de compensación que estipulan las organizaciones, debido a que se tiene un tabulador de acuerdo a puestos y no debe sobrepasar lo estipulado en la política.
- c) Políticas sobre situación del personal: que actuando en consonancia con las leyes de un país determinado, la organización puede proceder a vetar o favorecer la contratación de personal temporal.

d) Políticas de contratación internacional: Determinadas legislaciones estipulan el nivel máximo de extranjeros que pueden laborar en una organización, lo cual ejerce efectos directos sobre las políticas de una corporación (Werther y Davis, 2000).

Medios de Reclutamiento de Personal

Se ha comprobado, que las fuentes de reclutamiento son las áreas del mercado de talento humano exploradas por los mecanismos de reclutamiento. Es decir, el mercado de talento humano presenta diversas fuentes que deben establecerse y localizarse por la empresa que pasa a influir en ellas, a través de múltiples técnicas de reclutamiento, con el propósito de atraer candidatos potenciales y capaces de laborar en determinada empresa.

También se ha visto en los últimos tiempos que el mercado de talento humano está conformado por un conjunto de candidatos que pueden estar empleados (trabajando en alguna empresa) o disponibles (desempleados). Los candidatos, empleados o disponibles, pueden ser reales (los que están buscando empleo o pretenden cambiar el que tienen) o potenciales (los que están buscando empleo). Los candidatos empleados, sean reales o potenciales, están trabajando en alguna empresa, Esto explica y lleva a los dos medios de reclutamiento utilizados hoy en día: El reclutamiento interno y el reclutamiento externo. Por tanto, Los candidatos pueden obtenerse dentro o fuera de la organización.

Es válido mencionar el concepto de prospección, dentro del proceso de reclutamiento, que viene siendo el conjunto de las operaciones que

conducen a la obtención de candidaturas por cualquier método empleado por el área de recursos humanos.

La localización de candidatos dentro de la organización se realiza mediante los habituales instrumentos de comunicación interior: circulares, tablón de anuncios, jefes inmediatos, recomendaciones etc. O bien, por procedimientos más actuales, como bases de datos informatizados, Internet, Extranet, sin embargo previo a todo esto se requerirá haber realizado previamente un estudio de potencial de los recursos humanos con los que cuenta la organización.

La Captación de Talento Humano a través de los Portales de Empleos como parte de la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC's)

Los portales de empleo funcionan como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos, en la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, el cual es la idea en la que se centra este trabajo.

Con la era de Internet sobre el mundo, los métodos de reclutamiento se han ampliado drásticamente. Proveyendo de personal, la compañías ahora utilizar regularmente el Web para localizar a candidatos calificados a un buen puesto de trabajo.

Es importante mencionar el concepto negocio electrónico y definirlo como la gama completa de actividades que realiza una empresa exitosa apoyada en Internet (Coulter y Robbins, 2005).

La mejor manera de entender el concepto de empresa electrónica es considerar sus tres componentes básicos: Internet, Intranets, Extranets.

Sin embargo en la sociedad de la información, en un mundo cada vez más competitivo y globalizado, la información y su gestión se han convertido en un recurso valioso y estratégico para las empresas. Las tecnologías de información afectan tanto aspectos internos como externos de las empresas, a sus procesos, productos y comunicaciones, añadiendo valor a sus actividades, incrementando su eficiencia y eficacia, este panorama, supone que las empresas que no requieran quedar fuera, deben ser capaces de identificar el valor estratégico de las tecnologías de información en sus procesos de gestión y saber entender y aprovechar su potencial, para mejorar la posición de sus negocios frente a la competencia.

Es importante mencionar que las fuentes de reclutamiento tradicionales ya incluyen una nueva que constituye el centro de análisis del proyecto, de captación de talento humano mediante la utilización de las tecnologías de la información y comunicación; y uno de los conceptos importantes son los Portales de Empleos que ahora están permitiendo que los reclutadores fijen los trabajos para que las posiciones gerenciales o específicas y los candidatos de permiso se coloquen con la compañía que provee de personal y/o soliciten una posición específica.

Otras de las cosas que ha cambiado en el área de recursos humanos en el proceso de reclutamiento de personal es la búsqueda de candidatos, anteriormente se ejecutaba a través de los avisos en los periódicos, las carteleras internas, y otra diversidad de medios impresos, pues hoy se realiza a través de portales de empleo en los cuales se conjugan la oferta y demanda laborales, estos sitios además fusiona como herramienta de

comunicación y de trabajo, para que los outsourcing presten servicios de las funciones de selección y reclutamiento, incluso hacen la labor de cazatalentos, el cual no todas lo ofrecen, pero se considera que para allá estará orientado.

Reclutamiento en línea

El Reclutamiento en línea es un sistema seguro que permite a las empresas la capacidad de reclutar personal por medio de los portales de empleo hacia prácticamente cualquier parte del mundo.

El sistema de reclutamiento en línea, está diseñado con una tecnología avanzada y fácil de utilizar. Con el que la empresa podrá trabajar de manera independiente, ya que la información la administra en su totalidad la empresa.

El sistema permitirá monitorear de manera rápida y sencilla la información que le ha llegado de cada uno de los candidatos en búsqueda de empleo. Este sistema puede ser aplicable para empresas y organizaciones que requieran reclutamiento de personal a nivel nacional e internacional.

Esta solución permite:

- a) Recibir solicitudes de trabajo para los perfiles que solicite en tan solo unos minutos.
- b) Reclutar personal a nivel nacional o mundial por medio de solicitudes de empleo en línea.
- c) Recepción de Currículo en línea.
- d) Monitoreo de la información recibida por el solicitante de empleo.
- e) Crear perfiles de puesto con sus descripciones y fotografías.

- f) Personalizar formularios electrónicos de solicitud de empleo como los requiera la empresa.
- g) Reclutamiento de personal en el extranjero.
- h) Filtrar candidatos y entrevistar solo a los más calificados (Álvarez, 2000).

Objetivo y Metodología de las Tecnologías de Información

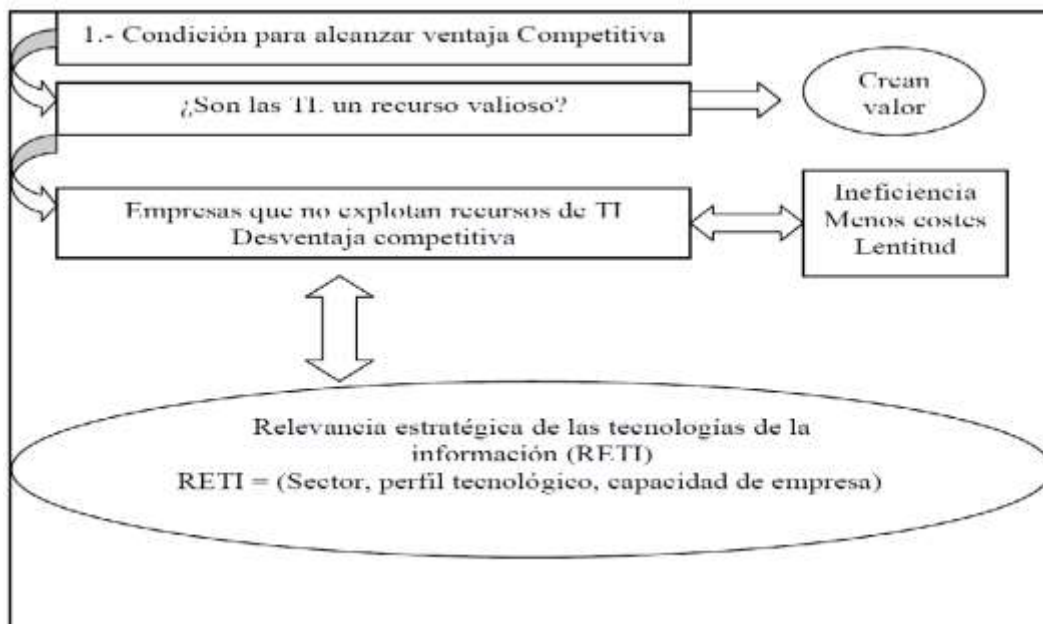
Bajo el enfoque de recursos, las tecnologías de información y comunicación son entendidas como recursos tecnológicos, que son integrados por las empresas en sus procesos, productos y comunicaciones, de forma interrelacionada con otros recursos (financieros, recursos humanos, organizativos, administrativos etc.) generando capacidades o rutinas, mediante las cuales, las empresas pueden llegar a alcanzar ventajas competitivas. El alcance de dichas ventajas competitivas requiere que dichos recursos sean, por este orden: valiosos y escasos, mientras que su mantenimiento en el tiempo demanda la imperfecta movilidad de dichos recursos.

Las tecnologías de información y comunicación son capaces de crear nuevas ventajas competitivas mejorando los sistemas de información y gestión de las actividades de las empresas. Las tecnologías de información y comunicación se pueden integrar en todos y cada uno de los puntos de la cadena de valor (Porter y Millar) desarrollando sistemas de información y transformando la manera en que se realizan las diversas actividades de valor, mejorando la eficiencia de dichas actividades o la naturaleza de los enlaces entre ellas.

En cuanto a las actividades de administración de recursos humanos, la tecnologías de información pueden mejorar los sistemas de gestión de nóminas, reclutamiento de personal, selección y formación del personal y control de la productividad de los trabajadores. En infraestructura las tecnologías de información son susceptibles de generar beneficios, mediante la mejora de los procesos de toma de decisiones al facilitar una mejor localización y gestión de la información disponible para la dirección de la empresa (Porter, 2000).

Las tecnologías de la información pueden ser realmente relevantes o valiosas para una empresa; (Véase figura 4).

Figura 4. Tecnologías de la información



Fuente: Porter, (2000)

Reclutamiento Electrónico: Una herramienta eficaz

Se estará de acuerdo en que la Red ha revolucionado la búsqueda de trabajo y el reclutamiento de personal en el presente siglo. En la actualidad los empleadores pueden inspeccionar electrónicamente los atributos generales de los candidatos, encauzarlos a un sitio especial para que se evalúen en línea sus destrezas, verificar sus antecedentes en Internet, entrevistarlos por medio de videoconferencias y manejar todo el proceso con software de cómputo. En las empresas existe tal vez un entusiasmo por la posibilidad de ahorrar costos, aumentar la velocidad y extender la búsqueda de candidatos en todo el mundo.

Los gerentes de Recursos Humanos y los reclutadores de la compañía necesitan tener en mente los siguientes aspectos al desarrollar y ejecutar un programa de reclutamiento electrónico:

1

Tener cuidado de no descartar sin querer candidatos minoritarios. Muchos reclutadores, aplican software de revisión que busca ciertas palabras o frases y esto puede causar una mala selección.

Verificar que la vacante se anuncie a sectores extensos de la población.

Los reclutadores tienen que idear una forma de rastrear a los solicitantes que piden los puestos en la red.

Las comunicaciones por correo electrónico pueden ser muy casuales. Cuando los individuos se comunican por medio de correo electrónico con los posibles candidatos tienden a revelar más información de la que

proporcionarían en anuncios clasificados u otras técnicas de reclutamiento tradicionales (Ivancevich, 2005).

Tecnologías de aplicaciones de Recursos Humanos

Hoy en día, algunas compañías cuentan ya, con un sistema de reclutamiento de personal, y es importante citar un ejemplo, ya que con la ayuda de estas aplicaciones tecnológicas se pueden agilizar procesos administrativos y de recursos humanos.

Después de haber comentado sobre los beneficios de los portales de empleo, a través de la tecnología de la información y comunicación; a continuación se va a citar el portal de empleo de Bumeran.com, el cual es una página web que está en internet, actualmente vigente en Venezuela; donde describe las ventajas que ofrece dicha portal a las empresas.

Visión y Misión Portal de Empleo: Bumeran.com

Ser identificados por las empresas como el medio digital para cubrir sus vacantes laborales en América Latina.

A través de soluciones tecnológicas innovadoras y una cultura orientada al servicio brindan a las empresas la posibilidad de encontrar rápidamente el talento que requieren para su éxito empresarial; y ofrecen a sus postulantes una amplia gama de opciones que acompañan su desarrollo profesional tanto a nivel local como internacional.

¿Por qué bumeran.com?

Porque Saben lo que hacen:

- Especialistas en Internet y en el desarrollo de soluciones tecnológicas para los procesos de recursos humanos de sus clientes.
- Reconocidos en el mercado como líderes en reclutamiento a través de Internet y en el desarrollo de tecnología para automatizar y tercerizar procesos internos relativos a la gestión de los recursos humanos, ofrecen a las empresas anunciantes sus 12 años de experiencia en Internet, que sumada a su presencia regional los convierten en la alternativa ideal de reclutamiento on line.

Porque lo hacen rápido y bien

Eficacia y eficiencia

Son capaces de reducir los costos operativos de sus clientes simplificando los procesos de envío, recepción y posterior selección de los CV consolidando una base de datos on-line. Toda la información permanece actualizada las 24 horas del día los 365 días del año a total disposición de los clientes según lo necesiten.

Porque Estan para ayudar

Atención al cliente

Su sector comercial y atención al cliente garantizan soporte permanente y atención personalizada. Todas las dudas, sugerencias y pedidos de sus clientes o potenciales clientes son canalizados a través de personal capacitado que brinda soluciones que se ajustan a las necesidades particulares de cada uno de ellos en el menor tiempo posible.

Siempre un paso adelante

Tecnología de vanguardia

Como líderes y pioneros en la industria de Internet, nunca abandonan la filosofía de innovación, desarrollos e implementación de nuevas tecnologías. Aplicando Know How en cada nuevo proceso, son capaces de entregar un producto actualizado y adecuado a las necesidades de un mercado dinámico. Su compromiso es el de estar a la vanguardia del desarrollo de software de gestión de RRHH, para lo cual reinvierten en forma constante en la tecnología que ofrecen a sus clientes.

Bumeran.com en números

- **12** países
- **11.6 millones** de visitas al mes
- Más de **60.000** avisos por mes
- Más de **13.3 millones** de candidatos
- **260.000** candidatos nuevos por mes
- Más de **48.000** empresas clientes por año

¿Cómo es trabajar en bumeran.com?

Cultivan la pasión por alcanzar objetivos ambiciosos en cada una de las operaciones de la región. Estan comprometidos con la misión de generar productos y servicios innovadores, mejorando permanentemente el software que desarrollan para sus clientes, dentro de un entorno divertido, informal y desafiante.

Todo su staff se encuentra orientado a ofrecer un servicio de excelencia a sus clientes (postulantes y empresas). El espíritu emprendedor,

la vocación de servicio y el conocimiento tanto del mercado como del software especialmente concebido a la medida de las necesidades del área de recursos humanos son las características fundamentales que consolidan nuestro liderazgo en toda América Latina.

Su equipo

Mantener un ambiente de trabajo innovador, informal, divertido y productivo posee una importancia estratégica para Bumeran.com. En este sentido, en Bumeran.com miden periódicamente el clima laboral para mejorar los aspectos que sus colaboradores valoren y sostener aquellos en donde más se destacan.

Ponen foco en comunicarse internamente entre todos los niveles de la compañía, con el fin de que todos conozcan las diferentes iniciativas que se llevan adelante. Lo hacen a través de desayunos con su equipo directivo, reuniones generales y de área y comunicaciones digitales.

Sus Valores

Reflejan actitud en formar parte de su inspiración y motivación.

Entender este tipo de conductas y comportamientos que deben demostrar sus colaboradores es muy importante en bumeran.com. Por eso definen como sistema de referencia los siguientes valores organizacionales:

- Innovación
- Ambición
- Ejecución

- Pasión
- Flexibilidad
- Honestidad

Qué ofrecen

Bumeran.com prioriza el desarrollo interno de sus colaboradores en el marco de su crecimiento de toda la región.

En este sentido evalúan el desempeño de su gente identificando las áreas de entrenamiento, capacitación y desarrollo individual. Cada colaborador cuenta con una matriz de capacitación que formará parte de su plan de desarrollo interno. Existen programas de oportunidades internas donde abren las vacantes para que se postulen internamente aquellos colaboradores que reúnen los requisitos propuestos.

Contactos en el Mundo

Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Panamá, Venezuela.

Ejemplo de Indicadores de Gestión de Empleo a través del Portal de Empleo Bumeran.Com, activo en Venezuela; (Véase figura 5).

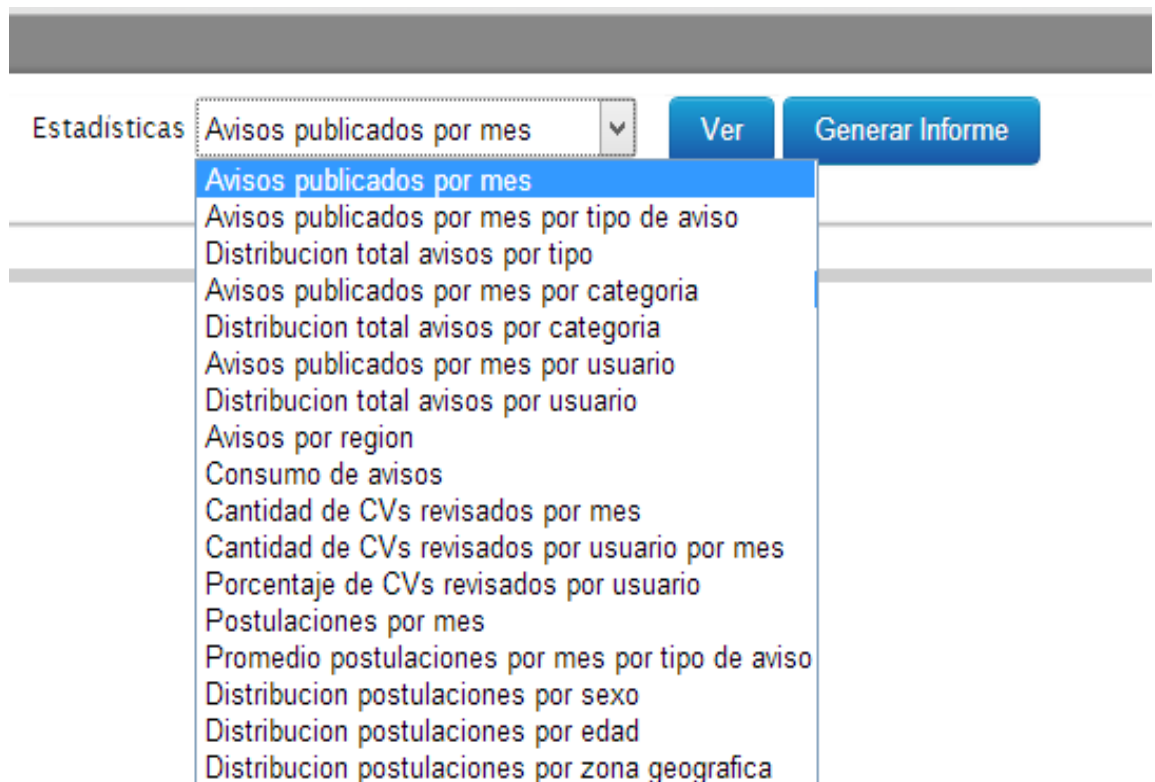


Figura 5. Indicadores de Gestión de Empleo con Bumeran. com

Fuente Portal Web: www.bumeran.com.ve (2015)

Arquitectura de las Aplicaciones de los Portales de Empleo

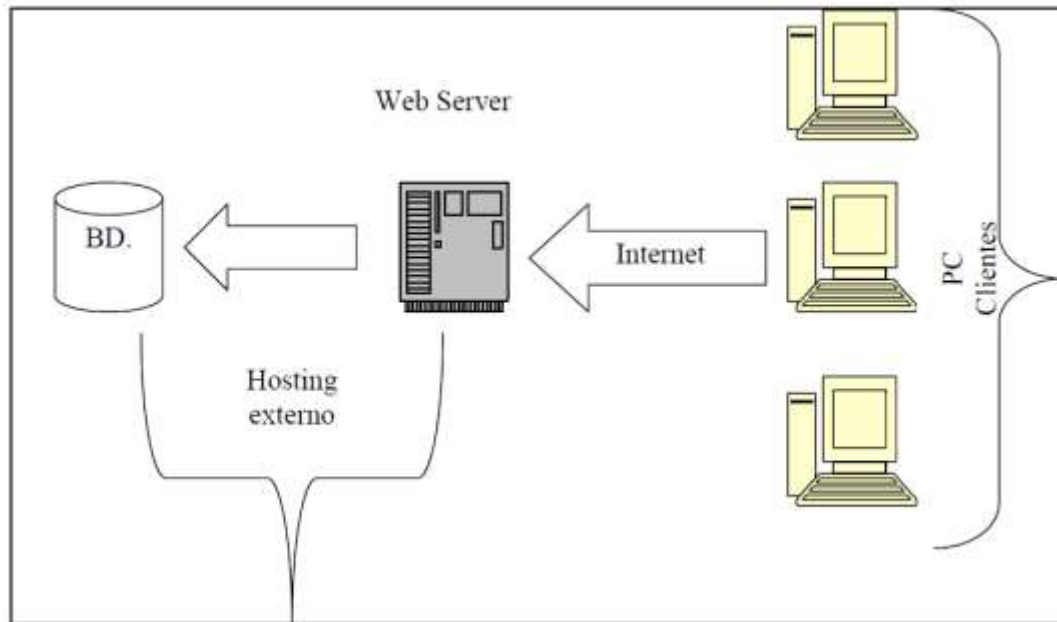
Cualquier aplicación desarrollada en ambiente Web, puede funcionar de acuerdo a los esquemas de arquitectura, su uso de la infraestructura y las necesidades específicas del cliente (computador) (Forouzan, 2002). Se

explicará a detalle como es este proceso de captación de talento humano por medio del uso de la Tecnología (figura 6). En este esquema, el cliente se conecta a la aplicación por medio de una conexión a Internet. El Web Server y la base de datos se encuentran en un servidor externo. Lo único que el cliente necesita es contar con una conexión a Internet para utilizar la aplicación. Cabe mencionar que la velocidad de acceso depende en este caso del proveedor de Internet del cliente y del tipo de conexión Modem, DSL, cable (Véase figura 7).

En el esquema de la figura 7, el cliente utiliza la aplicación a través de su intranet. El Web Server y la base de datos se encuentran en un servidor propiedad del cliente y tendrán acceso a la aplicación todas las computadoras que formen parte de su intranet. La velocidad de acceso es (normalmente) mayor que la de Internet y depende mucho del poder y capacidad que tenga el servidor (Véase figura 7).

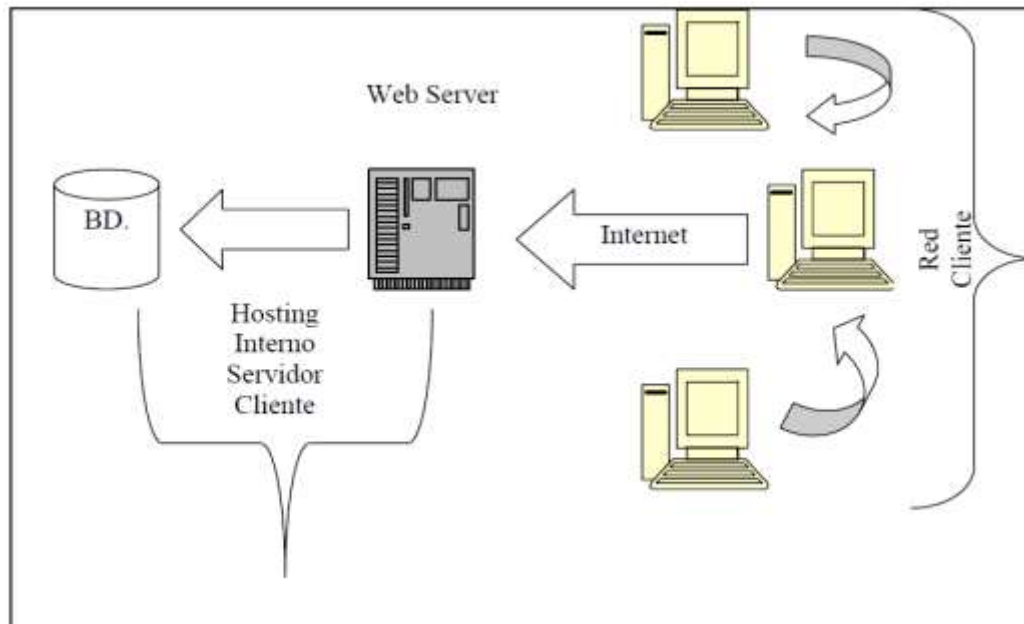
El esquema de la figura 8 es el más completo, aunque requiere de mayor infraestructura por parte del cliente. La aplicación se instala en un servidor cliente, de la misma forma que el esquema para intranet, y es necesario que el cliente cuente con enlace dedicado para proveer al acceso a Internet. De esta forma se puede acceder a través de cualquiera de las computadoras que forman parte de la intranet pero también se puede acceder desde cualquier computadora que tenga conexión a Internet. (Véase figura 8.).

Figura 6. Proceso de reclutamiento por medio del uso de la Tecnología



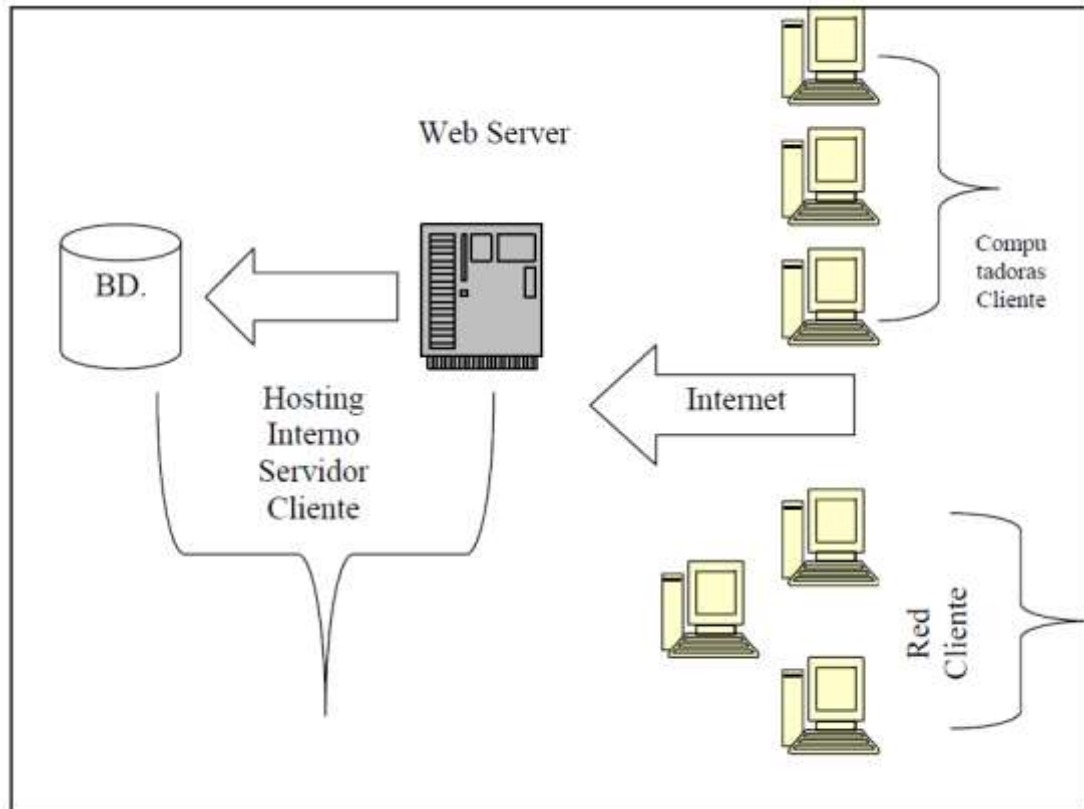
Fuente: Forouzan, (2002)

Figura 7. Intranet



Fuente: Forouzan, (2002)

Figura 8. Internet/Intranet



Fuente: Forouzan, (2002)

Bases Legales

Se Considera como sustento legal y se atiende a normativas vigentes para el presente estudio lo siguiente:

En primer lugar se atiende como norma suprema, a la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en sus Artículos:

Artículo 58. La comunicación es libre y plural, y comporta los deberes y responsabilidades que indique la ley. Toda persona tiene derecho a la

información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como el derecho de réplica y rectificación cuando se vean afectados directamente por informaciones inexactas o agraviantes. Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a recibir información adecuada para su desarrollo integral.

Artículo 108. Los medios de comunicación social, públicos y privados, deben contribuir a la formación ciudadana. El Estado garantizará servicios públicos de radio, televisión y redes de bibliotecas y de informática, con el fin de permitir el acceso universal a la información. Los centros educativos deben incorporar el conocimiento y aplicación de las nuevas tecnologías, de sus innovaciones, según los requisitos que establezca la ley.

Artículo 110. El Estado reconocerá el interés público de la ciencia, la tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aplicaciones y los servicios de información necesarios por ser instrumentos fundamentales para el desarrollo económico, social y político del país, así como para la seguridad y soberanía nacional. Para el fomento y desarrollo de esas actividades, el Estado destinará recursos suficientes y creará el sistema nacional de ciencia y tecnología de acuerdo con la ley. El sector privado deberá aportar recursos para los mismos. El Estado garantizará el cumplimiento de los principios éticos y legales que deben regir las actividades de investigación científica, humanística y tecnológica. La ley determinará los modos y medios para dar cumplimiento a esta garantía.

Referente a los artículos de la Constitución, se citan, ya que tiene relación con el presente trabajo, debido a que establece que la comunicación debe llegar a la masa de personas, todos tienen el mismo derecho de acceso, de una manera oportuna, veraz e imparcial, y que mejor que el portal

de empleo, en caso de anunciar un aviso de empleo el tiempo mínimo es de 15 a 90 días, que todos pueden visualizar y postularse.

En segundo lugar se atiende como norma el ejercicio la carrera de la autora del presente trabajo investigativo y del área de estudio, Ley del Ejercicio de la Profesión de Licenciados en Relaciones Industriales y Recursos Humanos (RRHH) (2002), en su Artículo:

Artículo 5. Los servicios profesionales dispensados por los Licenciados en Relaciones Industriales y Recursos Humanos podrán ser requeridos en los casos en que esté involucrada la aplicación de métodos y técnicas científicas que permitan el desarrollo de la disciplina, con el fin de facilitar el funcionamiento armónico entre el capital y el trabajo, abordando el contexto laboral con una visión integradora orientada a lograr el desarrollo nacional y el bienestar social de toda la población.

Concerniente al artículo de la Ley de RRHH, se menciona, porque está en el profesional de RRHH, investigar, estudiar y analizar las alternativas de herramientas comunicacionales para el proceso de captación de talento humano, y proponer la mejor opción para dicho proceso, de manera que logra abarcar o llegar a un gran número de personas.

En tercer lugar se atiende como normas las mencionadas en el capítulo I planteamiento del problema, del presente trabajo investigativo, los cuales son: El Decreto del Ejecutivo Nacional referente a la Inamovilidad Laboral vigente desde el año 2001 y la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT, 2012):

4. La estabilidad laboral es un tema muy importante con respecto a la conservación de empleos desde el año 2001 y de manera consecutiva el ejecutivo nacional, decreta La Inamovilidad Laboral, actualmente vigente desde el 1º de enero 2016 hasta el 31 de diciembre de 2018. Cita el referido decreto en su segundo artículo. "Los trabajadores amparados por la prórroga de la inamovilidad laboral especial no podrán ser despedidos, desmejorados, ni trasladados, sin justa causa, calificada previamente por el Inspector del Trabajo de la jurisdicción, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 453 de la Ley Orgánica del Trabajo".
5. Protección especial Artículo 335, de la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT, 2012), el cual establece: La trabajadora en estado de gravidez, gozará de protección especial de inamovilidad desde el inicio del embarazo y hasta dos años después del parto, conforme a lo previsto en la ley. La protección especial de inamovilidad también se aplicará a la trabajadora durante los dos años siguientes a la colocación familiar de niñas o niños menores de tres años.
6. Igualmente la LOTTT hace referencia a la inamovilidad para los padres durante dos años. Se trata de una protección especial contada a partir de la fecha de nacimiento. Esta inamovilidad laboral también ampara a los padres hombres que reciban en colocación a niños menores de tres años de edad. (Art. 339), Licencia por Paternidad.
7. En el Capítulo I: De la Libertad Sindical, de dicha Ley, Sección novena: Del Fuero Sindical o Inamovilidad Laboral Definición de fuero sindical o inamovilidad laboral Artículo 418. Los trabajadores y las

trabajadoras que gocen de fuero sindical o inamovilidad laboral, de acuerdo con lo establecido en este Capítulo, no podrán ser despedidos, despedidas, trasladados, trasladadas, desmejorados ni desmejoradas en sus condiciones de trabajo, sin justa causa previamente calificada por el Inspector o Inspectora del Trabajo. El despido, traslado o desmejora de un trabajador amparado o trabajadora amparada por fuero sindical o inamovilidad laboral, se considerará nulo y no genera efecto alguno, si no se han cumplido los trámites establecidos en esta Ley, independientemente de las razones esgrimidas para justificar el despido, traslado o desmejora. La protección especial del Estado consagrada en virtud del fuero sindical se otorga para garantizar la defensa del interés colectivo y la autonomía en el ejercicio de las funciones sindicales.

4. Igualmente en su Artículo 419. Protegidos por fuero sindical de la LOTTT, Gozarán de fuero sindical: 1. Los trabajadores y las trabajadoras solicitantes del registro de una organización sindical... 2. Los trabajadores y las trabajadoras que se adhieran a la solicitud de registro de una organización sindical... 7. Los trabajadores y las trabajadoras de una organización sindical que realice elecciones sindicales desde el momento de la convocatoria, hasta la proclamación de la junta directiva. 8. Los trabajadores y las trabajadoras que han sido postulados o postuladas a una elección sindical hasta sesenta días después de proclamada la junta directiva. 9. Los trabajadores y las trabajadoras durante la tramitación y negociación de una convención colectiva de trabajo o de un pliego de peticiones a partir del día y hora en que sea presentado por ante la Inspectoría del Trabajo, hasta el término de su negociación o

sometimiento a arbitraje. 10. Los trabajadores y trabajadoras durante la tramitación y negociación de una reunión normativa laboral hasta el término de su negociación. 11. Los trabajadores y las trabajadoras durante el ejercicio de una huelga, tramitada conforme a lo previsto en la Ley.

Relativo a los artículos nombrados del decreto de Inamovilidad Laboral y LOTT (2012), se debe a que el profesional de RRHH, debe ser muy cuidadosa a la hora de captar personal, igualmente debe validar y chequear las referencias de los trabajos que menciona el postulante ante un anuncio de empleo a través del portal de empleo, puesto que existen diversas aristas de inamovilidad laboral, que hay que considerar.

En cuarto y último lugar se atiende como norma la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI), de Venezuela reformada (2010), donde establece que las organizaciones tanto públicas como privadas y el Estado deben generar y promover a la innovación de ciencia y tecnología para el conocimiento de las personas que laboran en las empresas así como a las oportunidades de información de interés a los ciudadanos, en pro de la comunicación; tal cual lo indica sus artículos:

Artículo 1. La presente Ley tiene por objeto dirigir la generación de una ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones con base en el ejercicio pleno de la soberanía nacional, la democracia participativa y protagónica, la justicia y la igualdad social y el respeto al ambiente y la diversidad cultural, mediante la aplicación de conocimientos populares y académicos. A tales fines, el Estado venezolano formulará, a través de la Autoridad Nacional con competencia en Ciencia, Tecnología, Innovación y sus aplicaciones, enmarcado en el Plan Nacional de Desarrollo Económico-Social, las políticas

públicas dirigidas a la solución de problemas concretos de la sociedad, por medio de la articulación e integración de los sujetos que realizan actividades de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones como condición necesaria para el fortalecimiento del Poder Popular.

Artículo 2. Las actividades científicas, tecnológicas, de innovación y sus aplicaciones son de interés público para el ejercicio de la soberanía nacional en todos los ámbitos de la sociedad y la cultura.

Artículo 6. Los organismos oficiales y privados, así como las personas naturales y jurídicas deberán ajustar sus actuaciones y actividades inherentes a la presente Ley, a los principios de ética para la ciencia, la tecnología, la innovación y sus aplicaciones que deben predominar en su desempeño, en concordancia con la salvaguarda de la justicia, la igualdad y el ejercicio pleno de la soberanía nacional.

Respecto a los artículos señalados en la LOCTI, se hace referencia, ya que está de parte de las empresas privadas adecuar los procesos de trabajos, acorde a las TIC's que actualmente predomina, es responsabilidad de las empresas, invertir, educar y promover a lo que acontece en el mundo globalizado, de manera que pueda fluir el trabajo o proceso administrativo.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo describe los procedimientos metodológicos de la investigación. La función de la metodología es indicar cómo y por cuáles medios se va a obtener la información, cómo se van a procesar los datos y cómo se van a derivar las conclusiones. Mendez, (2001:45), puntualiza el marco metodológico como: “Selección de los distintos métodos y técnicas para obtener la información requerida”.

Tipo de Investigación

La presente investigación tiene como objetivo analizar el uso de los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para elevar la gestión de empleo del área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), Acarigua Estado Portuguesa.

De acuerdo a sus características, la investigación se realizó bajo un estudio Cuantitativo, Delgado de Smith, Colombo y Orfila (2003:51) citan que el estudio cuantitativo es un método “predominantemente inductivo, que busca determinar las características externas generales de una población (...), el método cuantitativo tiene un marcado carácter numérico.”

Referente a su alcance o nivel, la investigación actual se presente como un tipo de investigación Descriptiva, la cual es expuesta por Hernández, Fernández y Baptista (2014:60) como:

Este tipo de estudio usualmente describe situaciones y eventos, es decir, como son y cómo se comportan determinados fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

Dichos Autores toman como referencia a Dankhe (1986) quien señala que la investigación descriptiva “buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, -comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (p.72).

De esta manera, el estudio a desarrollar pretende determinar las características (elementos o factores) significativas e importantes de los portales de empleo como alternativa de herramienta comunicacional gerencial que permite optimizar el proceso de captación de talento, del área de recursos humanos de una empresa. Como también, indagar el conocimiento del personal del área de recursos humanos y sus clientes sobre los portales de empleo y las herramientas comunicacionales gerenciales, para la captación de talento humano, al momento que ocurra una oferta de empleo, y finalmente analizar el uso del portal de empleo, como herramienta comunicacional gerencial para optimizar el proceso de captación de talento, considerando las oportunidades, fortalezas, mejorando las debilidades y minimizando las amenazas del mismo en el área de recursos humanos de una empresa.

Diseño de la Investigación

Además, el trabajo a realizar se desarrolló bajo una investigación de campo, en el cual Delgado de Smith (2008:260), quien toma como referencia a: Arias (1999:98), consiste en “la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna.” Se llama también investigación sobre el terreno según Ramírez (1993:57), donde el objeto de estudio es el hombre y sus acciones, es perfectamente pertinente “abocarse a estudiar estos fenómenos en la realidad misma donde se producen”.

Por consiguiente, la naturaleza de la investigación accederá alcanzar los objetivos establecidos que buscan dar respuestas a las interrogantes planteadas y así lograr el fin del trabajo propuesto.

Población y Muestra

La población en la presente investigación, está conformada por el personal del área de recursos humanos y clientes (internos de la empresa (Jefes, Líderes, Director de otras áreas de la empresa como: Gerencia General, Gerencia de Administración y Finanzas y Gerencia de Producción), de dicha área en estudio. De acuerdo con Balestrini (2006:22), la población o universo puede estar referido a “cualquier conjunto de elementos de los cuales se pretende indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación”. Es el conjunto finito o infinito de personas, casos o elementos que presentan características comunes.

De acuerdo a este criterio se consideró la población en estudio constituida por Ochenta y Cinco (85) personas que ejercen su cargo en el área de recursos humanos (26) y clientes (59) de dicha área, de la

Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), Acarigua Estado Portuguesa.

Por lo tanto, se procedió a tomar una muestra que la represente, en este sentido Arias (2006:83), define la muestra como: “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población.”

Bernal (2006:166), cita a Weiers, R. (1986), que “existe varias clasificaciones para los métodos de muestreos. Para Weiers, las más usadas son diseños probabilísticos y no probabilísticos.” Por esa razón, Bernal opina que: “el tamaño de la muestra debe estimarse siguiendo los criterios que ofrece la estadística, y por ello es necesario conocer algunas técnicas o métodos de muestreo.” El método de muestreo depende del tipo y diseño de investigación que se desea desarrollar. En este orden de ideas, para proceder a calcular el tamaño de la muestra se utilizó el muestreo probabilístico, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2}{(E^2 / P \times Q) + (Z^2 / N)} \quad \text{Donde:}$$

n: Representa el tamaño de muestra

Z: Representa el nivel de confianza o Coeficiente de Confianza (tabla de distribución normal)

Los valores de Z_{α} más utilizados y sus niveles de confianza son:

Valor de Z_{α}	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2,24	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	97,5%	99%

E: Constituye el error de muestreo. Normalmente este valor oscila entre $\pm 5\%$ y $\pm 10\%$. En este caso se utilizó un valor de 10% .

P: Es la probabilidad a favor

Q: Es la probabilidad en contra

N: Es el tamaño total de la población.

Sustituyendo los valores se tiene lo siguiente:

$n=?$

$N = 85$

$P = 50\% = 0,50$

$Q = 50\% = 0,50$

$E = 10\% = 0,10$

$Z = 1,96$

% 53% Proporción del tamaño de la muestra en relación a la población

$$n = \frac{96}{0,0096}$$

$$n = \frac{34}{0,088} \quad n = \frac{34}{0,0404}$$

$$n = \frac{34}{0,85} = 45 \approx 45 \text{ Personas}$$

Técnicas e Instrumentos de Investigación

Para esta fase de la investigación se utiliza la Encuesta, para cuarenta y cinco (45) personas que ejercen en el área de recursos humanos y clientes de dicha área, a través del instrumento Cuestionario; igualmente, se recurre como metodología, herramienta o técnica de análisis la Matriz de Priorización o Criterios, lo cual permitirá determinar las características de los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para elevar la gestión de empleo en el área de recursos humanos de una empresa. Asimismo, se maneja la Revisión Documental ajustado al referente teórico respectivamente, y la Observación Directa; entre la revisión documental se encuentran los antecedentes, teorías relacionadas con la investigación, documentos escritos (normas, políticas, procedimientos) y el marco jurídico vigente.

En ese sentido, se emplea la encuesta para conocer a través de las personas la información directa, real y objetiva de los hechos, y así indagar el conocimiento e interés del personal del área de recursos humanos y sus clientes; por el uso de los portales de empleo, como herramienta comunicacional gerencial para elevar su gestión de empleo. Según Delgado de Smith, Colombo y Orfila (2003:61), hacen referencia al el cuestionario como “la recopilación de datos que se realiza de forma escrita por medio de preguntas abiertas, cerradas, dicotómicas, por rangos, de opción, múltiples, etc.”

A su vez, Rivas, E. (1997:81), plantea que la observación directa puede definirse de la siguiente manera: “es aquella en que el investigador observa directamente los casos o individuos en los cuales se produce el fenómeno, entrando en contacto con ellos; sus resultados se consideran datos estadísticos originales, por esto se llama también a esta investigación primaria.”

Igualmente, en el trabajo se utiliza la revisión documental, la cual se puede definir según Delgado de Smith, Colombo y Orfila (2003:39), presenta el estudio de revisión documental como la búsqueda de: “identificar, especificar y seleccionar aquellas fuentes escritas que den luces al objeto de estudio de interés investigativo”.

Por lo tanto, para el análisis de los datos recopilados como resultado de la aplicación de la encuesta se maneja bajo el Programa Estadístico SPSS, según Gil (2015:17), “El SPSS-PC, es un paquete estadístico de Análisis de datos. En sus comienzos funcionaba sobre el MS-DOS y en la actualidad trabaja en el entorno Windows. Se utiliza como apoyo en la investigación en ciencias sociales (...).” El programa es capaz de realizar desde unos simples análisis descriptivos hasta diferentes tipos de análisis multivalente. A partir de 1975, corresponde a SPSS Inc., y para el 2009, IBM adquiere SPSS.

Por otra parte, se procura aplicar la Matriz de Priorización o Criterios, el cual es un instrumento que puede llegar a formar parte de una estrategia para la toma de decisiones, determinar alternativas y los criterios a considerar para adoptar una decisión, priorizar y clarificar problemas, oportunidades de mejora y proyectos. Según Besterfield (2009:502), “Las matrices de priorización son para dar prioridades a asuntos, tareas, características, etcétera, con base a criterios ponderados, usando una combinación de las técnicas de diagrama de árbol y diagrama matricial. Dada la priorización, se pueden tomar decisiones efectivas”.

De esta manera, para la elaboración de la matriz de priorización o criterios se lleva a cabo lo siguiente:

Elaboración de la Matriz de Priorización

1. Definir el objetivo.

El planteamiento del objetivo ha de ser claro y explícito.

2. Identificar las opciones.

Es posible que las opciones estén ya presentes, es decir, se hayan definido previamente. En caso contrario se deberá generar las alternativas posibles para alcanzar el objetivo.

3. Elaborar los criterios de decisión.

Si los criterios no están determinados, elaborar una lista consensuada. Los criterios deben definirse nítidamente para que su significado no ofrezca duda.

4. Ponderar los criterios.

Mediante una matriz tipo-L se ponderan los distintos criterios, confrontándolos con los demás. Para ello, y partiendo del eje vertical, se compara el primer criterio con los restantes, asignando el valor más apropiado según la tabla de valores existente al efecto. Comparar la importancia de cada uno de ellos contra los demás por medio de la siguiente escala:

Tabla 1. Ponderación de Respuestas

Ponderación	
Respuestas	Valor
Igualmente Importante	1
Significativamente Importante	5
Excesivamente más Importante	10
Significativamente menos Importante	1/5
Excesivamente menos Importante	1/10

Fuente: Ramírez, (2015)

Sumar las filas de cada criterio (α). Sumar los valores de cada criterio para llegar a un total. Para cada criterio obtener el factor de ponderación (FP) dividiendo la suma entre el total.

Si el factor de ponderación de un criterio es pequeño, es posible eliminarlo.

5. Comparar las opciones

Se comparan todas las opciones entre sí en función de cada uno de los criterios. Se crean para ello tantas matrices tipo-L como criterios se han definido, estableciendo las comparaciones de las opciones a analizar en cada uno de los criterios.

Calcular los totales y porcentajes del mismo modo que en el paso 4 para cada uno de los criterios.

6. Seleccionar la mejor opción, por último, construir la matriz final. Etiquetar las filas con las opciones y las columnas con los criterios. Multiplicar el Factor de Ponderación (FP) por el Peso de la Opción (PO) respectivo. Luego sumar cada fila para obtener el puntaje final para cada opción. Finalmente seleccionar la opción de mayor puntaje.

Es decir, una matriz tipo-L en la que se compara cada opción sobre la base de la combinación de criterios. En esta matriz resumen se sitúan los criterios en el eje vertical y las opciones en horizontal.

Para cada celda de la matriz de priorización se multiplica el valor obtenido de “ponderación del criterio” (para cada criterio) por el valor de “calificación de la opción” (para cada opción).

Por último, se trata emplear la Matriz DOFA o DAFO o FODA, es una técnica definida por López y Correa (2007:32), en el cual citan a Koontz y Weinrich, como: “una estructura conceptual para el análisis sistemático, que facilita la comparación de las amenazas y oportunidades externas con las fuerzas y debilidades internas de la organización.” Sobre el origen del análisis DOFA, se cita desde la página web degerencia.com, donde indican que fue provisto por Albert S. Humphrey, Humphrey murió el 31 de octubre de 2005. El análisis DOFA surgió de la investigación conducida por el Stanford Research Institute entre 1960 y 1970. Sus orígenes nacen de la necesidad de descubrir por qué falla la planificación corporativa. La investigación fue financiada por las empresas del Fortune 500, para averiguar qué se podía hacer ante estos fracasos. El equipo de investigación consistía de Marion Doshier, Dr. Otis Benepe, Albert Humphrey, Robert Stewarty Birger Lie.

Todo comenzó como una tendencia, la planificación corporativa, que aparentemente apareció por primera vez en DuPont, en 1949. Para 1960, todas las empresas del Fortune 500 tenían un “gerente de planificación corporativa” (o cargo equivalente); asociaciones de “planificadores corporativos a largo plazo” comenzaron a surgir por todo Estados Unidos y Gran Bretaña.

La investigación fue desarrollada entre 1960 y 1969. 1100 empresa y organizaciones fueron entrevistadas, y se diseñó un cuestionario de 250 preguntas para ser completado por unos 5000 ejecutivos.

Consecuentemente, López y Correa (2007:32-34), en síntesis para la elaboración de la matriz DOFA se lleva a cabo lo siguiente:

Análisis Externo:

El diagnóstico del medio ambiente externo (entorno) tiene como objeto fundamental identificar y prever los cambios que se producen y comportamiento futuro. Esos cambios deben ser identificados en virtud de que ellos pueden producir un impacto favorable (oportunidad) o adverso (amenaza).

Partiendo del concepto amenaza y oportunidades tratado en el punto anterior:

Amenaza: situación desfavorable, actual o futura que presenta el ambiente a la organización, la cual debe ser enfrentada con miras a evitar o minimizar los daños potenciales sobre el desempeño y la supervivencia de la misma.

Oportunidad: es una situación favorable, actual o futura, que ofrece el ambiente a la organización, cuyo aprovechamiento adecuado u oportunidad mejoraría su posición de competencia.

Las oportunidades y amenazas externas son de orden: social, demográfica, político, económico, tecnológico, legal y de competitividad. Se deben tener en cuenta aspectos del sector:

- Tamaño y segmentación.
- Crecimiento y madurez.
- Establecimiento de prácticas.
- Nichos de mercado.
- Dimensión internacional.

Se deben analizar también los cambios en el mercado: los clientes, los canales de distribución, los factores políticos, sociales y demográficos. En cuanto a los competidores: identificarlos, saber su capacidad, sus planes, la posibilidad de compartir mercados. Y en cuanto a las nuevas: tecnología, materiales, procesos, productos y aplicaciones, subutilización o sobreutilización de los recursos.

Análisis Interno:

Se refiere a aquellos aspectos internos de la organización que se deben maximizar (fortalezas) o minimizar (debilidades), para hacer frente a los retos del entorno.

Las fortalezas y debilidades tienen que ver con todos los sistemas internos de la organización, tales como: productos, recursos humanos, tecnología, insumos, administración, etc.

Fortaleza: es una posición favorable que posee la organización en relación con alguno de sus elementos, (recursos, procesos, etc.) y que la sitúa en condiciones de responder eficazmente ante una oportunidad o ante una amenaza.

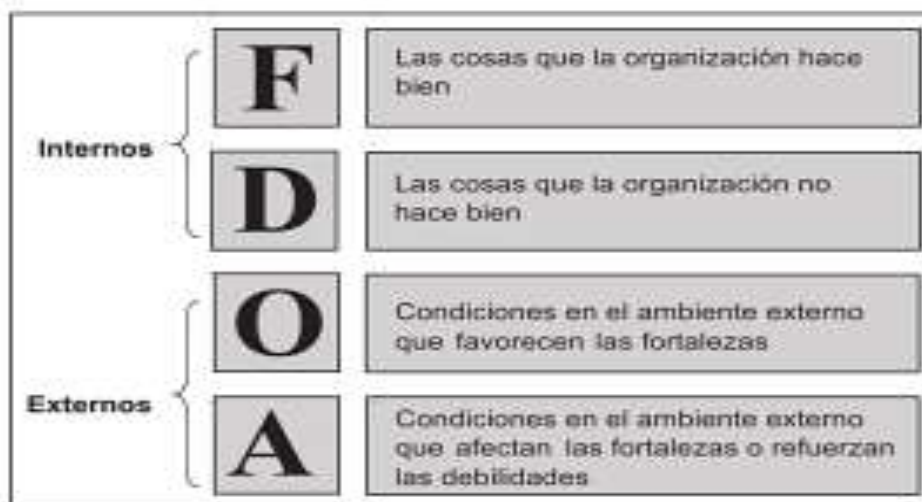
Debilidad: es una posición desfavorable que tiene la organización con respecto a alguno de sus elementos, y que la ubica en condiciones de no poder responder eficazmente a las oportunidades y amenazas del entorno.

Las fortalezas y debilidades internas se refieren entre otras a: costos de producción, habilidades de marketing, competencias de talento humano, recursos financieros, disponibilidad de Tecnologías de Informática y Sistemas de Información (TI-SI), imagen de la organización. Para ello se tienen en cuenta los aspectos claves de la organización.

- Ventas, marketing, distribución.
- Producción y competitividad.
- Eficiencia en manufactura, capacidad.
- Situación financiera.
- Direccionamiento y recursos.
- Administración de los recursos, experiencia.
- Costos de materiales y suministros.
- Efectividad de TI-SI
- Gestión de la información y el conocimiento.

Se sugiere responder a las preguntas: ¿qué me previene de?, ¿Qué está causando la causa?, ¿Qué podría crear los más grandes déficit o riesgos?, ¿cuál es la diferencia actual entre lo que tenemos y lo deseado? ¿por qué?

Figura 9. Análisis DOFA.



Fuente: López y Correa, (2007)

La matriz, debilidades-amenazas-fortalezas-oportunidades (DOFA), es una herramienta que ayuda a desarrollar cuatro tipos de estrategias: estrategias de debilidades y oportunidades (DO), estrategias de fuerzas y debilidades (FO), estrategias de fuerzas, amenazas (FA) y estrategias de debilidades y amenazas (DA). La clave de su construcción está en la capacidad de observar los factores internos y externos a partir de juicios sólidos y pensamiento estratégico y sistemático.

La estrategia DO: Tiene la finalidad de mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas, una organización a la cual el entorno le brinda ciertas oportunidades, pero no las puede aprovechar por sus debilidades, podría decir invertir recursos para desarrollar el área deficiente y así poder aprovechar la oportunidad.

La estrategia FA: Trata de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas. Esto no implica que siempre se deba afrontar las amenazas del entorno de una forma tan directa, ya que a veces puede resultar más problemático para la organización.

La estrategia FO: Se basa en el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas. Este tipo de estrategia es la más recomendada. La organización podría partir de sus fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas, aprovecharse del mercado para el ofrecimiento de sus bienes y servicios.

La estrategia DA: Tiene como propósito disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo. Generalmente este tipo de estrategia se utiliza sólo cuando la organización se encuentra en una posición altamente amenazada y posee muchas

debilidades, aquí la estrategia va dirigida a la sobrevivencia. En este caso, se puede llegar incluso al cierre de la organización o a un cambio estructural y de misión.

Tabla 2. Estrategias desde DOFA

Organización	Fortalezas(F) (Lista)	Debilidades(D) (Lista)
Oportunidades(O) (Lista)	Estrategias(FO) (Relacionar las fortalezas para aprovechar las oportunidades)	Estrategias(DO) (¿Cómo superar las debilidades desde las oportunidades?)
Amenazas(A) (Lista)	Estrategias(FA) (¿Cómo usar las fuerzas para evitar las amenazas?)	Estrategias(DA) (¿Cómo reducir las debilidades y evitar las amenazas?)

Fuente: López y Correa, (2007)

Validez

En relación a este punto, Hernández, Fernández y Baptista (2006: 278), plantean que la validez es el “grado en el cual el instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide”. Luego de diseñado el instrumento, antes de su aplicación, se debe cumplir con el requisito de validación del mismo.

A este respecto, Chávez (2007), mide a la validez como la eficacia con que un instrumento mide lo que pretende el investigador; es decir, la validez de una escala va a estar relacionadas con la confiabilidad del instrumento.

Por su parte, Méndez (2007: 298), define la validez como “el grado en que una prueba mide lo que se propone medir”, este aspecto es de gran importancia porque le asegurará a la investigadora que la información obtenida le servirá a su propósito.

Atendiendo a estas consideraciones, los instrumentos diseñados para la recolección de información de la presente investigación, fueron validados por un grupo de expertos, en este caso un experto en Metodología, Estadística y Docente de investigación (Anexo 1), y otro experto en Psicología, Licenciado en Relaciones Industriales y Máster en Análisis y Conducción de Grupos (Anexo 2). Posteriormente, se rediseñó el instrumento y las técnicas basados en las sugerencias de los especialistas.

Confiabilidad del instrumento

Para Hernández, Fernández y Baptista (2006:200), la confiabilidad se refiere al “grado en que un instrumento de medición produce resultados consistentes y coherentes”. Es decir, es el grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales.

Para calcular la confiabilidad del instrumento, se sometió al cálculo del coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach, el cual de acuerdo con (ob.cit), “produce valores que oscilan entre cero y uno, donde un coeficiente de cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuanto más se acerque el coeficiente a cero (0), mayor error habrá en la medición”. (p. 207).

Por el contrario, un valor alfa Cronbach cercano a uno (1) se considera muy elevado, lo que significa que su medida es confiable. Hernández, Fernández y Baptista, (2006:208).

En consecuencia, la fórmula que representa al Alfa de Cronbach es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

De donde:

α = Coeficiente de confiabilidad.

K = Número de ítems.

1 = Constante.

S_i = Sumatoria de la varianza de los ítems.

S_T = Sumatoria de la varianza total del instrumento

Ya con todos los cálculos (Anexo 3) se procede finalmente a calcular el coeficiente, para ello se sustituye los datos en la ecuación:

$$\alpha = 13 / 13-1 [1 - 7,58 / 67,36]$$

$$\alpha = 13 / 12 [1 - 0,11]$$

$$\alpha = 1,08 \cdot 0,89]$$

$$\alpha = 0,961$$

Fuente: Ramírez, (2015)

Estrategia Metodológica

“El cuadro técnico metodológico busca la descomposición de los objetivos de la investigación en unidades de contenido más precisas que el

enunciado general que los define” Hurtado y Toro (1997:76), donde se busca ordenar y planificar en categorías de análisis o variables, indicadores de ítems, que puedan servir como elementos medibles en los instrumentos de recolección de datos, es importantes señalar en el cuadro, el instrumentos que se va a usar, y las fuentes de información.

Indagar el conocimiento del personal del área de recursos humanos y sus clientes sobre los portales de empleo y herramientas comunicacionales gerenciales, para obtener información sobre el proceso de captación del talento humano actual, de la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.

Cuadro 3. TÉCNICO METODOLÓGICO

OBJETIVO	VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	FUENTE	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Indagar el conocimiento del personal del área de recursos humanos y sus clientes sobre los portales de empleo y herramientas comunicacionales gerenciales, para obtener información sobre el proceso de captación del talento humano actual, de la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.	Portales de Empleo	Son plataformas integradas de gestión de empleo, a través de Internet, que permiten búsquedas segmentadas y servicios adicionales.	Búsqueda Segmentadas	Filtrado avanzado: Por empresa, puesto o cargo, estudio académico, localidad, fecha actualización curriculum, sueldo y cualquier otra variable, guardar búsquedas, acceso ilimitado a CV's (currículums) vistos, mensajería con candidatos.	Items: 3, 4, 8, 11, 12 13	Personal del área de Recursos Humanos y Clientes del área	Cuestionario
			Servicios Adicionales	Aviso con identidad de marca, artículos de interés, asesoría online, carga de CV's, videoentrevistas, videollamada, evaluación del candidato, indicadores de gestión y lo que surja de la creativa mente de los desarrolladores.			
	Herramientas Comunicacionales Gerenciales	Son aplicaciones que facilita la realización de una actividad, con una comunicación eficaz, eficiente y efectiva; en el cual se puede construir y desarrollar un sistema de gestión gerencial.	Facilita la realización de Actividad	Publicación Inmediata de su vacante laboral, resultado en CV's, clasificación de candidatos, pre-filtrado de CV's, exportación a word o PDF, notificaciones instantáneas, CV's por e-mail, estadísticas de postulantes, salario o sueldo pretendido, notas en los CV's, organización en carpetas CV's.	Items: 1, 5, 6, 7, 9, 12, 13		
			Comunicación Eficaz, Eficiente y Efectiva.	Grado de aprovechamiento de los recursos, cumplimiento de los objetivos, optimizar los recursos, información oportuna y rápida.			
	Proceso de Captación del Talento Humano	Pasos a seguir para cubrir las necesidades de personal en la empresa, alcanzar los objetivos propuestos, arrojando indicadores aceptables, de acuerdo a la actividad a gestionar del área.	Indicadores de Gestión	Porcentaje de cargos vacantes, porcentaje de CV's recibidos, número de personas elegibles, porcentaje de vacantes abastecidas, número de procesos por cargos, otros.	Items: 2, 7, 10		

Fuente: Ramírez, (2015)

Determinar los portales de empleo como alternativa de herramienta comunicacional gerencial, en el área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, para optimizar el proceso de captación del talento humano.

Cuadro 4. TÉCNICO METODOLÓGICO

OBJETIVO	OPCIONES	CRITERIOS	FUENTE	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>Determinar los portales de empleo como alternativa de herramienta comunicacional gerencial, en el área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, para optimizar el proceso de captación del talento humano.</p>	Portales de Empleo	<p>Comunicación Eficaz, Búsqueda Segmentadas, Facilitación de Realización Actividad, Indicadores de Gestión, Servicios Adicionales.</p>	<p>Textos, Libros, Trabajos de Investigación de Grado, Procedimientos, Manuales, Técnicas y Praxis del Trabajo de las actividades de captación de talento humano, Documentos electrónicos.</p>	<p>Revisión Documental, Observación Directa y Matriz de Criterios.</p>
	Avisos en los Periódicos			
	Cartelera Interna de la Empresa			
	Correo Electrónico (Colegas, entes públicos o privados)/ Feria de Empleos.			

Fuente: Ramírez, (2015)

Describir el uso de los portales de empleo como una estrategia de herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.

Cuadro 5. TÉCNICO METODOLÓGICO

OBJETIVO	ACCIÓN	DIMENSIÓN	FACTORES	META	FUENTE	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>Describir el uso de los portales de empleo como una estrategia de herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.</p>	Identificar las Fortalezas, de ANCA y su área de recursos humanos.	Análisis Interno de ANCA y el área de recursos humanos.	Proceso de captación del talento humano o reclutamiento del personal (RP), procedimientos, prácticas tareas del subsistemas RP, verificación de equipos, tecnología y sistemas de comunicación, organigrama.	Estrategias: FO, DO, FA y DA.	Textos, Libros, Trabajos de Investigación de Grado, Procedimientos, Manuales, Técnicas y Praxis del Trabajo de las actividades de captación de talento humano, Documentos electrónicos.	Revisión Documental, Observación Directa y Matriz de DOFA.
	Identificar las Debilidades, de ANCA y su área de recursos humanos.					
	Identificar las Oportunidades, de ANCA y su área de recursos humanos.	Análisis Externo de ANCA y el área de recursos humanos.	Entorno tecnológico, social, cultural, político, legal, laboral y económico de Venezuela; la globalización de las Tic's; marketing.			
	Identificar las Amenazas, de ANCA y su área de recursos humanos.					

Fuente: Ramírez, (2015)

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En el siguiente capítulo se presentan los resultados obtenidos en la investigación, estructurados en tres fases.

Fase I: Indagar el conocimiento del personal del área de recursos humanos y sus clientes sobre los portales de empleo y herramientas comunicacionales gerenciales, para obtener información sobre el proceso de captación del talento humano actual, de la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.

En la siguiente fase, se aplicó la encuesta (Ver Anexo 1 y 2, cuestionario aplicado) de preguntas con opción al personal del área de recursos humanos y a los clientes (directores, gerentes, jefes o líder de departamento) de dicha área.

Se presentan los resultados a través de gráficos y análisis con el Programa Estadístico SPSS, de la encuesta de preguntas con opción hechas al personal del área de recursos humanos y sus clientes. Para ello, se orienta una ponderación de valor a cada una de las opciones o etiquetas la cual es la siguiente escala:

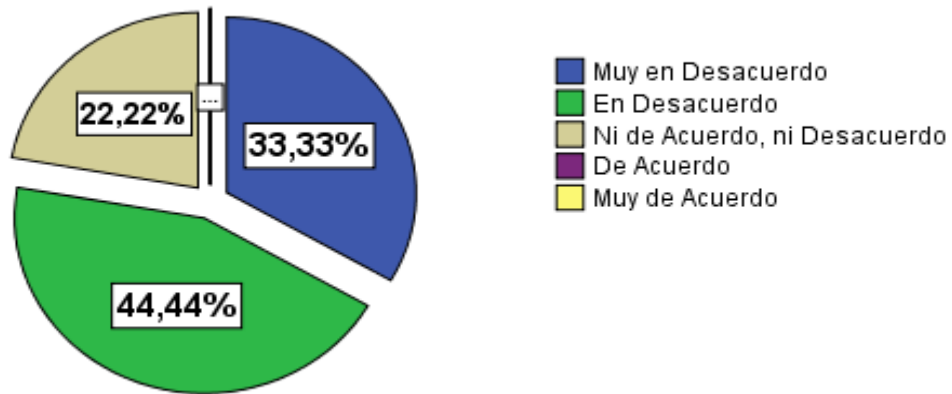
Tabla 3. Ponderación de Opción o Etiquetas

Valor	Etiquetas
5	Muy de Acuerdo
4	De Acuerdo
3	Ni de Acuerdo, ni Desacuerdo
2	En Desacuerdo
1	Muy en Desacuerdo

Fuente: Ramírez, (2015)

Gráfico 2. Representación porcentual del Ítem N° 1

¿Considera usted que actualmente se maneja una adecuada herramienta comunicacional para el proceso de captación de talentos en la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA)?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item1

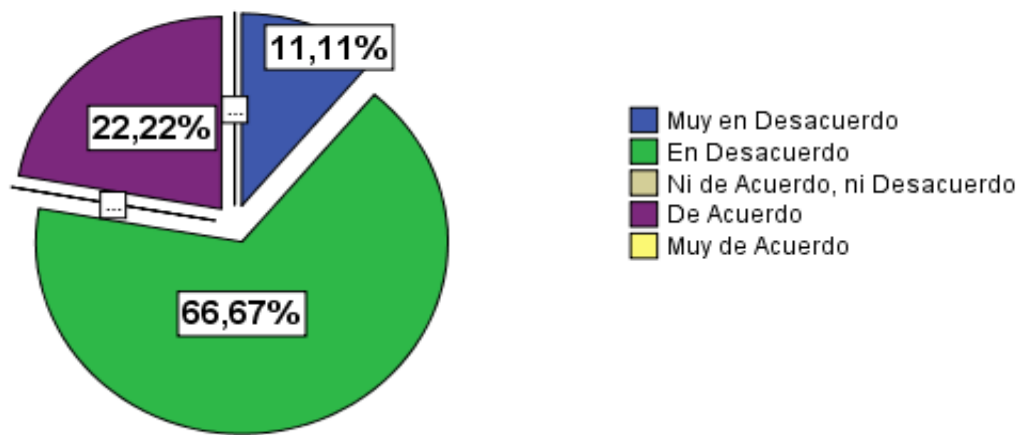
N	Válidos	45
	Perdidos	0

Tabla 4. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 1

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Muy en Desacuerdo	15	33,3	33,3	33,3
En Desacuerdo	20	44,4	44,4	77,8
Ni de Acuerdo, ni Desacuerdo	10	22,2	22,2	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 3. Representación porcentual del Ítem Nº 2

¿Considera usted que los usuarios (postulantes) tienen fácil acceso a la información necesaria en lo relacionado a una vacante de empleo o proceso de captación de talentos en ANCA?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item2

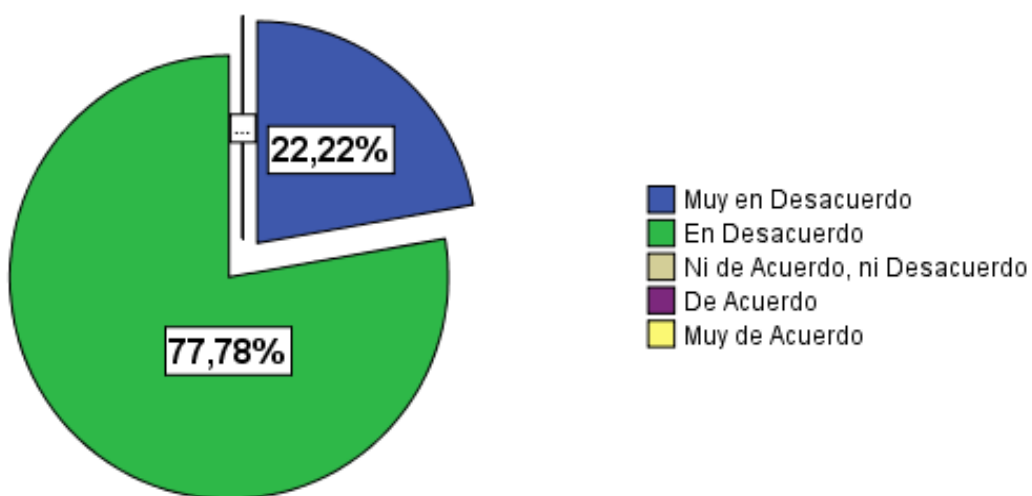
N	Válidos	45
	Perdidos	0

Tabla 5. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem Nº 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy en Desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
	En Desacuerdo	30	66,7	66,7	77,8
	De Acuerdo	10	22,2	22,2	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 4. Representación porcentual del Ítem Nº 3

¿Considera usted tener rápido acceso a la información actualizada de los postulantes en un proceso de captación de talentos, en ANCA?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item3

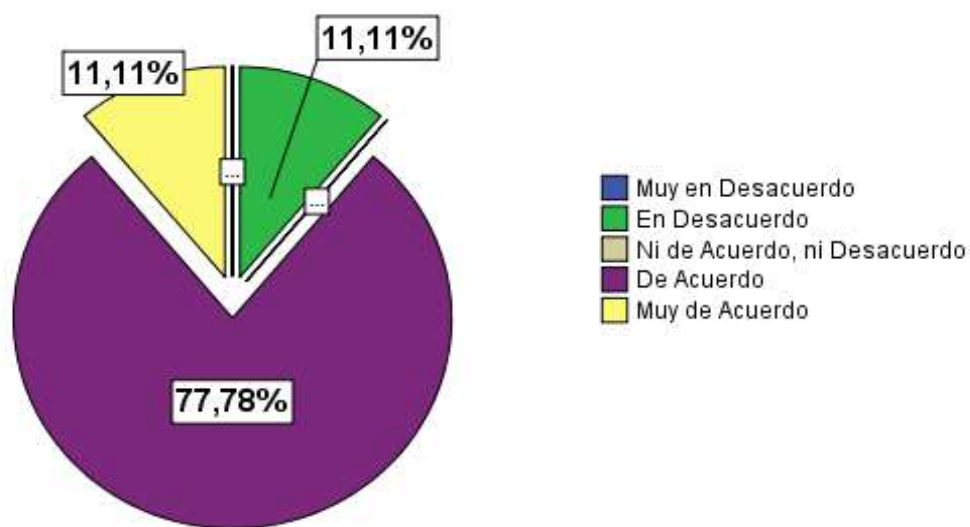
N	Válidos	45
	Perdidos	0

Tabla 6 . Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem Nº 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy en Desacuerdo	10	22,2	22,2	22,2
	En Desacuerdo	35	77,8	77,8	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 5. Representación porcentual del Ítem N° 4

¿Considera usted tener conocimientos básicos en el uso de los portales de empleo?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item4

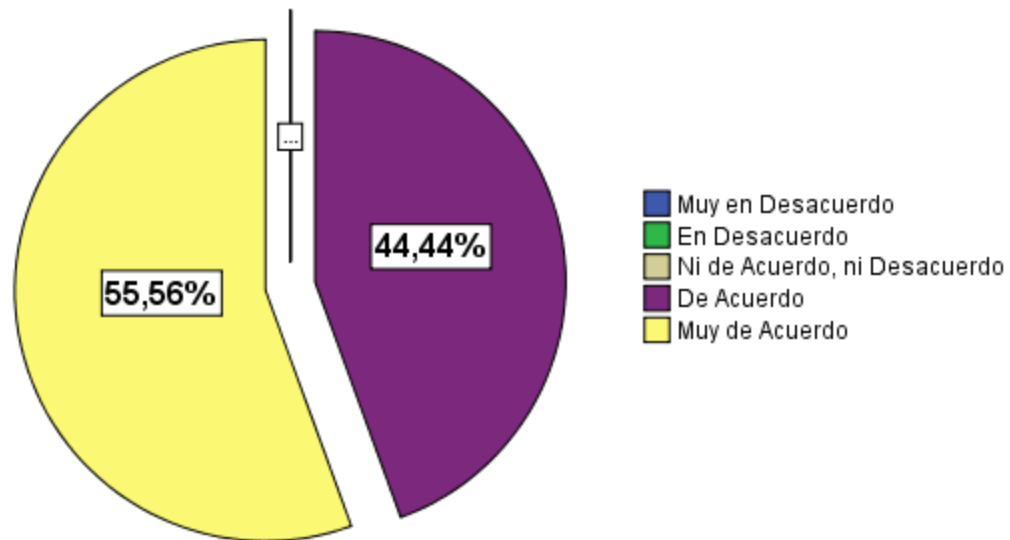
N	Válidos	45
	Perdidos	0

Tabla 7. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos En Desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
De Acuerdo	35	77,8	77,8	88,9
Muy de Acuerdo	5	11,1	11,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 6. Representación porcentual del Ítem N° 5

¿Considera usted importante que el captador de talento debe tener una herramienta comunicacional gerencial, que le permita una eficaz, eficiente y efectiva planificación para el adecuado desarrollo del proceso de captación de talentos de ANCA?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item5

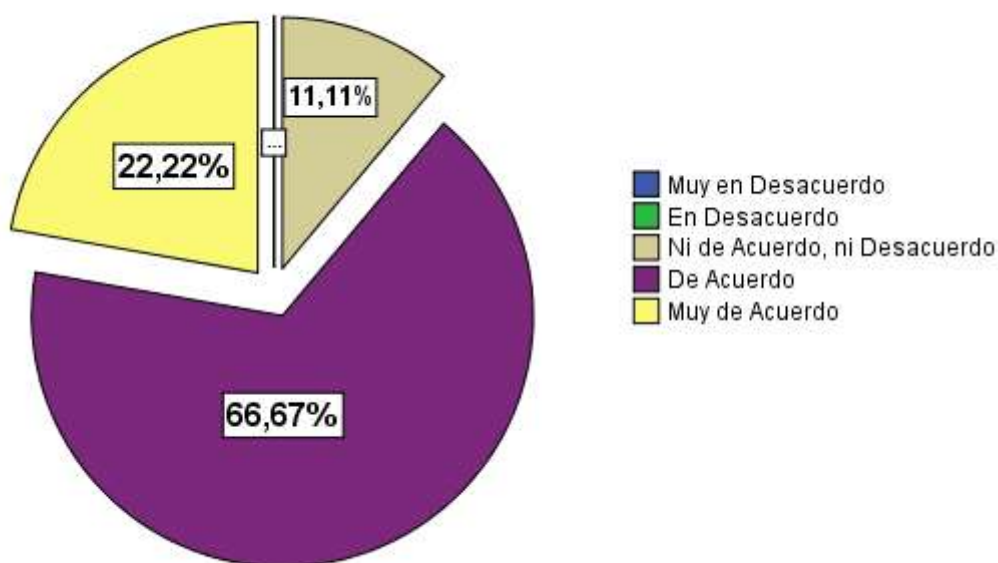
N	Válidos	45
	Perdidos	0

Tabla 8. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De Acuerdo	20	44,4	44,4	44,4
	Muy de Acuerdo	25	55,6	55,6	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 7. Representación porcentual del Ítem N° 6

¿Considera usted importante el uso de los portales de empleo como herramienta gerencial y como medio de comunicación en el proceso de captación de talentos en ANCA?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item6

N	Válidos	45
	Perdidos	0

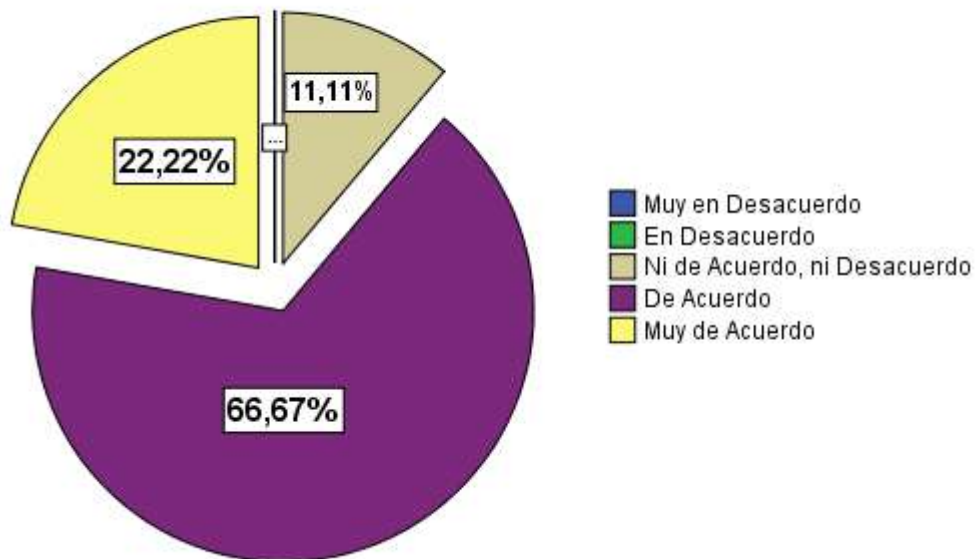
Tabla 9. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ni de Acuerdo, ni Desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
	De Acuerdo	30	66,7	66,7	77,8
	Muy de Acuerdo	10	22,2	22,2	100,0

Total	45	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Gráfico 8. Representación porcentual del Ítem N° 7

¿Estaría usted de acuerdo en que se use los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación de talentos en el área de recursos humanos de ANCA?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item7

N	Válidos	45
	Perdidos	0

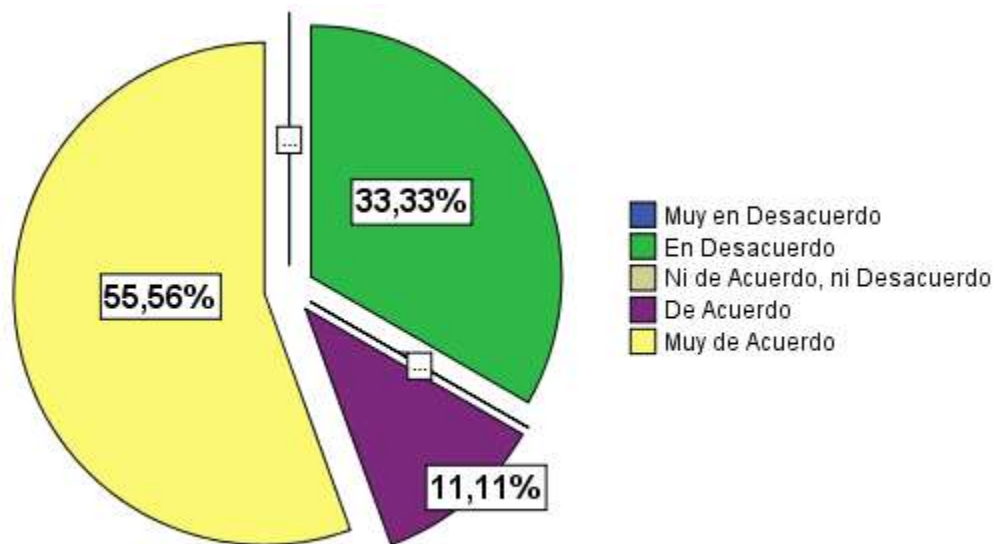
Tabla 10. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ni de Acuerdo, ni Desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
	De Acuerdo	30	66,7	66,7	77,8

Muy de Acuerdo	10	22,2	22,2	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 9. Representación porcentual del Ítem N° 8

¿Considera usted hoy en día que las personas interesadas en participar en procesos de captación de talentos de las empresas, manejan de manera óptima los portales de empleos actuales?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item8

N	Válidos	45
	Perdidos	0

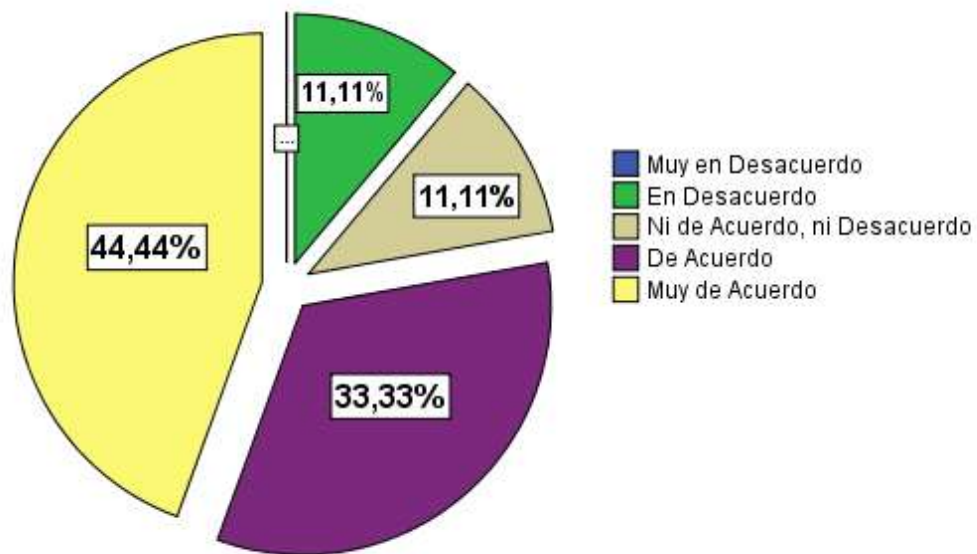
Tabla 11. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 8

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos En Desacuerdo	15	33,3	33,3	33,3
De Acuerdo	5	11,1	11,1	44,4
Muy de Acuerdo	25	55,6	55,6	100,0

Total	45	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Gráfico 10. Representación porcentual del Ítem N° 9

¿Está usted de acuerdo en que las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación mejoran y facilitan la comunicación en el proceso de captación de talentos en el área de recursos humanos de ANCA?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item9

N	Válidos	45
	Perdidos	0

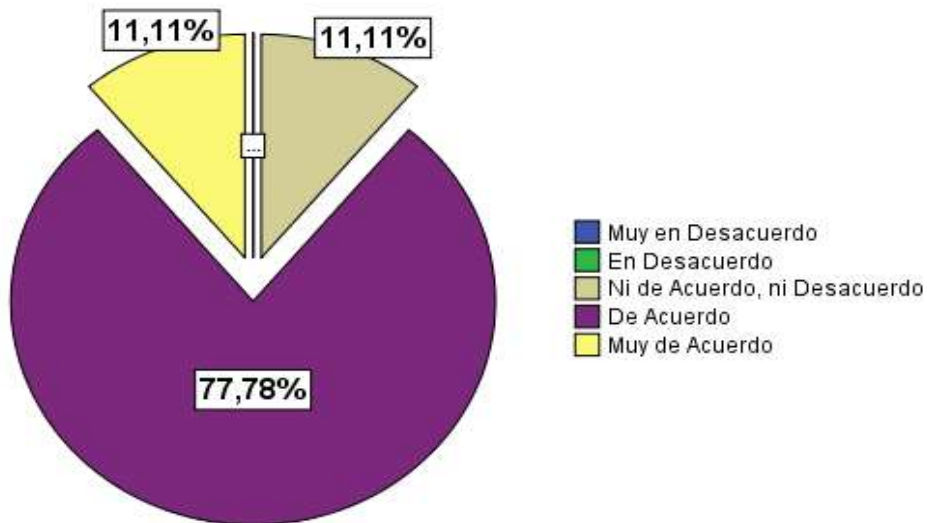
Tabla 12. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En Desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
	Ni de Acuerdo, ni Desacuerdo	5	11,1	11,1	22,2

De Acuerdo	15	33,3	33,3	55,6
Muy de Acuerdo	20	44,4	44,4	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 11. Representación porcentual del Ítem N° 10

¿Estaría usted de acuerdo en que las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación optimizan el proceso de captación de talentos, permitiendo realizar con mayor precisión indicadores gerenciales al área de recursos humanos de ANCA?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item10

N	Válidos	45
	Perdidos	0

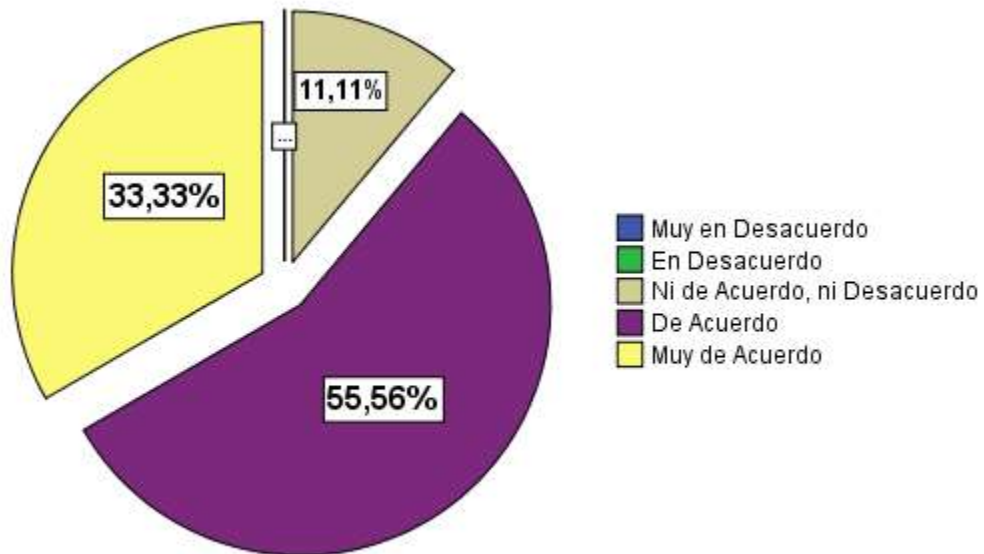
Tabla 13. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ni de Acuerdo, ni Desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
	De Acuerdo	35	77,8	77,8	88,9

Muy de Acuerdo	5	11,1	11,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 12. Representación porcentual del Ítem Nº 11

¿Considera usted que las organizaciones grandes deben incorporar las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación como los portales de empleo para optimizar la calidad en el proceso de captación de talentos en el área de recursos humanos?



Fuente: Ramírez, (2015)

Estadísticos

Item11

N	Válidos	45
	Perdidos	0

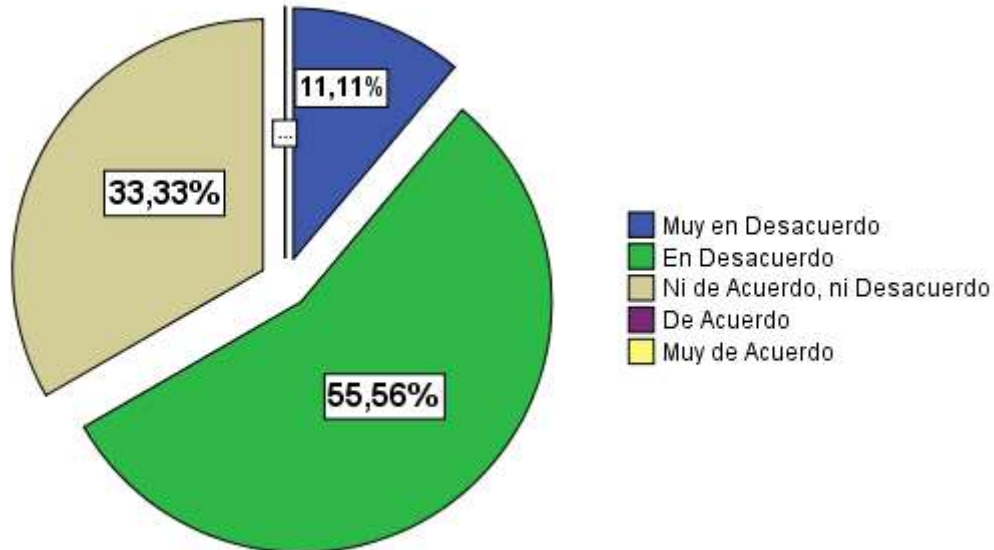
Tabla 14. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem Nº 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ni de Acuerdo, ni Desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1

De Acuerdo	25	55,6	55,6	66,7
Muy de Acuerdo	15	33,3	33,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 13. Representación porcentual del Ítem N° 12

¿Considera usted que el área de recursos humanos de ANCA cuenta con herramientas comunicacionales gerenciales en el proceso de captación de talentos acorde a lo que demanda a las grandes organizaciones o la competencia laboral del siglo XXI?



Fuente: Ramirez, (2015)

Estadísticos

Item12

N	Válidos	45
	Perdidos	0

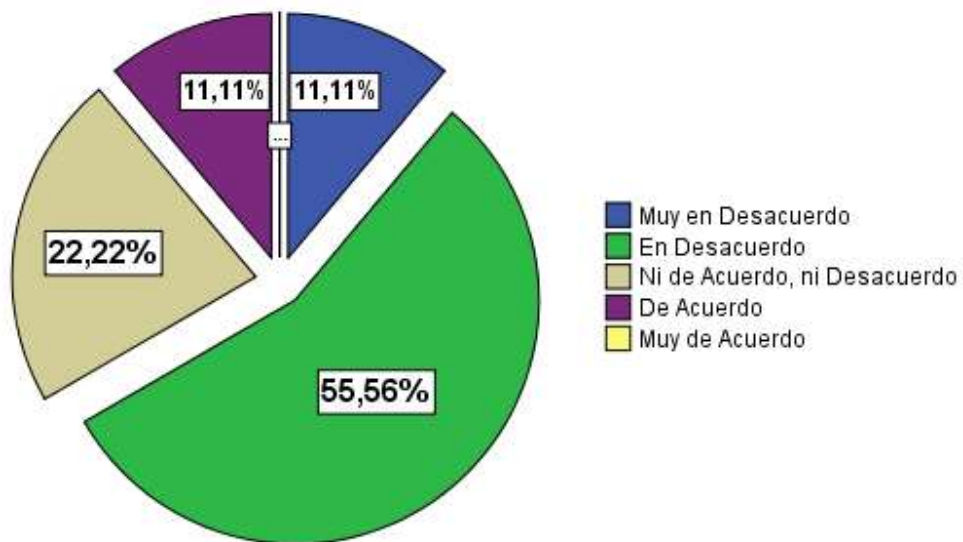
Tabla 15. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy en Desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
	En Desacuerdo	25	55,6	55,6	66,7

Ni de Acuerdo, ni Desacuerdo	15	33,3	33,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Gráfico 14. Representación porcentual del Ítem N° 13

¿Considera usted que se maneja actualmente en el área de recursos humanos de ANCA, para el proceso de captación de talentos una herramienta comunicacional adecuada entre el captador y los postulantes (aspirantes, participantes, usuarios)?



Fuente: Ramirez, (2015)

Estadísticos

Item13

N	Válidos	45
	Perdidos	0

Tabla 16. Frecuencia Relativa Porcentual del Ítem N° 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy en Desacuerdo	5	11,1	11,1	11,1
	En Desacuerdo	25	55,6	55,6	66,7

Ni de Acuerdo, ni Desacuerdo	10	22,2	22,2	88,9
De Acuerdo	5	11,1	11,1	100,0
Total	45	100,0	100,0	

A continuación, de acuerdo a los trece (13) gráficos circulares observados anteriormente, se interpreta de los resultados de cada ítem (13) lo siguiente, evaluados por cuatro (04) variables o segmentos y a la luz de las teorías presentadas en esta tesis:

Segmento número 1:

Con respecto al uso de los portales de empleo, se aluden los ítems 4, 6, 7 y 8; el 77,78% están de acuerdo en que conocen los portales de empleo, el 66,67% están de acuerdo en que es una herramienta gerencial y un medio de comunicación para el proceso de captación de talentos en ANCA, y ese mismo porcentaje está de acuerdo que favorece en el proceso de captación de talentos, así como un 55,56% están muy de acuerdo en que hay usuarios o candidatos que conocen dichos portales.

Estos resultados comparándolos con la teoría presentada en esta investigación, la sociedad de la información, se aprecia que hay un desplazamiento de los escenarios de socialización, actualmente se reconoce y se relaciona a través de las TIC's, los espacios tradicionales han dado paso a estas nuevas tecnologías, tal cual indica McQuail, 2000: 121.

Segmento número 2:

En relación a la herramienta comunicacional, se citan los ítems 1, 5 y 9; en donde el 44,44% y el 33,33% están en desacuerdo y muy en desacuerdo respectivamente, en que actualmente no se maneja una adecuada herramienta comunicacional para el proceso de captación de talentos en ANCA. El 55,56% están muy de acuerdo en que el reclutador

debe contar con dicha herramienta eficaz, eficiente y efectiva y el 44,44% y el 33,33% están muy de acuerdo y de acuerdo respectivamente en que las nuevas TIC's mejoran y facilitan la comunicación en dicho proceso.

Se deriva con la teoría matemática de la comunicación, de Claude Elwood Shannon y Warren Weaver (1940), en que las nuevas herramientas comunicacionales, son un sistema de comunicación que posee la capacidad para transmitir y procesar información de una manera más rápida y segura, igualmente se ocupa de manejar una diversidad y numerosa cantidad de información (Cv's), así como de clasificarla, permitiendo minimizar el tiempo a los reclutadores. Por su parte, la teoría de la sociedad de la información (lo cita McQuail, 2000), argumenta de los resultados anteriores que, las nuevas herramientas gerenciales facilitan la interactividad, integración y convergencia de relaciones entre las personas (reclutador –usuarios).

Segmento número 3:

Referente a la accesibilidad de la información, se señalan los ítems 2 y 3; el 66,67% están en desacuerdo en que los postulantes, candidatos o usuarios con perfil poseen fácil acceso a la información necesaria en lo relacionado a una vacante de empleo de ANCA. El 77,78% están en desacuerdo en tener rápido acceso a la información actualizada de los candidatos para un proceso de captación de talentos en ANCA.

Se deduce de la teoría de la sociedad de la información (Herbert Marshal McLuhan, 1950), el predominio de la información, ya que se convirtió en el factor clave en la economía, dejando atrás los tres factores clásicos de producción (tierra, trabajo y capital) especialmente la tierra y el capital o planta física. Correlativamente una “nueva clase social” emergió basada en su gran conocimiento informático y en sus habilidades de relaciones personales, permitiendo así a un máximo número de personas

independientemente de sus conocimientos, accedan a la información de las vacantes en los portales de empleo, siendo universal y accesible a cualquier persona, proporcionando un acceso equitativo e igualdad de oportunidades.

Segmento número 4:

Concerniente a optimizar el proceso de captación de talentos, se numeran los ítems 10, 11, 12 y 13; el 77,78% están de acuerdo que las TIC's, optimizan el proceso de captación de talentos, el 55,56% están de acuerdo en que las organizaciones deben incorporar las TIC's, como las portales de empleo para optimizar la calidad en el proceso de captación de talentos en el área de RR.HH. de ANCA, igualmente, el 55,56% están en desacuerdo que ANCA, no cuenta para su proceso de captación de talentos con herramientas que demandan las grandes organizaciones del siglo XXI, y ese mismo porcentaje anterior están en desacuerdo en que el área de RR.HH. no maneja una adecuada herramienta entre el reclutador y los postulantes.

A efecto con la teoría de la sociedad de la información (Herbert Marshal McLuhan, 1950), se aprecia por los resultados del segmento número 4, que el área de RR.HH. y sus clientes exigen una tendencia globalizada así como el crecimiento e interconexión de redes para el proceso de captación de talentos en ANCA.

Por otra parte, la teoría matemática de la comunicación (Claude Elwood Shannon y Warren Weaver, 1940), buscaba a sus inicios utilizar de manera más eficiente los canales de comunicación, enviando una cantidad de información por un determinado canal y midiendo su capacidad; se buscaba la transmisión óptima de los mensajes.

La necesidad de una base teórica para la tecnología de la comunicación surgió del aumento de la complejidad y de la masificación de las vías de comunicación, como los impulsos eléctricos que se transmiten en las computadoras. El objetivo es permitir que los datos de alguna forma se conviertan para la transmisión en masa, se reciban en el punto de destino y sean convertidos fácilmente a su formato original, sin perder ninguna de la información transmitida.

De esta manera, las TIC's es una herramienta poderosa que le permite al proceso de captación de talentos optimizar y mejorar en su desempeño laboral, igualmente aporta al cumplimiento de objetivos estratégicos de la empresa.

Asimismo, Utilizando las TIC's en el área de Recursos Humanos (RRHH) se logran ventajas como:

- Reducción de los costos con respecto a las que generan las publicaciones de oferta de empleo tradicionales.
- Disminución en los tiempos de búsqueda y reclutamiento de personal.
- Mayor disponibilidad de información de ofertas de empleo de un determinado mercado laboral, tanto a las empresas como a los candidatos o usuarios.
- Segmentación de posibles candidatos o usuarios según las necesidades de contratación.
- Obtención de la visión de un determinado mercado laboral de manera directa y eficaz.

Fase II: Determinar los portales de empleo como alternativa de herramienta comunicacional gerencial, en el área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, para optimizar el proceso de captación del talento humano.

Para esta fase, se empleó la matriz de priorización o criterios, se definió el objetivo la elección de la mejor alternativa, luego se planteó una serie de alternativas u opciones, las cuales se nombran a través del siguiente cuadro:

Cuadro 6. Alternativas u Opciones Matriz de Priorización o Criterios

Alternativas u Opciones
Portales de Empleo
Avisos en los Periódicos
Carteleras Internas de la Empresa
Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de empleos

Fuente: Ramírez, (2015)

Posteriormente, se establecieron los criterios, que es la base de la decisión no sólo en gusto, sino en base a criterios que deben ser considerados cuando se va a realizar un cambio, los más relevantes:

Cuadro 7. De Criterios Matriz de Priorización

Criterios
Comunicación Eficaz
Búsqueda Segmentada
Facilitación de Realización Actividad

Indicadores de Gestión
Servicios Adicionales

Fuente: Ramírez, (2015)

Ponderación	
Respuestas	Valor
Igualmente Importante	1
Significativamente Importante	5
Excesivamente más Importante	10
Significativamente menos Importante	1/5
Excesivamente menos Importante	1/10

Una vez determinada la importancia relativa de cada problema, comparando cada elemento con todos los demás se utilizó la siguiente ponderación indicada en la tabla 1 del capítulo III:

Luego de establecer la ponderación de respuestas, se realizó la primera matriz tipo “L”, donde se concretó una ponderación a los distintos criterios, confrontándolos a cada uno, arrojando el siguiente resultado:

Tabla 17. Suma Valor Filas de Criterios

Fuente: Ramírez, (2015)

Para analizar cada criterio con cada elemento, se observa en la tabla 17, si se toma la primera fila que es comunicación eficaz, si se compara comunicación eficaz con búsqueda segmentada se cree que es un quinto significativamente menos Importante, si se compara comunicación eficaz con facilitación de realización actividad se le da un valor de uno igualmente importante, si se compara comunicación eficaz con indicadores de gestión se le da un valor de uno igualmente importante, si se compara comunicación eficaz con servicios adicionales se hace un valor de diez veces excesivamente más importante. Entonces se suma toda la fila y da 12,2 y si se divide entre el gran total de 69,2, se tiene la ponderación de lo que sería para el criterio de comunicación eficaz que va hacer punto diecisiete (0,17) y ese valor es el que va a terminar multiplicándose más adelante.

Criterios	Comunicación Eficaz	Búsqueda Segmentada	Facilitación de Realización Actividad	Indicadores de Gestión	Servicios Adicionales	Suma	Ponderación
Comunicación Eficaz		1/5	1	1	10	12,2	0,176300 578
Búsqueda Segmentada	5		5	1/5	5	15,2	0,219653 179
Facilitación de Realización Actividad	1	1/5		5	5	11,2	0,161849 711
Indicadores de Gestión	10	5	5		10	30	0,433526 012
Servicios Adicionales	1/10	1/5	1/5	1/10		0,6	0,008670 52
					Total:	69,2	1

De esta manera, se aplica el mismo paso a paso con cada una de las filas, se suma el valor de todas las filas, para llegar a un total (obtener el

porcentaje de cada criterio al dividir su suma por el gran total, ya que se usarán en la matriz final), la última columna se va a utilizar en la matriz final.

Seguidamente, se comparó todas las alternativas u opciones entre sí en función de cada uno de los criterios. Se crean para ello tantas matrices tipo-L como criterios se han definido, estableciendo las comparaciones de las alternativas u opciones a analizar en cada uno de los criterios. Es relevante mencionar que luego del análisis de la primera matriz, de acuerdo a la ponderación, se puede llegar a eliminar un criterio, en este caso fue servicios adicionales, ya que tuvo un porcentaje de 0,0086, por lo que simboliza muy poco para tomar una decisión, por esto se puede eliminar.

Tabla 18. Criterio Comunicación Eficaz

Comunicación Eficaz	Portales de Empleo	Avisos en los Periódicos	Carteleras Internas de la Empresa	Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	Suma	Ponderación
Portales de Empleo		5	10	5	20	0,430107527
Avisos en los Periódicos	1		5	5	11	0,23655914
Carteleras Internas de la Empresa	1/10	1/5		1/5	0,5	0,010752688
Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	5	5	5		15	0,322580645
				Total:	46,5	1

Fuente: Ramírez, (2015)

Como se indicó en el párrafo anterior, se creó una serie de matrices, una para cada criterio que se evalúa comparando cada una con las opciones

u alternativas de herramienta comunicacional gerencial, utilizando la misma escala de ponderación anteriormente, calculando los totales y porcentajes (ponderación) del mismo modo que en los criterios.

Al final se va a tener cuatro tablas (tabla 18, 19, 20 y 21), porque son cuatro criterios, se observa en la tabla de anterior, que se está comparando la comunicación eficaz en base a todas las opciones u alternativas de herramienta comunicacional gerencial. Interpretando la tabla 18, si se toma la primera fila que es portales de empleo, si se compara portales de empleo con avisos en los periódicos se cree que es cinco veces significativamente importante, si se compara portales de empleo con carteleras internas de la empresa se considera que es diez veces excesivamente más importante, si se compara portales de empleo con correo electrónico se cree que es cinco veces significativamente importante. Entonces se suma los valores de toda la fila y se obtiene 20, y si se divide entre el gran total de 46,5 se obtiene la ponderación de lo que sería la comunicación eficaz para la opción portales de empleo que es punto cuarenta y tres (0,43)

En la tabla 19, que es la que continua abajo, se puede ver que se está comparando el criterio de búsqueda segmentada y se va ir tomando cada una de las sumas para sacar la ponderación.

Tabla 19. Criterio Búsqueda Segmentada

Búsqueda Segmentadas	Portales de Empleo	Avisos en los Periódicos	Carteleras Internas de la Empresa	Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	Suma	Ponderación
Portales de Empleo		10	10	10	30	0,702576112
Avisos en los Periódicos	1/10		1	5	6,1	0,142857143
Carteleras Internas de la Empresa	1/10	1		5	6,1	0,142857143

Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	1/10	1/5	1/5		0,5	0,011709602
Total:					42,7	1

Fuente: Ramírez, (2015)

De igual forma, se puede observar la tabla 20 y 21, que siguen a continuación, de facilitación de realización actividad e indicadores de gestión respectivamente y se aplica el mismo procedimiento explicado en la interpretación de la tabla 18.

Tabla 20. Criterio Facilitación de Realización Actividad

Facilitación de Realización Actividad	Portales de Empleo	Avisos en los Periódicos	Carteleras Internas de la Empresa	Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	Suma	Ponderación
Portales de Empleo		10	5	5	20	0,836820084
Avisos en los Periódicos	1/10		1/5	1/10	0,4	0,016736402
Carteleras Internas de la Empresa	1/5	1		1	2,2	0,092050209
Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	1/5	1	1/10		1,3	0,054393305
Total:					23,9	1

Fuente: Ramírez, (2015)

Tabla 21. Criterio Indicadores de Gestión

Indicadores de Gestión	Portales de Empleo	Avisos en los Periódicos	Carteleras Internas de la Empresa	Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	Suma	Ponderación
Portales de Empleo		10	10	10	30	0,892857143
Avisos en los Periódicos	1/10		1/10	1/10	0,3	0,008928571
Carteleras Internas de la Empresa	1/10	1		1	2,1	0,0625
Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	1/10	1	1/10		1,2	0,035714286
Total:					33,6	1

Fuente: Ramírez, (2015)

Consecutivamente, se realizó una tabla con las opciones, donde se puntualizó para cada opción todos los criterios, en el cual se ponderó las opciones de acuerdo a la ponderación total por criterio.

Tabla 22. Ponderación Opciones en base a cada Criterio

Opciones / Criterios	Comunicación Eficaz	Búsqueda Segmentada	Facilitación de Realización Actividad	Indicadores de Gestión
Portales de Empleo	0,430107527	0,702576112	0,836820084	0,892857143
Avisos en los Periódicos	0,23655914	0,142857143	0,016736402	0,008928571
Carteleras Internas de la Empresa	0,010752688	0,142857143	0,092050209	0,0625
Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	0,322580645	0,011709602	0,054393305	0,035714286

Fuente: Ramírez, (2015)

Se tomaron las ponderaciones de todos los criterios para cada opción de herramienta comunicacional gerencial, se explica por ejemplo: para la fila de opción de portales de empleo la ponderación de comunicación eficaz es punto cuarenta y tres (0,43), la ponderación búsqueda segmentada es punto setenta (0,70), la ponderación facilitación de realización actividad es punto ochenta y tres (0,83), la ponderación indicadores de gestión es punto ochenta y nueve (0,89). Y así sucesivamente para cada fila de opciones, después multiplicarlo por el factor del criterio que se está evaluando.

Siguiente paso es donde se van unir las dos ponderaciones, es decir, como ya se tiene evaluada la ponderación que corresponde a cada criterio (ya que un criterio es más importante que otro) ahora se tiene que tomar la ponderación que se le dio a cada criterio y multiplicarlo por la ponderación que se tuvo de cada herramienta comunicacional gerencial en ese criterio.

Por último, se realiza la ponderación final o general, para evaluar la alternativa más elegible.

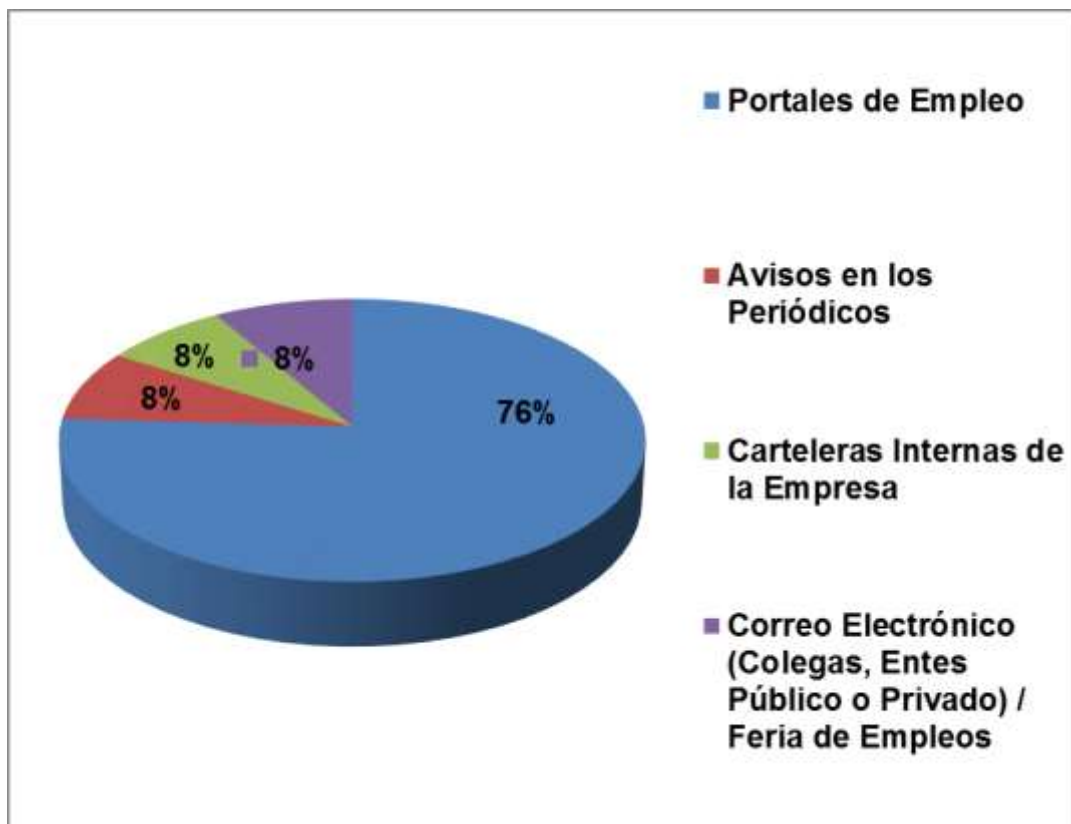
Tabla 23. Ponderación Final o General

Opciones / Criterios	Comunicación Eficaz	Búsqueda Segmentada	Facilitación de Realización Actividad	Indicadores de Gestión	Total
Portales de Empleo	0,075828206	0,15432308	0,13543909	0,3870768	0,75266717
Avisos en los Periódicos	0,041705513	0,03137903	0,00270878	0,00387077	0,07966409
Cartelera Interna de la Empresa	0,001895705	0,03137903	0,0148983	0,02709538	0,07526841
Correo Electrónico (Colegas, Entes Público o Privado) / Feria de Empleos	0,056871154	0,00257205	0,00880354	0,01548307	0,08372982

Fuente: Ramírez, (2015)

Se muestra tabla 24, ponderación final o general, como ejemplo se tiene en la primera tabla o primera matriz tipo “L”(tabla 18) que la ponderación para comunicación eficaz es de punto diecisiete (0,17), y la ponderación de comunicación eficaz para portales de empleo que se observa en la penúltima tabla (tabla 23) es de punto cuarenta y tres (0,43), por lo que la comunicación eficaz de los portales de empleo se ponderaría: $0,17 \text{ por } (*) 0,49$ resulta a punto cero setenta y cinco (0,075) y así se va a realizar con cada uno. Para el total simplemente se suman los valores de cada fila y obtener la ponderación general para cada herramienta comunicacional gerencial. Como se observa en base a los cálculos, la herramienta que queda en el orden de conveniencia es portales de empleo, es el más elegible.

Gráfico 15. Ponderación Final Alternativa más Elegible



Fuente: Ramírez, (2015)

A través del gráfico anterior, arroja como ponderación final más alto un 76% apuntando a los portales de empleo, en el cual se revisó y observó como ejemplo de portal de empleo: Bumeran.com, donde se determinó que de acuerdo a las bondades que ofrecen los portales de empleo como la citada anteriormente, se evidenció de los diversos requerimientos y necesidades presentes en el área de recursos humanos ANCA, los portales de empleo pueden llegar a cubrir las mismas, puesto que los portales de empleo ofrecen a la empresa lo siguiente:

✓ **Publicar Avisos de Empleo**

De la manera más eficaz de conseguir a la persona que se busca. Contar con herramientas para administrar y facilitar las búsquedas, como:

- **Publicación inmediata de su vacante laboral. Buena relación costo / resultado en CVs (currículums)**
Los avisos aparecerán online inmediatamente después de terminar el proceso de publicación.
- **Clasificación de candidatos**
Se podrá clasificar todos los CV's que se reciba utilizando distintas referencias según el nivel de importancia que se le adjudique. Clasificación de los candidatos
- **Pre-filtrado de curriculums**
Se ahorra tiempo de selección pre-filtrando los CV's que no cumplan con los requisitos excluyentes del puesto.
- **Exportación a Word o PDF**

Se podrá exportar los CV's que se reciba en un documento de Word o en PDF.

- **Notificaciones instantáneas**

Los candidatos reciben notificaciones por e-mail con avisos que aplican a su perfil para mejorar la performance de las publicaciones.

- **CVs por e-mail**

Se podrá recibir todos los CV's por e-mail para que se pueda administrar desde una casilla de correo personal.

- **Estadísticas de postulantes**

Se encontrarán estadísticas detalladas que ayudarán a entender los perfiles de los postulantes en cada puesto.

- **Salario pretendido**

Se podrá solicitar el salario pretendido a los candidatos en el momento en que se postulan al aviso.

- **Aviso con identidad de marca**

Se podrá personalizar los avisos con imágenes de encabezado y los colores de la marca de la empresa.

- **Notas en los CVs**

Se podrá incluir comentarios en los CV's usando las notas en cada uno.

- ✓ **Búsquedas Segmentadas**

Explorar una base de datos con miles de candidatos y encontrar a la persona con el perfil que se necesita.

- **Organización en carpetas**

Se podrá organizar los CV's en carpetas para volver a consultarlos cuando se necesite.

- **Filtrado avanzado**

Se podrá realizar búsquedas utilizando herramienta de filtros.

- **Guardar búsquedas**

Guarda todas las búsquedas para no perder los filtros aplicados anteriormente.

- **Acceso ilimitado a CV's vistos**

Se podrá volver a consultar todas las veces que se quiera los CV's que se haya visto.

- **Mensajería con candidatos**

Desde Bumeran se podrá enviar mensajes a los postulantes y responder por e-mail o desde el panel de control.

Diversos filtros avanzados que se pueden aplicar para la búsqueda:

▼ Experiencia laboral

Puesto

Solamente candidatos trabajando actualmente en el puesto

Años de experiencia en el puesto Entre y

Trabajando actualmente

Área del Puesto

Abastecimiento y Logística

Administración, Contabilidad y Finanzas

- Aduana y Comercio Exterior
- Comercial, Ventas y Negocios

- Educación, Docencia e Investigación
- Gastronomía y Turismo

- Gerencia y Dirección General
- Ingeniería Civil y Construcción

Ver más áreas ▼

Empresas

Ingrese una o más empresas separándolas con una coma.

Industria

- Alimenticia
- Banca / Financiera
- Comercio

- Consultoría
- Educación
- Gastronomía

- Informática / Tecnología
- Otra
- Salud

- Servicios
- Telecomunicaciones
- Textil

Ver más industrias ▼

Personas a cargo

- Manejó presupuesto

▼ Palabras Clave

Palabras clave que se buscarán en todo el CV

- Que los resultados incluyan todos los términos
Puede escribir más de una palabra clave separándolas con una coma.
Ejemplo: "Gerente comercial, Director comercial, ventas, Marketing"

▼ Estudios

Título

Nivel de educación

Áreas de estudio

- Abogacía / Derecho / Leyes
- Adm. de Empresas
- Comunicación Social

- Contabilidad / Auditoría
- Economía
- Educación

- Fisioterapia
- Marketing / Comercialización
- Otra

- Perito Mercantil
- Psicología
- Tecnico

Ver más áreas de estudio_▼

Instituciones

- C.U. de Administración y Mercadeo
- I.U. de Tecnología Antonio J de Sucre
- I.U. de Tecnología de Adm Industrial
- I.U. de Tecnología R Loero Arismendi

- Univ. Central de Venezuela
- Univ. de Carabobo
- Univ. de Oriente
- Univ. del Zulia

- Univ. Nac. Exp Politécnica de la Fuerza Armada Nac.
- Univ. Nac. Expl Simón Rodríguez
- Univ. Rafael Bellosó Chacín
- Univ. Santa María

Ver más instituciones_▼

Idiomas

Inglés

Portugués

Francés

Alemán

Italiano

Japonés

▼ **Informática**

▼ **Datos personales**

Nombre

Apellido

DNI

Sexo

Indistinto



Edad Entre

18

y

99

País de residencia

Venezuela



Zona de residencia Todas ninguna

- Amazonas Anzoátegui Apure Aragua Barinas Bolívar
 Carabobo Cojedes Delta Amacuro Distrito
Capital Falcón Guarico Lara Miranda Monagas Mérida
 Nueva
Esparta Portuguesa Sucre Trujillo Táchira Vargas Yar
acuy Zulia

Ciudad

- Sólo CVs con foto
- Postulantes discapacitados

▼ Rango salarial

Salario

Entre y

El rango salarial filtra solo sobre CVs que tienen definido un salario pretendido.

- Incluir Cv's sin salario definido.**

Fecha de actualización

- Buscar entre mis CVs vistos o Buscar con Fotográfica en los Cv's
 - ✓ **Publicidad y Branding (Marca)**

También ofrece orientación al personal de RRHH como usar el portal de empleo y sacarle el mayor provecho y ahorrar y administrar su tiempo de trabajo.

Ofrece diversas soluciones de branding y publicidad, en cualquier tipo de aviso se podrá usar el logotipo de la empresa y será visible tanto en el aviso como en el listado de ofertas.

Si es necesaria una mayor presencia de la marca, se pueden publicar avisos con Look and Feel (mira y siente) con un banner (bandera) y el color de los botones y títulos personalizados.

Ofrecen una amplia cantidad de opciones en publicidad. Desde avisos patrocinados en cada búsqueda hasta eventos en la página de inicio, visibles por todos los usuarios.

Fase III: Describir el uso de los portales de empleo como una estrategia de herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa.

Para esta fase, se tomó en cuenta la matriz DOFA, en el cual se realizó un análisis interno (fortalezas y debilidades) así como un análisis externo (amenazas y oportunidades) de la empresa en estudio y del subsistema del área o departamento de recursos humanos de dicha empresa arrojando la siguiente tabla:

Tabla 24. Matriz DOFA

		Positivo	Negativo
		Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	Desarrollado Dpto. de soporte tecnológico.		Algunas personas de recursos humanos o clientes no están motivadas al cambio.
	Capacidad de producir un producto o servicio con un contenido de interés y utilidad para el gobierno y el país.		Capacitación a los clientes del nuevo proceso.
	Equipamiento de computadoras de la última generación.		Falta de Planificación Estratégica de RRHH, específicamente el subsistema estudio.
	Experiencia de los recursos humanos.		Falta de Indicadores de Gestión, específicamente el subsistema estudio.
	Calidad en otros procesos técnicos y administrativos.		Incorporación de personal en la organización con fuertes brechas para cumplir con el perfil requerido.
		Oportunidades	Amenazas

Análisis Externo	Necesidad del producto respecto a actividad económica de la empresa, recibiendo financiamiento de la Banca Privada y del Gobierno.	Regulación desfavorable para la organización a nivel laboral.
	Auge de las Tecnologías de Información (TIC's) con buena densidad de conexiones a internet.	Cambios frecuentes en la Legislación (Marco Jurídico Vigente).
	Se cuenta en el país con Plataforma TI y sistema de comunicación innovadora.	Competencia de talento humano.
	Fuerte demanda del mercado laboral.	Competencia de redes sociales.
	Recibir publicidad gratis al momento de anunciar un empleo, así como demo de ayuda o inducción al procedimiento de trabajo.	La globalización de las TIC's y el mercado laboral web han convertido a las organizaciones a grandes exigencias de actividades de trabajo y procedimientos con calidad, eficiencia, efectivo, y capacidad de respuesta rápida.

Fuente: Ramírez, (2015)

Posteriormente, la matriz anterior conlleva a realizar un análisis de la visión de la empresa, y misión del área y subsistema (captación de talento humano o reclutamiento de personal) de estudio, proyectando lo siguiente:

Tabla 25. Matriz Estrategias DOFA

Estrategia FO	Estrategia DO
Desarrollar un nuevo procedimiento administrativo de calidad para la planificación de captación de talento humano a la empresa, acorde a las nuevas Tecnologías de Información (TIC's) y a la asistencia de plataforma y comunicación innovadora que ofrece actualmente el gobierno o el Estado a las empresas del país.	Iniciar un Programa de Capacitación al personal del área de recursos humanos. Orientar a los clientes del área sobre el nuevo proceso adaptado a la TIC's. Aprovechar demanda del mercado laboral para el cierre de brechas del personal versus perfil requerido.
Estrategia FA	Estrategia DA

<p>Acordar o negociar con el Estado sobre las diversas regulaciones y cambios en el marco jurídico laboral vigente, ya que la producción de materia prima de la empresa impacta la seguridad alimentaria del país, esto al momento de ingresar a una persona durante un proceso de captación de talento humano, y no cumpla con las funciones asignadas o perfil requerido, se requiere de su egreso o salida de la empresa sin detección de la inamovilidad laboral.</p>	<p>Minimizar las fallas de planificación estratégica del área recursos humanos e indicadores de gestión, aprovechando la globalización que impacta a las empresas, utilizando la comunicación eficaz de las TIC's, en donde se podrá indagar y estudiar el mercado laboral web, así optimizar el tiempo de respuestas a los clientes del área, y mejorar la efectividad y eficiencia en las tareas del proceso de captación de talento humano.</p>
---	--

Fuente: Ramírez, (2015)

CONCLUSIONES

El subsistema de captación del talento humano o reclutamiento de personal del área o departamento de Recursos Humanos (RRHH) está catalogada como una de las etapas más críticas dentro del proceso de Planificación Estratégica de RRHH, ya que es en esa etapa del proceso en donde inicia (base) la posible y futura incorporación e ingreso del talento humano (motor, lo que mueve la empresa) a la organización. De esta manera, sino se lleva a cabo un proceso de reclutamiento profesional, adaptado a las Tecnologías de Información y sistemas de Comunicación (TIC's), la organización estaría fuera de la competitividad de las organizaciones del siglo XXI, debido a que las TIC's logra afianzar el sostenimiento en el mercado económico y laboral, así como a nivel cultural y social; con base a las bondades ofrecidas por ellas. Por lo tanto:

Atendiendo el primer objetivo específico de esta tesis, se desarrolló un cuestionario para Indagar el conocimiento del personal del área de recursos humanos y sus clientes sobre los portales de empleo, herramientas comunicacionales gerenciales y gestión de empleo que tiene la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, para la captación del talento humano. Los resultados fueron llevados a cabo para su presentación a través de gráficos circulares con el programa estadístico SPSS.

En tal sentido, sobre el análisis de los datos tabulados en el programa SPSS, se puede concluir que de la muestra (45 válidos), el 77,78 % (35 válidos), están de acuerdo en tener conocimiento básico en el uso de los portales de empleo. Y el 66,67% (30 válidos), están de acuerdo en que los portales de empleo funciona como herramienta gerencial y medio de comunicación en el proceso de captación de talentos en ANCA, y ese mismo porcentaje está de acuerdo en que los portales de empleo optimizan el proceso de captación de talentos.

Con respecto al segundo objetivo específico, se analizaron las diversas opciones de herramientas comunicacionales gerenciales para optimizar el proceso de captación de talentos versus una serie de criterios (elementos- factores), bajo la técnica de matriz de priorización o criterios. La finalidad de este análisis es señalar el camino hacia la condición ideal (alternativa) de aquello sobre lo cual se está realizando un plan de mejora.

De esta manera, se considera importante la alternativa de los portales de empleo, debido a que a través del uso de los mismos, se posee una comunicación eficaz, se cuenta con una herramienta que permite administrar

y facilitar las búsquedas (ahorra tiempo de gestión), y guía y aporta datos para la realización de indicadores de gestión.

Aludiendo al objetivo específico tres, se realizó una revisión documental extensa y minuciosa, tanto de la organización como marco teórico, con el propósito de ubicar y dar forma a la información que involucra el proceso de reclutamiento de personal en la empresa y área indagada. La revisión documental realizada se basó al estudio de: Reseña histórica de la empresa; organigrama de la empresa; misión; visión; programa de producción, financiamiento, siembra y cosecha de los diversos granos como maíz, sorgo y girasol; igualmente se realizó un diagnóstico de la situación actual de forma documental en los registros del libro memoria ANCA 2013, tanto de la empresa como del área en estudio, reportes e informes de los clientes del área en estudio; y la observación de la aplicación del proceso actual de reclutamiento de personal o captación del talento humano en el área de RRHH de ANCA. A su vez se realizó revisión documental de los antecedentes, teorías, conceptos, características, fases, procesos, limitaciones, desafíos y bases legales y de toda aquella información electrónica que pudiera aportar mayor detalle para los fines del estudio.

Seguidamente, en esta última fase, se estudió las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del área y de la empresa investigada, considerando para este estudio la matriz DOFA, arrojando una serie de estrategias de RRHH y organizacional que permita tomar en cuenta los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación de talentos en ANCA.

Se evidenció que, la empresa en estudio posee una necesidad de un nuevo sistema de captación de talentos, en el cual actualmente las TIC's

ofrecen la asistencia de una plataforma y comunicación como son los portales de empleo, donde así les permita minimizar las fallas de planificación estratégica del área de recursos humanos e indicadores de gestión logrando elevar su gestión de empleo.

Finalmente, se plantea el uso de los portales de empleo, ya que facilita una interface amigable entre el reclutador y usuario, lo que produce que se use regularmente, asimismo representa una valiosa fuente de información y comunicación amplia en el área de RRHH de ANCA y para los usuarios que lo visiten, pues dicha área se beneficia en cuanto al valor del contenido de información que ofrece, debido a que el límite de capacidad de almacenamiento de la base de datos disponible del servidor en donde esta hospedado el portal de empleo es amplio, generando cambios significativos para ANCA, ya que por ser una herramienta web es muy poderosa. Igualmente, aporta a una visión del rol del personal del área de RRHH, evitando subcontratación (otras personas hagan el proceso de captación de talentos), donde la organización se ahorra gastos y se evita la ausencia de sistemas de información y medición.

Por ejemplo Bumeran.com almacena mucho más de 13.3 millones de candidatos o currículos (CV's). También es fácil su uso y manejo, consultas sencillas de entender tanto para el reclutador como para los usuarios, adicionalmente tiene conectividad con usuarios del exterior.

Por todas estas razones la empresa y la gerencia de recursos humanos ha demostrado su compromiso de pretender el cambio a la proposición planteada en esta investigación, tal cual fue su apertura y permitir el desarrollo de este trabajo en el área de recursos humanos de ANCA.

RECOMENDACIONES

- Usar los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación del talento humano del área de recursos humanos (RRHH), en la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, a fin de mejorar en efectividad y eficiencia en el proceso de reclutamiento de personal, ya que le permite evaluar mayor candidatos competentes para las vacantes que se generen en la empresa, obteniendo así un talento humano a la misma y cumplir con el perfil requerido, sin necesidad de generar otros gastos a la empresa en cierres de brechas de formación en conocimientos técnicos, habilidades o destrezas.

- Terminar de desarrollar a todo el personal del área de RRHH en cuanto a la tecnología de información y sistemas de comunicación disponible.
- Involucrar a los clientes del área de RRHH de la empresa en estudio para generar sinergia y mejora en el proceso de reclutamiento de personal.
- Tomar la experiencia y creatividad de parte del personal del área de RRHH, para que junto al personal en planta matriz de la empresa y de sus clientes desarrollen nuevo proceso de reclutamiento del personal con mayor rendimiento de talento humano e innovación.
- Desarrollar un procedimiento administrativo del proceso de reclutamiento de personal para incorporarlo en la planificación estratégica de RRHH.
- Incluir en el nuevo procedimiento la utilización de indicadores de gestión de reclutamiento de personal en la planificación estratégica de RRHH.

REFERENCIAS

- Aguilar (2008). *Cómo hacer un Plan Estratégico de Recursos Humanos*. Primera Edición.
- Aguaded, (2005). *Teoría de la Sociedad de la Información* [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]
- Alles, Martha (2000). **Dirección Estratégica de Recursos Humanos Gestión por Competencia**. Primera Edición. Edición Granica. Argentina.
- Álvarez, (2000). *Reclutamiento en Línea*. Información [Información en línea] [http://www.spentamexico.org/v4-n2/4\(2\)%2053-96.pdf](http://www.spentamexico.org/v4-n2/4(2)%2053-96.pdf) [Consulta: 2013, Noviembre 25]
- Arias, Fidias G. (2006) **El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica**. Editorial Episteme,C.A. Quinta Edición. Caracas, Venezuela.
- Arias Galicia, Fernando (1999). **Metodología de la Investigación para las Ciencias del Comportamiento**. Editorial Trillas. México.
- Balestrini Acuña, Mirian (2006). **Como se Elabora el Proyecto de Investigación**. BI Consultores Asociados. Séptima Edición. Caracas, Venezuela.
- Beltrán, Jesús (2000). **Indicadores de Gestión Herramientas para Lograr la Competitividad**. 2da. Edición. Editores Colombia.
- Bernal Torres, César Augusto (2006). **Metodología de la Investigación. Para administración, economía, humanidades y ciencias sociales**. Segunda Edición, Pearson Educación, Naucalpan México.
- Besterfield, Dale H. (2009). **Control de calidad**. Octava edición. Pearson Pearson Educación. México.
- Cabrera, Diana (2013). **Propuesta de Modelo Estratégico de Comunicación Efectiva para Optimizar el Flujo interno de Información en las empresas del estado venezolano: Caso. Petroquímica de Venezuela, S.A.** Trabajo de Grado Presentado para

optar al título de Magíster en Administración de Empresas Mención Gerencia. Universidad de Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Campus Bárbula. Valencia – Venezuela.

Castells, Manuel (1996). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]

Chávez, N. (2007). **Introducción a la Investigación Educativa**. Tercera Edición en Español. Editorial La Columna. Maracaibo- Venezuela.

CHIAVENATO, IDALBERTO (2007). ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS EL CAPITAL HUMANO DE LAS ORGANIZACIONES. OCTAVA EDICIÓN. EDITORIAL MCGRAW-HILL. MÉXICO D.F.

Colina, Isabel (2011). **Uso de las TIC's en el Contexto de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central De Venezuela**. Trabajo de Grado Presentado para Optar al Título de Magister en Educación Mención Tecnologías de la Información y la Comunicación. Caracas- Venezuela.

Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Gaceta Oficial N° 36.860 del jueves 30 de diciembre de 1999, Caracas Venezuela.

Consultora Lpsos (2012). **Uso de portales de empleo** [Información en línea] <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2012/05/09/927961/solo-48-espanoles-usa-internet-buscar-empleo.html> [Consulta: 2013, Julio 22]

Coulter M. y Robbins S. (2005). **Administración**. Octava Edición. Editorial Pearson. México.

Dankhe, G. L. (1986), **Investigación y comunicación**, McGraw Hill.

Delgado de Smith Yamile, Colombo Rodríguez, Leyda y Orfila Vilera Rosmel (2003). **Conduciendo la Investigación**. Editado por Comala.com e impreso agosto 2003. Segunda Edición. Caracas, Venezuela.

Delgado, de Smith Yamile (2008). **La Investigación Social en Proceso: Ejercicios y Respuestas**. Tercera Edición. Corporación A.S.M., C.A. Valencia, Venezuela.

Drucker, Peter F. (1954). **La Práctica de la Gerencia**.

Forouzan, Behrouz A. (2002). **Transmisión de Datos y Redes de Comunicaciones**. Segunda Edición, Mc Graw Hill, México.

Gil Pascual, Juan Antonio (2015). Estadística e informática (SPSS) en la investigación descriptiva e inferencial. Madrid.

González Sabín, Raquel (2005). **Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Gestión de RRHH: Las TIC's como Herramienta de Mejora Permanente del Capital Humano**. Primera Edición, Ideaspropias Editorial Vigo, España.

Habermas, (1989). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]

Hernández, I. (2012). **El trabajo está en Internet, ve por él** [Información en línea] <http://www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2012/05/17/como-encontrar-trabajo-en-internet> [Consulta: 2013, Julio 22]

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar. (2006). **Metodología de la Investigación**. Cuarta Edición. Editorial McGraw Hill.

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar. (2014). **Metodología de la Investigación**. Sexta Edición. Editorial McGraw Hill.

Historia del SPSS [Información en línea] <http://www.spss.com.hk/corpinfo/history.htm> y <http://www.spss.com/worldwide> Consulta: 2015, marzo 17]

Hurtado, León Ivan y Toro, Garrido Josefina (1997). **Paradigmas y Métodos de Investigación**. Editorial Episteme. Venezuela.

Inamovilidad Laboral. Gaceta Oficial Nro. 40.310 (2013). 06 de diciembre, a favor de los Trabajadores del sector privado y del sector público regidos por la Ley Orgánica del Trabajo, las Trabajadoras y los Trabajadores, entre el primero (1°) de enero de dos mil catorce (2014)

y el treinta y uno (31) de diciembre de dos mil catorce (2014). Caracas Venezuela.

Ivancevich, John M. (2005). **Administración de Recursos Humanos**. Novena Edición. Editorial McGraw-Hill. México.

Ley del Ejercicio de la Profesión de Licenciados en Relaciones Industriales y Recursos Humanos (2002). Gaceta Oficial N° 37593, Caracas Venezuela.

Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI) 2010. Caracas Venezuela.

Ley Orgánica del Trabajo, de los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT) (2012). **Decreto N° 8.938 del 30 de abril 2012 de la República Bolivariana de Venezuela**. Publicada el 03 de mayo de 2012. Caracas.

López Trujillo, Marcelo y Correa Ospina, Jorge Ivan (2007). **Planeación estratégica de tecnologías informáticas y sistemas de información**. Primera Edición. Colombia.

Lorca, Tamara (2012). **Estrategia caso empresa Optus Chile**. Trabajo de Grado para acceder al grado académico de Magíster en Comunicación Estratégica. Pontificia Universidad Católica de Chile. Facultad de Comunicaciones. Santiago- Chile.

Manual del usuario de SPSS Statistics Base 17.0 [Información en línea] <http://web.udl.es/Biomath/Bioestadistica/SPSS/v17/SPSS%20Statistics%20Base%20User's%20Guide%2017.0.pdf> Consulta: 2015, marzo 17]

Martín, S. (1995). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]

Martínez, Terrero José (2006). **Teorías de Comunicación**. Referencia tomada para la Teoría de la Sociedad de la Información. Universidad Católica Andrés Bello. Núcleo Guayana Venezuela.

McLuhan, (1962). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]

McQuail, (2000). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]

Memoria y Cuenta de la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA) 2011-2012, (2013). Cosechando Futuro 68 años en el mercado venezolano. Reproducción propia, ejemplares únicos, 1era. Edición.

Méndez Álvarez, Carlos Eduardo (2007). **Metodología Guía para elaborar diseños de Investigación en ciencias económicas, contables y administrativas**. LIMUSA, 4ta edición, México.

Méndez Álvarez, Carlos Eduardo (2001). **Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación**. Editorial Mc Graw-Hill interamericana. Tercera Edición. Bogotá, Colombia.

Méndez, Carlos (1995). **Metodología de la Investigación**. Segunda Edición. Editorial Mac Graw Hill.

Milkovich, G. y Boudreau J. (1994). **Dirección y Administración de Recursos Humanos**. Un enfoque de estrategia. Editorial: McGraw-Hill Internacional. Colección: 6ª Edición.

Negroponte, (1995). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]

Origen DOFA [Información en línea] <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544> [Consulta: 2015, Abril 20]

Oróstica, Roberto Merino (2010). **Programa de Doctorado en Gestión y Políticas Públicas. Cultura Organizacional**. Estudia el Libro: Fuera de la Crisis o Salir de la Crisis de Edward W. Deming de 1986, Principios Gerenciales Cultura Organizacional. Universidad de Playa Ancha. Chile.

Parella Stracuzzi, Santa y Martins Pestana, Feliberto (2004). **Metodología de la Investigación Cuantitativa**. Editorial Fedupel. Segunda Edición. Caracas Venezuela.

Portal de Empleos Bumeran.com.ve [Información en línea] <http://www.bumeran.com.ve/> [Consulta: 2013 Diciembre 06, 2014 Enero 18, 2014 Febrero 20, 2015 Julio 03]

Porter, Michel y E. Millar (2000). **Ventajas Competitivas**. Mc Graw Hill, México.

- Poster, (1999). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]
- Ramírez, Julio Sergio (2007). **El Gerente Eficaz**, Editorial Panorama: México D. F.
- Ramírez, Tulio (1993). **Cómo hacer un Proyecto de Investigación**. Editorial PANAPO, Caracas, Venezuela.
- Reveron, Gustavo (2012). **Diseño de una Página Web como Herramienta de Aprendizaje, Comunicación e Información para la Comunidad Escolar de la Unidad Educativa Instituto San Valentín, ubicada en Valencia, Estado Carabobo**. Trabajo presentado ante la Dirección de Estudios de Postgrados de la Universidad de Carabobo para optar por el título de Magíster en Educación, Mención Gerencia Avanzada en Educación. Valencia – Venezuela.
- Rivas González, Ernesto (1997). **Estadística General**. Décima Edición de la Biblioteca. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- Rojas I., Mundet, I. y Arapé, E. (1995). **Comunicación y Empresa: Hacia una Teoría del Postmanagement**. En Revista de Ciencias Sociales. Vol. 1, N° 2. Maracaibo, Venezuela.
- Roncagliolo, (2003). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]
- Sabino, Carlos A. (2007). **El Proceso de Investigar, Métodos de Investigación**. Editorial Panamericana. Bogotá.
- Serna, H. (2000). **La gestión empresarial**. Legis. Fondo Editorial. Colombia.
- Soberón, (2005). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]
- Sorice, (2005). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]
- Spears & Lea, (1994). Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]

- Tendencias Digitales, (2011). **Patrón de Usos de Internet** [Información en línea] <http://toyoutome.es/blog/usos-de-internet-en-latinoamerica/10889> [Consulta: 2013, Julio 22]
- Teoría de la Sociedad de la Información [Información en línea] www.wipchile.cl. [Consulta: 2013, Noviembre 20]
- Teoría Matemática de la Comunicación [Información en línea] <http://tunastc3.tripod.com/ts10/> [Consulta: 2013, Octubre 17]
- Teoría Matemática de la Comunicación [Información en línea] http://es.wikipedia.org/wiki/Claude_Elwood_Shannon [Consulta: 2013, Octubre 28]
- Teoría Matemática de la Comunicación [Información en línea] https://www.google.co.ve/search?q=teor%C3%ADa+matem%C3%A1tica+de+la+comunicaci%C3%B3n&tbn=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=Lb2XU8a4IpLjsASBs4G4AQ&ved=0CDcQsAQ&biw=1920&bih=979#facrc=&imgdii=&imgrc=Y5RjHL0I4I1e8M%253A%3BaCpSEcg5CJX7IM%3Bhttp%253A%252F%252Fupload.wikimedia.org%252Fwikipedia%252Fcommons%252Fb%252Fb6%252FEschema_de_comunicaci%C3%B3n_Shannon.png%3Bhttp%253A%252F%252Fes.wikipedia.org%252Fwiki%252Fteor%C3%ADa_de_la_informaci%C3%B3n%3B1056%3B703 [Consulta: 2013, Noviembre 08]
- Vallejos, Elizabeth. (2013). **El impacto de la implementación de las TIC's en la Evaluación del Desempeño Laboral del docente universitario: Estudio de casos del uso de PAIDEIA por los docentes de la FGAD-PUCP en el período 2010-2011**. Trabajo para optar al título de Magíster en Relaciones Laborales, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, escuela de Posgrado. Lima – Perú.
- Weaver W. y Shanon C. (1949). Teoría Matemática de la Comunicación [Información en línea] http://es.wikipedia.org/wiki/Claude_Elwood_Shannon [Consulta: 2013, Octubre 28]
- Werther, William B. Jr. y Davis, Keith. (2000). **Administración de Personal y Recursos Humanos**. Quinta Edición. Editorial Mc Graw Hill

ANEXOS



ANEXO 1 Validación del Instrumento (Cuestionario) y Metodologías (Técnicas) Aplicadas en el Trabajo Investigativo N° 1

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

A continuación se presenta una serie de preguntas que contienen cinco (05) opciones relacionadas con el tema de investigación: **los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial para elevar la gestión de empleo caso: empresa asociación nacional de cultivadores agrícolas (ANCA), Acarigua Estado Portuguesa**, trabajo de grado presentado como uno de los requisitos para optar al título de magister en gerencia de la comunicación organizacional, línea de investigación: procesos tecnológicos de información y comunicación.

La información que suministre será utilizada a los únicos fines investigativos, garantizándose absoluta confiabilidad; por tanto, es indispensable la total sinceridad en sus respuestas.

Agradeciendo de antemano tu colaboración le saluda, atentamente,

La Investigadora

Instrucciones:

- Lea atentamente el enunciado de cada pregunta.
- Debe seleccionar una (01) sola opción de las categorías presentadas para cada pregunta.
- Para la selección de una opción por pregunta debe responder marcando con una "X".
- Responda acorde a su conocimiento, experiencia profesional, personal y habilidades sobre el tema en estudio.

Ítem N° 1. ¿Considera usted que actualmente se maneja una adecuada herramienta comunicacional para el proceso de captación de talentos en la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA)?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 2. ¿Considera usted que los usuarios (postulantes) tienen fácil acceso a la información necesaria en lo relacionado a una vacante de empleo o proceso de captación de talentos en ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 3. ¿Considera usted tener rápido acceso a la información actualizada de los postulantes en un proceso de captación de talentos, en ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 4. ¿Considera usted tener conocimientos básicos en el uso de los portales de empleo?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 5. ¿Considera usted importante que el captador de talento debe tener una herramienta comunicacional gerencial, que le permita una eficaz, eficiente y efectiva planificación para el adecuado desarrollo del proceso de captación de talentos de ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 6. ¿Considera usted importante el uso de los portales de empleo como herramienta gerencial y como medio de comunicación en el proceso de captación de talentos en ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 7. ¿Estaría usted de acuerdo en que se use los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación de talentos en el área de recursos humanos de ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 8. ¿Considera usted hoy en día que las personas interesadas en participar en procesos de captación de talentos de las empresas, manejan de manera óptima los portales de empleos actuales?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 9. ¿Está usted de acuerdo en que las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación mejoran y facilitan la comunicación en el proceso de captación de talentos en el área de recursos humanos de ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 10. ¿Estaría usted de acuerdo en que las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación optimizan el proceso de captación de talentos, permitiendo realizar con mayor precisión indicadores gerenciales al área de recursos humanos de ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 11. ¿Considera usted que las organizaciones grandes deben incorporar las nuevas herramientas tecnológicas de información y

comunicación como los portales de empleo para optimizar la calidad en el proceso de captación de talentos en el área de recursos humanos?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 12. ¿Considera usted que el área de recursos humanos de ANCA cuenta con herramientas comunicacionales gerenciales en el proceso de captación de talentos acorde a lo que demanda a las grandes organizaciones o la competencia laboral del siglo XXI?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 13. ¿Considera usted que se maneja actualmente en el área de recursos humanos de ANCA, para el proceso de captación de talentos una herramienta comunicacional adecuada entre el captador y los postulantes (aspirantes, participantes, usuarios)?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL**

Ciudadano (a): Bruno Valera

Reciba el saludo a nombre de la Lcda. Dayana del Valle Ramírez, participante de la _____ cohorte de la dirección de postgrado de la maestría en gerencia de la comunicación organizacional, de la Universidad José Antonio Páez, a la vez deseándole el mayor de los éxitos en sus funciones.

La presente comunicación tiene como finalidad solicitar ante usted la posibilidad de que valide las técnicas y el Instrumento basado en un cuestionario contentivo de 13 preguntas que contienen cinco (05) opciones cada una, el cuál será aplicado a la empresa asociación nacional de cultivadores agrícolas (ANCA), Acarigua Estado Portuguesa, aplicado a una muestra de cuarenta y cinco (45) personas conformado por el personal del área de recursos humanos y clientes de dicha área, el cual poseen características de exportación que representa la muestra de estudio, cuyo objetivo radica en Indagar el conocimiento del personal del área de recursos humanos y sus clientes sobre los portales de empleo, herramientas comunicacionales gerenciales y gestión de empleo, que tiene la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, para la captación del talento humano. Su valiosa opinión permitirá a la investigadora verificar si las preguntas planteadas guardan relación con el título, objetivos y variables planteados en la investigación.

Segura de contar con su experiencia como Experto en validar instrumentos, quedando de Ud.

Atentamente,

Lcda. Dayana del Valle Ramírez

Instrucciones:

Por favor, lea detenidamente cada uno de los enunciados y de respuesta de cada ítem.

Utilice este formato para indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con cada enunciado que se presenta, marcando con una equis (x) en el espacio correspondiente según la siguiente escala:

3.- Bueno

2.- Regular

1.- Deficiente

Si desea plantear alguna sugerencia para enriquecer el instrumento, utilice el espacio correspondiente a observaciones, ubicado al margen izquierdo del formato.

Instrumento para validar el Cuestionario y Técnicas Aplicadas en la Tesis

Criterios	Apreciación Cualitativa		
	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento y metodologías			
Claridad en la redacción de los ítems y explicación de las técnicas			
Pertinencia de las preguntas del cuestionario con los objetivos			
Relevancia del contenido			
Factibilidad de aplicación			
Observaciones:			

Nombre y Apellido: _____ C.I. _____

Profesión: _____

Títulos Obtenidos: _____

Instituto o Ente donde Trabaja: _____

Cargo que Desempeña: _____

Antigüedad en el cargo: _____

Resultado de Validación del Instrumento: _____

Fecha: 01/07/2015

Firma del Experto



ANEXO 2 Validación del Instrumento (Cuestionario) y Metodologías (Técnicas) Aplicadas en el Trabajo Investigativo N° 2

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

A continuación se presenta una serie de preguntas que contienen cinco (05) opciones relacionadas con el tema de investigación: **los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial para elevar la gestión de empleo caso: empresa asociación nacional de cultivadores agrícolas (ANCA), Acarigua Estado Portuguesa**, trabajo de grado presentado como uno de los requisitos para optar al título de magister en gerencia de la comunicación organizacional, línea de investigación: procesos tecnológicos de información y comunicación.

La información que suministre será utilizada a los únicos fines investigativos, garantizándose absoluta confiabilidad; por tanto, es indispensable la total sinceridad en sus respuestas.

Agradeciendo de antemano tu colaboración le saluda, atentamente,

La Investigadora

Instrucciones:

- Lea atentamente el enunciado de cada pregunta.
- Debe seleccionar una (01) sola opción de las categorías presentadas para cada pregunta.
- Para la selección de una opción por pregunta debe responder marcando con una "X".
- Responda acorde a su conocimiento, experiencia profesional, personal y habilidades sobre el tema en estudio.

Ítem N° 1. ¿Considera usted que actualmente se maneja una adecuada herramienta comunicacional para el proceso de captación de talentos en la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA)?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 2. ¿Considera usted que los usuarios (postulantes) tienen fácil acceso a la información necesaria en lo relacionado a una vacante de empleo o proceso de captación de talentos en ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 3. ¿Considera usted tener rápido acceso a la información actualizada de los postulantes en un proceso de captación de talentos, en ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 4. ¿Considera usted tener conocimientos básicos en el uso de los portales de empleo?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 5. ¿Considera usted importante que el captador de talento debe tener una herramienta comunicacional gerencial, que le permita una eficaz, eficiente y efectiva planificación para el adecuado desarrollo del proceso de captación de talentos de ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 6. ¿Considera usted importante el uso de los portales de empleo como herramienta gerencial y como medio de comunicación en el proceso de captación de talentos en ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 7. ¿Estaría usted de acuerdo en que se use los portales de empleo como herramienta comunicacional gerencial, para optimizar el proceso de captación de talentos en el área de recursos humanos de ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 8. ¿Considera usted hoy en día que las personas interesadas en participar en procesos de captación de talentos de las empresas, manejan de manera óptima los portales de empleos actuales?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 9. ¿Está usted de acuerdo en que las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación mejoran y facilitan la comunicación en el proceso de captación de talentos en el área de recursos humanos de ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 10. ¿Estaría usted de acuerdo en que las nuevas herramientas tecnológicas de información y comunicación optimizan el proceso de captación de talentos, permitiendo realizar con mayor precisión indicadores gerenciales al área de recursos humanos de ANCA?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 11. ¿Considera usted que las organizaciones grandes deben incorporar las nuevas herramientas tecnológicas de información y

comunicación como los portales de empleo para optimizar la calidad en el proceso de captación de talentos en el área de recursos humanos?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 12. ¿Considera usted que el área de recursos humanos de ANCA cuenta con herramientas comunicacionales gerenciales en el proceso de captación de talentos acorde a lo que demanda a las grandes organizaciones o la competencia laboral del siglo XXI?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

Ítem N° 13. ¿Considera usted que se maneja actualmente en el área de recursos humanos de ANCA, para el proceso de captación de talentos una herramienta comunicacional adecuada entre el captador y los postulantes (aspirantes, participantes, usuarios)?

Categoría	Muy De Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo	En Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
Marcar con X					

**UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL**

Ciudadano (a): Daniel Rojas

Reciba el saludo a nombre de la Lcda. Dayana del Valle Ramírez, participante de la _____ cohorte de la dirección de postgrado de la maestría en gerencia de la comunicación organizacional, de la Universidad José Antonio Páez, a la vez deseándole el mayor de los éxitos en sus funciones.

La presente comunicación tiene como finalidad solicitar ante usted la posibilidad de que valide las técnicas y el Instrumento basado en un cuestionario contentivo de 13 preguntas que contienen cinco (05) opciones cada una, el cuál será aplicado a la empresa asociación nacional de cultivadores agrícolas (ANCA), Acarigua Estado Portuguesa, aplicado a una muestra de cuarenta y cinco (45) personas conformado por el personal del área de recursos humanos y clientes de dicha área, el cual poseen características de exportación que representa la muestra de estudio, cuyo objetivo radica en Indagar el conocimiento del personal del área de recursos humanos y sus clientes sobre los portales de empleo, herramientas comunicacionales gerenciales y gestión de empleo, que tiene la empresa Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), ubicada en Acarigua Estado Portuguesa, para la captación del talento humano. Su valiosa opinión permitirá a la investigadora verificar si las preguntas planteadas guardan relación con el título, objetivos y variables planteados en la investigación.

Segura de contar con su experiencia como Experto en validar instrumentos, quedando de Ud.

Atentamente,

Lcda. Dayana del Valle Ramírez

Instrucciones:

Por favor, lea detenidamente cada uno de los enunciados y de respuesta de cada ítem.

Utilice este formato para indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con cada enunciado que se presenta, marcando con una equis (x) en el espacio correspondiente según la siguiente escala:

3.- Bueno

2.- Regular

1.- Deficiente

Si desea plantear alguna sugerencia para enriquecer el instrumento, utilice el espacio correspondiente a observaciones, ubicado al margen izquierdo del formato.

Instrumento para validar el Cuestionario y Técnicas Aplicadas en la Tesis

Criterios	Apreciación Cualitativa		
	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento y metodologías			
Claridad en la redacción de los ítems y explicación de las técnicas			
Pertinencia de las preguntas del cuestionario con los objetivos			
Relevancia del contenido			
Factibilidad de aplicación			
Observaciones:			

Nombre y Apellido: _____ C.I. _____

Profesión: _____

Títulos Obtenidos: _____

Instituto o Ente donde Trabaja: _____

Cargo que Desempeña: _____

Antigüedad en el cargo: _____

Resultado de Validación del Instrumento:

Fecha: 01/07/2015

Firma del Experto

ANEXO 3 Cálculo de la Confiabilidad Instrumento aplicado a la muestra

Matriz de Datos Alfa de Cronbach (Continua)

Sujeto/Items	item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	item 9	item 10	item 11	item 12	item 13	SUMA DE SUJETOS
Sujeto 1	1	1	1	2	4	3	3	2	2	3	3	1	1	27
Sujeto 2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	42
Sujeto 3	1	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	39
Sujeto 4	1	2	1	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	37
Sujeto 5	1	2	1	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	37
Sujeto 6	1	2	1	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	37
Sujeto 7	1	2	1	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	37
Sujeto 8	1	1	1	2	4	3	3	2	2	3	3	1	1	27
Sujeto 9	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	56
Sujeto 10	1	2	1	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	37
Sujeto 11	1	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	39
Sujeto 12	1	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	39
Sujeto 13	1	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	39
Sujeto 14	1	1	1	2	4	3	3	2	2	3	3	1	1	27
Sujeto 15	1	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	39
Sujeto 16	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	2	45
Sujeto 17	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	2	45
Sujeto 18	3	4	2	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	53
Sujeto 19	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	42
Sujeto 20	1	1	1	2	4	3	3	2	2	3	3	1	1	27
Sujeto 21	2	2	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	44
Sujeto 22	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	56
Sujeto 23	2	2	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	44
Sujeto 24	2	2	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	44
Sujeto 25	2	2	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	44
Sujeto 26	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	2	45
Sujeto 27	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	2	45
Sujeto 28	2	2	2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	44
Sujeto 29	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	48
Sujeto 30	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	2	45
Sujeto 31	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	48
Sujeto 32	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	48
Sujeto 33	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	42
Sujeto 34	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	42
Sujeto 35	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	48
Sujeto 36	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	42
Sujeto 37	3	4	2	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	53
Sujeto 38	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	56
Sujeto 39	3	4	2	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	53
Sujeto 40	3	4	2	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	53
Sujeto 41	2	2	2	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	48
Sujeto 42	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	56
Sujeto 43	3	4	2	4	5	5	5	5	5	4	5	3	3	53
Sujeto 44	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	56
Sujeto 45	1	1	1	2	4	3	3	2	2	3	3	1	1	27
SUMA DE ITEMS	85	105	80	175	205	185	185	175	185	180	190	100	105	1955
PROMEDIO	1,89	2,33	1,78	3,89	4,56	4,11	4,11	3,89	4,11	4,00	4,22	2,22	2,33	43,44

Cálculo de la Confiabilidad Instrumento aplicado a la muestra

Matriz de Datos Alfa de Cronbach (viene de la página anterior)

Cuadro 1	0,79	1,78	0,60	3,57	0,31	1,23	1,23	3,57	4,46	1,00	1,49	1,49	1,78	270,42
Cuadro 2	0,79	1,78	0,60	3,57	0,31	1,23	1,23	3,57	4,46	1,00	1,49	1,49	1,78	270,42
Cuadro 3	0,79	1,78	0,60	3,57	0,31	1,23	1,23	3,57	4,46	1,00	1,49	1,49	1,78	270,42
Cuadro 4	0,79	1,78	0,60	3,57	0,31	1,23	1,23	3,57	4,46	1,00	1,49	1,49	1,78	270,42
Cuadro 5	0,79	1,78	0,60	3,57	0,31	1,23	1,23	3,57	4,46	1,00	1,49	1,49	1,78	270,42
Cuadro 6	0,79	0,11	0,60	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	1,23	0,00	0,05	0,05	0,11	41,53
Cuadro 7	0,79	0,11	0,60	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	1,23	0,00	0,05	0,05	0,11	41,53
Cuadro 8	0,79	0,11	0,60	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	1,23	0,00	0,05	0,05	0,11	41,53
Cuadro 9	0,79	0,11	0,60	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	1,23	0,00	0,05	0,05	0,11	41,53
Cuadro 10	0,79	0,11	0,60	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	1,23	0,00	0,05	0,05	0,11	41,53
Cuadro 11	0,79	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	19,75
Cuadro 12	0,79	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	19,75
Cuadro 13	0,79	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	19,75
Cuadro 14	0,79	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	19,75
Cuadro 15	0,79	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	3,57	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	19,75
Cuadro 16	0,01	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	2,09
Cuadro 17	0,01	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	2,09
Cuadro 18	0,01	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	2,09
Cuadro 19	0,01	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	2,09
Cuadro 20	0,01	0,11	0,05	0,01	0,31	0,01	0,01	0,01	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	2,09
Cuadro 21	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	0,31
Cuadro 22	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	0,31
Cuadro 23	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	0,31
Cuadro 24	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	0,31
Cuadro 25	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,01	0,00	0,05	0,05	0,11	0,31
Cuadro 26	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,05	0,05	0,11	2,42
Cuadro 27	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,05	0,05	0,11	2,42
Cuadro 28	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,05	0,05	0,11	2,42
Cuadro 29	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,05	0,05	0,11	2,42
Cuadro 30	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,05	0,05	0,11	2,42
Cuadro 31	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	20,75
Cuadro 32	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	20,75
Cuadro 33	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	20,75
Cuadro 34	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	20,75
Cuadro 35	0,01	0,11	0,05	0,01	0,20	0,01	0,01	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	20,75
Cuadro 36	1,23	2,78	0,05	0,01	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	91,31
Cuadro 37	1,23	2,78	0,05	0,01	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	91,31
Cuadro 38	1,23	2,78	0,05	0,01	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	91,31
Cuadro 39	1,23	2,78	0,05	0,01	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	91,31
Cuadro 40	1,23	2,78	0,05	0,01	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	0,00	0,60	0,60	0,44	91,31
Cuadro 41	1,23	2,78	0,05	1,23	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	1,00	0,60	0,60	2,78	157,64
Cuadro 42	1,23	2,78	0,05	1,23	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	1,00	0,60	0,60	2,78	157,64
Cuadro 43	1,23	2,78	0,05	1,23	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	1,00	0,60	0,60	2,78	157,64
Cuadro 44	1,23	2,78	0,05	1,23	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	1,00	0,60	0,60	2,78	157,64
Cuadro 45	1,23	2,78	0,05	1,23	0,20	0,79	0,79	1,23	0,79	1,00	0,60	0,60	2,78	157,64

Continua

**Cálculo de la Confiabilidad
Instrumento aplicado a la muestra**

Matriz de Datos Alfa de Cronbach (viene de la página anterior)

Suma Cuadrantes	24,44	40,00	7,78	24,44	11,11	14,44	14,44	84,44	44,44	10,00	17,78	17,78	30,00	3.031,11	Suma de las Varianzas de los Items
VARIANZAS	0,54	0,89	0,17	0,54	0,25	0,32	0,32	1,88	0,99	0,22	0,40	0,40	0,67	67,36	7,58
														Varianza Total	

Fuente: Ramírez (2015)