



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**ESTRATEGIAS PARA LA CAPTACION DEL  
TALENTO HUMANO MEDIANTE LA TECNOLOGIA  
2.0 EN EL AREA DE RECURSOS HUMANOS EN LA  
EMPRESA CONSTRUCTORA A.R., C, A**

**Autor:** Don Alejandro Rincón

**C.I.V:** 26.306.925

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego  
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CARRERA RELACIONES INDUSTRIALES

**ESTRATEGIAS PARA LA CAPTACION DEL TALENTO HUMANO  
MEDIANTE LA TECNOLOGIA 2.0 EN EL AREA DE RECURSOS  
HUMANOS EN LA EMPRESA CONSTRUCTORA A.R., C, A**

Trabajo de Grado para optar al Título de  
Licenciada en Relaciones Industriales

**Autor:** Don Alejandro Rincón

Tutor (a): Maruja Molina

San Diego, junio del 2020



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CARRERA RELACIONES INDUSTRIALES**

San Diego, junio, 2020

**ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Quien suscribe, **MARUJA MOLINA**, portador(a) de la cédula de identidad N° , en mi carácter de tutor del trabajo de grado presentado por (el) ciudadano(a) **DON ALEJANDRO RINCON** portador(as) de la cédula de identidad N° **26.306.925** titulado; **”ESTRATEGIAS PARA LA CAPTACION DEL TALENTO HUMANO MEDIANTE LA TECNOLOGIA 2.0 EN EL AREA DE RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA CONSTRUCTORA A.R., C, A.**; presentado como requisito parcial para optar al título de Licenciados en Relaciones Industriales , considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En San Diego, a los veinte y cinco días del mes de junio del dos mil veinte.

**(Firma)**

**Lcda. Maruja Molina**

**C.I.V:**

**UNIVERSIDAD JOSE ANTONIO PAEZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**COORDINACION DE PASANTIAS Y TRABAJO DE GRADO**

**ACTA N°00056-1-2020**

San Diego, 18 de Junio del 2020

Ciudadano

**DON ALEJANDRO RINCÓN**

**C.I. 26.306.925**

Cumplo con informarle que la Comisión de Trabajo de Grado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad José Antonio Páez, acordó aprobar el Proyecto de Trabajo de Grado, presentado por usted titulado **“ESTRATEGIAS PARA LA CAPTACION DEL TALENTO HUMANO MEDIANTE LA TECNOLOGIA 2.0 EN EL AREA DE RECURSOS HUMANOS EN LA EMPRESA CONSTRUCTORA A.R., C, A”**; como requisito para optar al título de Licenciado en Relaciones Industriales.

Sin otro particular, se suscribe de usted

Atentamente.

**PLAN UNIVERSIDAD EN CASA**

**Dra. Patricia Díaz**

**Decana de la Facultad de Ciencias Sociales**

**“Se Aprueba Proyecto (Anexo L) sin revisión Metodológica.” “Una vez que cese el Plan Universidad en Casa, se firmará y sellará.”**

**ÍNDICE GENERAL**

CONTENIDO		Pág.
INTRODUCCIÓN .....		<b>1</b>
CAPITULO		3
<b>I</b>	EL PROBLEMA .....	<b>3</b>
	1.1. Planteamiento del problema. ....	<b>3</b>
	1.2. Objetivos. ....	<b>5</b>
	1.3 Justificación. ....	<b>6</b>
<b>II</b>	MARCO TEORICO .....	<b>8</b>
	2.1. Antecedentes. ....	<b>8</b>
	2.2. Bases teóricas. ....	<b>10</b>
	2.3. Definición de términos básicos. ....	<b>13</b>
<b>III</b>	MARCO METODOLOGICO .....	<b>15</b>
	3.1. Tipo de investigación. ....	<b>15</b>
	3.2. Diseño y Modalidad. ....	<b>15</b>
	3.3. Fases de investigación. ....	<b>15</b>
<b>IV</b>	RESULTADOS .....	<b>18</b>
	4.1. Fase I. ....	<b>18</b>
	4.2. Fase II. ....	<b>28</b>
<b>V</b>	LA PROPUESTA .....	<b>30</b>
	5.1. Descripción de la Propuesta. ....	<b>30</b>
	5.2. Objetivos de la Propuesta. ....	<b>31</b>
	5.3. Justificación de la Propuesta. ....	<b>31</b>
	5.4. Desarrollo de la propuesta .....	<b>32</b>

5.5. Factibilidad de la Propuesta.....	<b>36</b>
5.5.1. Factibilidad Técnica.....	<b>36</b>
5.5.2. Factibilidad Operativa.....	<b>37</b>
5.5.3. Factibilidad Económica.....	<b>37</b>
CONCLUSIONES .....	<b>38</b>
RECOMENDACIONES .....	<b>39</b>
REFERENCIAS .....	<b>41</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro Nro. 1:</b> Requisición del personal .....	<b>18</b>
<b>Cuadro Nro. 2:</b> Se planifican .....	<b>19</b>
<b>Cuadro Nro. 3:</b> Nuevas Tecnologías .....	<b>20</b>
<b>Cuadro Nro. 4:</b> Redes Sociales .....	<b>21</b>
<b>Cuadro Nro. 5:</b> Empresa .....	<b>22</b>
<b>Cuadro Nro. 6:</b> Servicio Premium .....	<b>23</b>
<b>Cuadro Nro. 7:</b> Facebook, Twitter, Linkend .....	<b>24</b>
<b>Cuadro Nro. 8:</b> Analizar nuevos métodos .....	<b>25</b>
<b>Cuadro Nro. 9:</b> Aportar buenos resultados .....	<b>26</b>
<b>Cuadro Nro. 10:</b> Uso de Redes Sociales .....	<b>27</b>

## ÍNDICE DE GRAFICOS

<b>Grafico Nro. 1:</b> Planificar la Captación del Talento Humano.....	<b>18</b>
<b>Grafico Nro. 2:</b> Proceso de captación de personal en función de las necesidades futuras de personal	<b>19</b>
<b>Grafico Nro. 3:</b> Atraer nuevos Talentos .....	<b>20</b>
<b>Grafico Nro. 4:</b> Reclutar y Seleccionar .....	<b>21</b>
<b>Grafico Nro. 5:</b> Presencia de Redes Sociales.....	<b>22</b>
<b>Grafico Nro. 6:</b> Atracción o captación de talento en redes sociales.....	<b>23</b>
<b>Grafico Nro. 7:</b> Reclutar futuros candidatos .....	<b>24</b>
<b>Grafico Nro. 8:</b> Procesos de RRHH .....	<b>25</b>
<b>Grafico Nro. 9:</b> Reclutamiento de la organización .....	<b>26</b>
<b>Grafico Nro. 10:</b> Proceso de Selección .....	<b>27</b>



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CARRERA RELACIONES INDUSTRIALES  
**ESTRATEGIA PARA LA CAPTACION DEL  
TALENTO HUMANO A TRAVES DE LA  
TECNOLOGIA 2.0 EN EL AREA DE RECURSOS  
HUMANOS PARA LA EMPRESA CONSTRUCTORA  
A.R., C, A**

**Autor:** Don Alejandro  
Rincón

**Tutora:** Maruja Molina

**Fecha:** Junio, 2020.

### **RESUMEN INFORMATIVO**

El presente trabajo tuvo como objetivo principal proponer estrategias para la captación del talento humano a través de la tecnología 2.0, en el área de recursos humanos para la empresa constructora A.R., C.A, La empresa objeto de estudio no se escapa de nuevas tendencias debido a que el departamento de Recursos Humanos se ha observado la ausencia de estrategias o herramientas idóneas que permitan captar el talento humano lo cual ha traído como consecuencia un alto costo en los egresos por concepto de reclutamiento y selección de personal así como pérdida de tiempo y retrabajo al momento de captar un recurso humano. El tipo de investigación en el cual se apoyó el estudio fue descriptivo bajo diseño de campo y con una modalidad de proyecto factible. Se utilizó la encuesta como técnica a través del instrumento el cuestionario. La población estuvo conformada por veinte y cinco (25) personas que laboran en un departamento específico de la empresa. Asimismo, el procedimiento de muestreo que se utilizó fue el no probabilístico intencional debido a que la selección de los sujetos es realizada de manera directa por el investigador. El autor concluye, que el reclutamiento 2.0 no es solo difundir ofertas de empleo en la red, o utilizar las redes sociales para filtrar candidatos, sino que es una nueva forma de comunicación entre empresa y candidato, haciendo posible la atracción de talento hacia la empresa y mejorar la marca de la organización. Para ello, se recomienda que la organización debe utilizar nuevos medios para la ejecución del reclutamiento externo de personal, que disminuyan los costos en cuanto a la provisión de personas, como lo vienen haciendo la mayoría de las empresas líderes del mercado, mediante el uso de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn.

**Descriptor:** Estrategias, Captación del talento humano, Tecnologías o herramientas 2.0, recursos humanos, reclutamiento y selección de personal.

## INTRODUCCION

El siglo XXI ha traído consigo numerosas transformaciones en las empresas y su entorno. Nuevos retos productivos y de comercialización, todos ellos impulsados por su materia prima más valiosa, el capital humano. De allí, que las organizaciones se sustentan en sus equipos de trabajo, formados por hombres y mujeres los cuales con sus conocimientos y cualidades empiezan a ser valorados no como maquinas, sino como la parte esencial de la empresa. En el mundo empresarial, desde hace unos años, empieza a verse una nueva tendencia hacia la gestión de los recursos humanos, ya que en esta nueva era, la diferenciación entre las empresas ya no se encuentra en su maquinaria o posición geográfica, sino en el talento de los componentes de sus plantillas aquellas personas que captan los cuales formaran parte de la organización.

Además, las personas son el principal activo y ventaja competitiva de una organización, y se ha introducido el término “capital humano”. En tal sentido, al encontrarse ante la sociedad del conocimiento surge la necesidad de contar con los medios adecuados para proveer a las organizaciones del personal capaz de afrontar los retos actuales y futuros de la sociedad con la aparición de herramientas 2.0 que facilitan al talento humano la búsqueda de alternativas para gestionar los procedimientos administrativos involucrados en la gerencia del recurso humano. Tal es el caso de la captación del talento humano o conocido también como el reclutamiento.

En consecuencia, las herramientas 2.0 han pasado a ser parte fundamental de la función de atracción y retención de talento de estos departamentos. Las empresas ya no publican sus ofertas de empleo en prensa, sino que, además, de recurrir a su web corporativa, se encargan de que la misma tenga difusión a través de portales de empleo o redes sociales.

En la misma forma, se trata de atraer talento y a través de la Web 2.0 se pueden alcanzar a candidatos de cualquier parte del mundo. De manera, que ya no hay

distancias ni obstáculos que se interpongan en la meta de reclutar candidatos de calidad entre los que seleccionar al más idóneo, que no solo será aquel que tenga más conocimientos, sino aquel que goce de aquellas competencias o habilidades que lo hagan único. Ahora bien, el presente estudio, se encuentra estructurado de la siguiente manera:

**Capítulo I:** el problema donde se incluye planteamiento del problema, formulación del mismo, también su objetivo general y específicos con su respectiva justificación.

**Capítulo II:** el Marco teórico, en el cual se destacan antecedentes de la investigación, las bases teóricas, bases legales y la definición de términos básicos.

**Capítulo III:** el Marco metodológico que presenta el tipo de investigación, el diseño y las fases metodológicas.

**Capítulo IV:** llamado análisis e interpretación de los Resultados de la Investigación que muestra los datos obtenidos tabulados y graficados.

**Capítulo V:** presenta la propuesta la cual está formada por una descripción, objetivos, justificación y desarrollo de la misma. Para finalizar se encuentran las referencias.

## CAPÍTULO I

## **EL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

Escoger entre los candidatos al más adecuado para ocupar un cargo existente en la organización, en busca de mantener o aumentar la eficiencia y el desempeño del personal, así como la eficacia, depende de una minuciosa evaluación, que desde el punto de vista general, comprende un grupo de procesos, tales como el análisis de puesto, comparación, estudio, valoración de características, aptitudes, cualidades y talentos. En este orden, Chiavenato (2002), enmarca este grupo de procesos, dentro de la selección, definiéndola como, “una actividad de comparación o confrontación, de elección, opción y decisión, de filtro de entrada, clasificación y por consiguiente restrictiva”. (P.238). En tal sentido, esta actividad que desde los inicios de la era industrial ha sido significativa y objeto de estudio por su alto valor e importancia, aún más que la producción eficiente y barata, la cual se puede conseguir dada una estructura organizacional y capacidades humanas aptas y capaces.

Ahora bien, para las organizaciones y empresas se ha convertido en una de sus principales prioridades, contar con talento humano altamente calificado y competitivo, por lo que se obligan a planear y ejecutar estrategias claras y seguras de captación y movilización interna que contribuyan a ubicar el talento adecuado para los cargos adecuados, en relación, Escorche, (2010) señala que:

Todas las organizaciones tienen como objetivos y metas específicas que deben alcanzar, mediante la combinación de recursos financieros, materiales, tecnológicos y humanos, pero agrega que no cabe duda que, el recurso humano constituye el factor prioritario, ya que proporciona el conocimiento y la energía necesaria para lograr la funcionalidad de los otros recursos y por ende las metas y objetivos previstos. (p. 137).

De aquí, la necesidad de implantar nuevos métodos y sistemas de atracción que conlleven a mejorar los procesos de captación, teniendo en cuenta que la base de estas

son las personas, independientemente de que sea una empresa muy grande o pequeña, necesitará contratar a los mejores. Por lo expresado previamente, es innegable que para una organización el proceso de captación y atracción de personal carezca de importancia, para su eficiencia, eficacia y efectividad, por tal motivo, en Latinoamérica las organizaciones constantemente recurren a la inserción de cambios en los procesos, funciones, roles, departamentos, entre otros; con el fin de alcanzar un conjunto de objetivos, modificar o renovar los existentes.

Debido a que el mundo se encuentra inmerso en constantes cambios y caóticos crecimientos, es por esto que toda organización para lograr obtener la mano de obra calificada y adecuada al buen desenvolvimiento de las labores, es necesario implementar nuevas técnicas de captación de personal. Ahora bien, en Venezuela los procesos para captar los mejores talentos, se han convertido en un factor de competencia entre las organizaciones con el fin de permanecer en el mercado laboral obteniendo un buen personal. Hoy en día las empresas se ajustan al método tecnológico, trascienden oportunidades de empleo a través de las distintas páginas web (portal de empleo), permitiendo a la organización una búsqueda rápida y simple, entre cierta cantidad de personas, con la oportunidad de seleccionar a los más adecuado.

Por lo tanto, en la era de la información, en el mundo globalizado en el que se vive con una inmensa competitividad y las importantes fluctuaciones económicas, ha llegado el momento de la gestión del talento humano, el momento en que las organizaciones deben intentar atraer y retener talento y conocimiento mediante la evolución del talento humano a través de métodos tecnológicos. Al respecto, Dolan y Valle (2003) mencionan que “el objetivo principal de atraer candidatos potencialmente cualificados y esto, en la actualidad se consigue principalmente a través de la tecnología 2.0.” (p.358). De modo, que se vive en la era de la empresa 2.0 en la que éstas buscan, a través de las herramientas que les ofrece la web social 2.0, atraer el capital que marcará la diferencia es su organización, el capital humano.

La empresa objeto de estudio Constructora A.R., C.A no se escapa de nuevas tendencias debido a que el departamento de Recursos Humanos se ha observado la

ausencia de estrategias o herramientas idóneas que permitan captar el talento humano lo cual ha traído como consecuencia un alto costo en los egresos por concepto de reclutamiento y selección de personal, así como pérdida de tiempo y re trabajo al momento de captar un recurso humano.

Asimismo, se presenta la necesidad de captar una gran cantidad de candidatos en diferentes áreas o departamento de la empresa por lo cual cubrir esas vacantes requiere de implementar herramientas nuevas e innovadoras que permitan a la misma aumentar la eficiencia y eficacia de la gestión del talento humano a través de la captación de personas calificadas y capacitadas de acuerdo a los requerimientos de la organización. Por ello, la empresa Constructora A.R., C.A se encuentra interesada en mejorar la gestión del departamento de recursos humanos en aras de captar, atraer, mantener personal calificado, efectivo y con alto porcentaje de rendimiento para la misma.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿Se podría mejorar el proceso de captación de talento humano en la empresa constructora A.R. C. A a través de la tecnología 2.0?

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1 Objetivo General**

Proponer estrategias para la captación del talento humano a través de la tecnología 2.0, en el área de recursos humanos para la empresa constructora A.R., C.A

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual con relación al proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A. a través de la aplicación de instrumentos de recolección de datos.

- Identificar las fortalezas y debilidades del proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A mediante una matriz DOFA.
- Elaborar las estrategias que mejoraran el proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A, a través del uso de la tecnología 2.0.

### **1.3 Justificación de la Investigación**

Al igual que en todos los aspectos de la vida cotidiana, las nuevas tecnologías e Internet han supuesto una revolución en los departamentos de Recursos Humanos y como no podía ser de otra manera, en los procesos de captación de personal. En este momento, las prácticas tradicionales de reclutamiento ya no resultan eficientes en el nuevo escenario de conectividad y conexiones; las empresas necesitan estar presentes en redes sociales y construir su imagen de marca, reclutando potenciales candidatos y para ello, es necesario aplicar herramientas tecnológicas.

De allí, que para dar respuesta a ciertos cambios que surgen en las organizaciones, con respecto a la captación, es analizando las nuevas estrategias que se vienen implementando a nivel general para mejorar los procesos de selección y reclutamiento de personal, evaluando el nivel de impacto que esta pueda tener dentro del departamento de recursos humanos, como en otras áreas de las organizaciones. Debe mencionarse, que la presente investigación se justifica debido a que constantemente se deben incorporar personas a las organizaciones, las cuales pasan agregar nuevos valores activos, por ello, en la búsqueda de la mejora continua del capital humano, se debe hacer hincapié en buscar en ellos eficacia, habilidades y competencias que le permitan a las empresas realizar su misión y alcanzar sus objetivos globales.

Al mismo tiempo, la importancia de este estudio se fundamenta como una contribución al investigador, en cuanto a su formación académica y profesional como futuro Licenciados en Relaciones Industriales, ya que representa una guía para investigadores del área de Recursos Humanos y carreras afines, se deja abierta la posibilidad a que otros investigadores interesados en el tema puedan tomarlo como antecedente teórico en futuras investigaciones. Entre los posibles beneficios para la empresa a través de la investigación se encuentran que permitirá evaluar si las estrategias o herramientas de tecnologías 2.0 en la captación de talento humano será efectiva y beneficiosa, además de ver el impacto que tiene este en el personal de recursos humanos para realizar los trabajos, descartando ciertas características que pueden influir durante las fases para la selección del mejor candidato y así, mejorar la calidad en los procesos y mantener la organización en los mayores estándares ligados a cambios que ocurren constantemente en el mercado laboral.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEORICO**

## **2.1 Antecedentes de la Investigación**

Fernández, (2018), presento un trabajo de grado titulado **“Prácticas de Reclutamiento 2.0 aplicadas por consultores de RRHH versus empresas del sector Farmacias en Caracas.”** Universidad Católica Andrés Bello, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Escuela de Ciencias Sociales. (UCAB). Cuyo objetivo fundamental es analizar las prácticas de reclutamiento 2.0 que está aplicando consultores versus empresas del sector farmacias a fin de identificarlas, describirlas, compararlas y explicar las diferencias entre las mismas. La web 2.0 es una herramienta poderosa y novedosa que presta un apoyo fundamental a los procesos de reclutamiento y selección. Metodológicamente dicha investigación se clasifico como descriptiva. El instrumento utilizado para recolectar la información será un cuestionario.

Esta investigación pretende ser de gran importancia porque permitirá conocer a fondo cuales son las practicas que se están implementado por una muestra seleccionada de empresas consultoras de recursos humanos en materia de reclutamiento 2.0 versus una muestra de empresas del sector farmacéutico comparándolas posteriormente con métodos de reclutamiento tradicionales.

Bringas, (2018), realizo un trabajo especial de grado titulado **“Herramientas 2.0 en los procesos de reclutamiento”**. Universidad de Cantabria. Facultad de Derecho. Sevilla España. Con el presente trabajo se intenta proporcionar una visión de esta evolución que han supuesto las herramientas 2.0 en los departamentos de Recursos Humanos de las organizaciones, centrándonos principalmente en la función de reclutamiento que llevan a cabo los mismos y que, a día de hoy, es fundamentalmente un reclutamiento 2.0 o social, en la que las redes sociales tienen un papel fundamental. En primer lugar, se pretende, a través de datos objetivos obtenidos de distintos estudios, reflejar la relevancia de la cuestión, no solo desde el punto de vista de la organización y los reclutadores, que es en quien centraremos gran parte de nuestros esfuerzos, sino también desde el punto de vista de los candidatos.

Se ubica en una investigación de tipo documental para ello se sustentó en un informe Infoempleo – Adecco sobre Redes Sociales y Mercado de Trabajo en España (2016). Una de las principales conclusiones que extraemos de todo lo mencionado anteriormente es la importancia del capital humano en las organizaciones. Es este capital el que aporta un valor añadido a las mismas y las diferencias de sus competidoras. No hay dos talentos iguales porque no hay dos personas iguales. Este cambio de mentalidad en cuanto a los empleados, junto a la aparición de las tecnologías 2.0 es lo que ha desembocado en la nueva concepción del departamento de recursos humanos.

Romero, (2018), realizó un trabajo titulado como **“Nuevas Tendencias en el Proceso de Reclutamiento y Selección de Personal”**. Universidad Miguel Hernández de Elche Orihuela. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. España. La apuesta de las empresas por la reconversión y renovación de los departamentos de Recursos Humanos, la captación, atracción y retención de talento, y la llegada de la tecnología 2.0 han supuesto un avance muy importante para los reclutadores y seleccionadores del siglo XXI. El presente trabajo pretende dar a conocer las nuevas tendencias en reclutamiento y selección de personal que las empresas están llevando a cabo en la actualidad para conseguir el éxito en el mercado actual. Tanto el reclutamiento interno como el externo, los diferentes tipos de entrevistas utilizadas por los seleccionadores y las nuevas tendencias en reclutamiento web como las redes sociales, han propiciado un acercamiento y una mayor comunicación entre los candidatos y las empresas, motivo por el cual las organizaciones no desaprovecharan este momento para conseguir el tan ansiado y preciado talento para formar parte de sus equipos de trabajo.

Rodríguez y Yáñez (2017), realizaron un trabajo especial de grado titulado **“Captación de Talento en el área de Movilidad/Selección de una empresa Manufacturera ubicada en el Municipio Valencia del Estado Carabobo”**. Universidad de Carabobo. (UC). La presente investigación estuvo orientada a Analizar la captación de talento en el área de movilidad/selección de una empresa manufacturera ubicada en

Valencia Estado Carabobo. La misma estuvo enmarcada en un estudio descriptivo de campo cuya población objeto de estudio estuvo conformada por treinta y cuatro (34) personas del departamento del área de movilidad/selección y los coordinadores y/o gerentes de las distintas áreas.

Se aplicó un instrumento que consistía en un cuestionario tipo Kuder-Richardson, el cual fue validado por el juicio de tres (3) expertos, su confiabilidad se evaluó a través del coeficiente K20 dando como resultado una alta confiabilidad, luego de tabular los resultados de la misma se realizó la interpretación y análisis, en donde los resultados arrojaron como conclusión, que la captación de talento dentro del área de movilidad/selección ayuda a mejorar los procesos de selección, arrojando un alto porcentaje de confiabilidad y validez al momento de la obtención de la mano de obra calificada, de igual manera le permite a la organización mantenerse al nivel de los cambios de la globalización para poder seguir siendo las mejores. Sin embargo, se encontraron incongruencia en cuanto a lo expresado por la población consultada; por lo que se señalaron una serie de recomendaciones tendientes a mejorar la captación de talento dentro de los procesos de selección.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1 Captación del Talento Humano**

Según Chiavenato (2007) menciona la define: “como el conjunto de actividades y procesos que se realizan para conseguir un número suficiente de candidatos potencialmente calificados; de tal manera que la organización pueda seleccionar a aquellos más adecuados para cubrir sus necesidades de trabajo” (p.456). En tal sentido, Captar no significa la selección directa del trabajador, como por ejemplo "se pueden captar cincuenta aspirantes, pero sólo se seleccionará uno.

Del mismo modo, que el recurso humano en las organizaciones ha incrementado su importancia, de allí la creación de diferentes técnicas, estrategias y procedimiento para su captación, no es más que la búsqueda constante de personas altamente calificadas. Al respecto el diccionario Larousse (2007), define la captación como la

“Atracción y logro de la atención, la voluntad, el afecto o el sentimiento de una persona”. (p.111). En este sentido, esta definición involucra no solo la atención sino la voluntad y el afecto, que es lo que se busca en una persona hacia la organización, pues de allí emanara todo el desarrollo de su talento, convirtiéndose esta capacidad en parte indivisible de la captación dentro de una organización.

### **2.2.2 Técnicas de Captación**

La captación requiere de técnicas para localizar el mayor número posibles de candidatos, así como también se debe tomar en cuenta las distintas fuentes, para captar al personal más adecuado. Las fuentes de captación son según Riesgo (2010) “los sitios donde se puede encontrar los aspirantes que van a convertirse en oferta de trabajo”. (p.53). Estas fuentes pueden ser:

- Internas; cuando se concreta a la búsqueda de la persona adecuada dentro de la organización
- Externas: cuando se concreta la búsqueda de la persona adecuada fuera de la organización.

### **2.2.3 Herramientas o Tecnología 2.0**

Dolan y Valle (2003) mencionan que en: “los nuevos procesos de captación 2.0 son diversas las herramientas que podemos emplear para llevar a cabo los mismos. Éstas van desde portales de empleo hasta redes sociales, pasando por video-Curriculum o distintas aplicaciones.” (p.487). De la misma forma, entre las más importantes de estas herramientas 2.0 se tiene webs corporativas, portales de empleo y redes sociales, ya que son tanto a nivel de profesionales como de candidatos, las más utilizadas y las que mejor representan la idea de reclutamiento 2.0.

### **2.2.4 Web Corporativas**

Llopis, González y Gascó (2009) señalan que “cada compañía suele tener una website que contiene al menos una breve descripción de sus operaciones y su referencia de productos”. (p.98). Sin embargo, rápidamente esta situación evolucionó pasando a

ser portales donde sus visitantes obtienen información dinámica de la compañía, sus servicios y productos, se expresan los valores y cultura de la organización y además se convierte en un espacio donde se puede interactuar, compartir y comunicar contenidos (Galindo, 2013). Y como no podía ser de otra manera, las organizaciones usan estas websites como medio para atraer talento.

### **2.2.5 Portales de Empleo**

Los portales de empleo (jobsites) se consideran como el lugar donde converge la oferta y la demanda de empleo a través de la publicación de ofertas de distintas empresas u organizaciones, facilitando a los candidatos el acceso a las mismas. Los portales de empleo han sabido implementar su utilidad y su valor. Ya no se dedican solamente a publicar ofertas de empleo, sino que, además, se han convertido en fuente de noticias relacionadas con el empleo, información de empresas, asesoramiento sobre aspectos relativos al empleo y los procesos de selección. Sin olvidarnos de su proceso de “socialización”. Y es que cada vez se parecen más a las redes sociales y en la mayoría se puede crear una red de contactos.

Al respecto, Bringas (2018), menciona que: “estos portales de empleo pueden ser generalistas, en los cuales podemos encontrar ofertas de empleo de cualquier sector de actividad o especializados en determinados perfiles o sectores de actividad como es el caso de Tecno empleo.” (p.25).

### **2.2.6 Redes Sociales**

Rojas (2010) la define de la siguiente manera: “es la ventana que nos permite mirar dentro sin molestar”. (p.89). De manera, que las redes sociales son, tal y como hemos mencionado anteriormente, el máximo exponente de lo que significa el reclutamiento 2.0, es el lugar preferido para crear y compartir contenidos, crear una red de contactos y construir una reputación digital. Por su lado, Carazo (2010) explica que: “las redes

sociales en el proceso de reclutamiento no solo nos estamos refiriendo a las redes sociales profesionales como son LinkedIn o Xing, sino también a las personales, las cuales son el complemento perfecto a otras fuentes de reclutamiento”. (p.235). Es tal la importancia de estas a la hora de reclutar que los directivos o gerentes que no estuviesen en la red estaban obsoletos.

### **2.3 Definición de Términos Básicos**

**Constructora:** Las empresas constructoras son unidades de producción, que básicamente están integradas por el capital y el trabajo, y cuyas actividades están centradas en ofrecer un servicio en pro del bien común. (Pérez, 2014).

**Gestión de Recurso Humano:** es el conjunto de decisiones integradas sobre las relaciones de empleo que influyen en la eficacia del capital humano y las organizaciones, al dirigir la administración de sus integrantes determinándoles como piezas claves con destrezas profesionales. (Chiavenato, 2002).

**Jobsites:** Son páginas web a través de las cuales las organizaciones publican ofertas de empleo. (Carazo, 2010).

**LinkedIn:** Es la red profesional por excelencia tanto para reclutadores como para candidatos. La mayoría de las empresas españolas usan esta red social para llevar a cabo sus procesos de selección y reclutamiento. (Gimeno, 2014).

**Nuevas tendencias de reclutamiento y selección de personal:** Hay que destacar dentro de las nuevas tendencias en reclutamiento y selección de personal como las organizaciones están innovando en sus técnicas y tácticas para poder captar al mejor talento para que forme parte de su empresa. Las organizaciones y las empresas se encuentran en el momento actual ante la presión de tener que buscar a los candidatos más cualificados para los puestos vacantes, por ello los departamentos de reclutamiento y selección se encuentran en periodo de cambio, donde el marketing y las redes sociales son claves fundamentales. (Dolan y del Valle, 2003).

**Reclutamiento:** proceso a través del cual la empresa intenta conseguir el mayor número de candidatos posibles para ocupar una vacante. (Ángel Solanez.2007).

**Reclutamiento 2.0:** es la evolución del modelo de reclutamiento tradicional en el cual las empresas y organizaciones divulgaban al mercado de los Recursos Humanos las necesidades de talento y puestos de trabajo a cubrir, pero adaptado a las nuevas tecnologías (Gimeno, 2014).

**Selección:** es un proceso dinámico, cuyo objetivo es encontrar la persona adecuada para cubrir un puesto de trabajo en una organización determinada. (Fernando Arias, 2000).

**Software:** Se conoce como software al soporte lógico de un sistema informático, que comprende el conjunto de los componentes lógicos necesarios que hacen posible la realización de tareas específicas, en contraposición a los componentes físicos que son llamados hardware. (Dolan y del Valle, 2003).

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLOGICO

#### 3.1 Tipo, Diseño y Modalidad de la Investigación

El tipo de investigación en el cual se apoya el estudio es descriptivo. Delgado y Combo (2003) afirman que la investigación descriptiva. “estudia, interpreta y refiere que es un campo de estudio amplísimo; utiliza relaciones, correlaciones estructuras, variables independientes y dependientes.” (p.98). Este tipo de investigación hace uso de todos los pasos científicos para la obtención de datos, desde el ordenamiento, tabulación, interpretación y evaluación de los mismos.

En relación al diseño se ubica en una investigación de campo. En tal sentido Arias (2006), señala: “la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna.”(p.48). En cuanto, a la modalidad es un proyecto factible debido a que permitirá darle una solución viable a la problemática existente, Balestrini (2006), define el proyecto factible como “un modelo operativo, de una unidad de acción, orientados a proporcionar respuestas o soluciones a problemas planteados en una determinada realidad organizacional, social, económica, entre otros”. (p.95).

### **3.2. Fases Metodológicas**

#### **3.2.1 Diagnosticó de la situación actual con relación al proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A. a través de la aplicación de instrumentos de recolección de datos**

Es importante mencionar, que en esta fase se realiza por medio de las técnicas e instrumentos que permiten recolectar información. Al respecto, Arias (2006), indica que: “la técnica de recolección de datos es el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (p.67). A su vez, el instrumento de recolección de información, de acuerdo a Palella y Martins (2012), “es cualquier recurso del cual pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información”. (p.113).

De manera, que en el presente estudio se utiliza la encuesta como técnica, Arias (2006), define la encuesta “como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismo, o en relación con un tema

en particular”. (p.96). Por lo tanto, la encuesta se realizará a través del instrumento el cuestionario, que, según Tamayo y Tamayo (2004) lo define como “un instrumento de investigación que se aplica a un grupo de individuos, con la finalidad de obtener informaciones internas y colectivas que sirvan de base a la investigación, ajustándose así, a una disciplina en particular”. (p.122). Debe indicarse, que dicho cuestionario será aplicado a los trabajadores de la empresa objeto de estudio.

En la misma forma, para llevar a cabo esta fase se determinó la población y muestra. De manera, que la población o universo está constituida por el conjunto de individuos que pueden ser de utilidad para obtener información respecto a la investigación. De acuerdo, con Balestrini (2006), la población “puede estar referida a cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación”. (p.137). Por lo tanto, en este estudio la población estará conformada por veinte y cinco (25) personas que laboran en un departamento específico de la empresa.

Asimismo, el procedimiento de muestreo que se utilizará es el no probabilístico intencional debido a que la selección de los sujetos es realizada de manera directa por el investigador. Es por ello, que la muestra no probabilística es definida por Hernández, Fernández y Baptista (2003) como “también llamadas muestras dirigidas que suponen un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario. Aun así se utiliza en muchas investigaciones y a partir de ellas se hacen inferencias sobre la población”. (p.144). Debido a que la población en este proyecto contemplará un número relativamente pequeño de elementos, se utilizará el cien por cien de la misma para la muestra.

### **3.2.2 Identificación de las fortalezas y debilidades del proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A mediante una matriz DOFA.**

En esta fase, se realizará la identificación de las debilidades y fortalezas del proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A, ya que, si se logra obtener el diagnóstico real del área en estudio, se podría atacar las debilidades y amenazas, así como también se podrían fortalecer las oportunidades encontradas. Esta herramienta a utilizar permitiría hacer la evaluación de los procedimientos a proponer, para ello los resultados se expondrán en una matriz DOFA, el cual es un instrumento donde se analizan los factores internos y por tanto controlables de la empresa y los factores externos, considerados no controlables, por lo tanto, que la matriz DOFA se puede definir como el enfrentamiento de factores internos y externos, con el propósito de generar estrategias alternativas.

### **3.2.3 Elaborar las estrategias que mejoraran el proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A, a través del uso de la tecnología 2.0.**

En esta parte se describe la propuesta mediante las estrategias o actividades donde surgirán posibles acciones que podrán servir de soporte para el mejoramiento del proceso de captación y por ende la gestión del departamento de recursos humanos. La propuesta estará estructurada por: Descripción de la misma, objetivos, justificación y desarrollo de la misma.

## **CAPÍTULO IV**

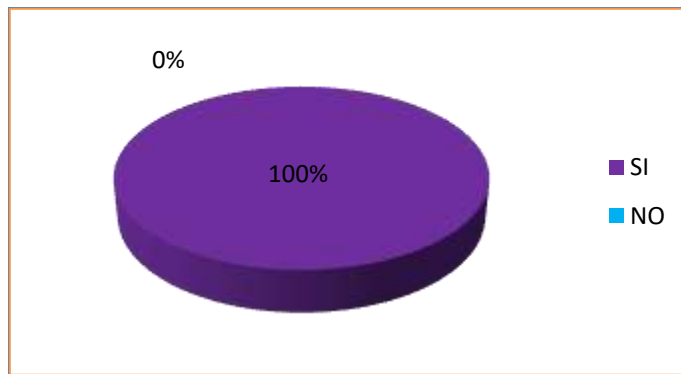
### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

#### **4.1 Resultado de Fase I. Diagnosticó de la situación actual con relación al proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A. a través de la aplicación de instrumentos de recolección de datos**

**1. ¿Se toma en cuenta la requisición de personal en función de planificar la captación del talento humano?**

**Cuadro N°1. Requisición de Personal**

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
25	SI	25	100%
	NO	0	0%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



**Gráfico 1. Planificar la Captación del Talento Humano**  
Fuente: Rincón (2020).

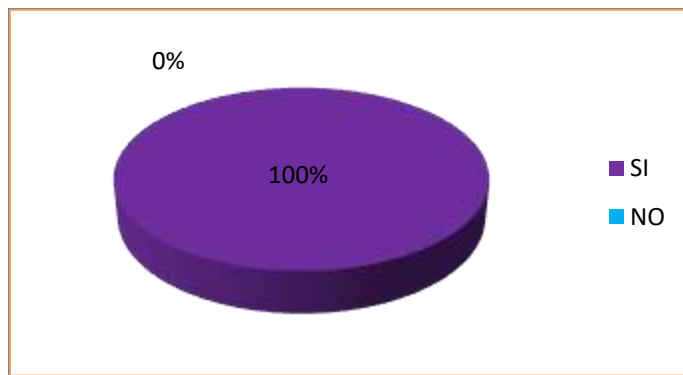
**Interpretación:** En su mayoría los informantes clave en un 100%, afirman estar de acuerdo en que se toma en cuenta la requisición de personal en el momento de planificar el proceso de planificar la captación del talento humano.

**2. ¿Se planifican el proceso de captación de personal en función de las necesidades futuras de personal?**

**Cuadro N°2. Se Planifican**

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
---------	--------------	------------	------------

25	SI	25	100%
	NO	0	0%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



**Grafico 2. Proceso de captación de personal en función de las necesidades futuras de personal**  
**Fuente: Rincón (2020).**

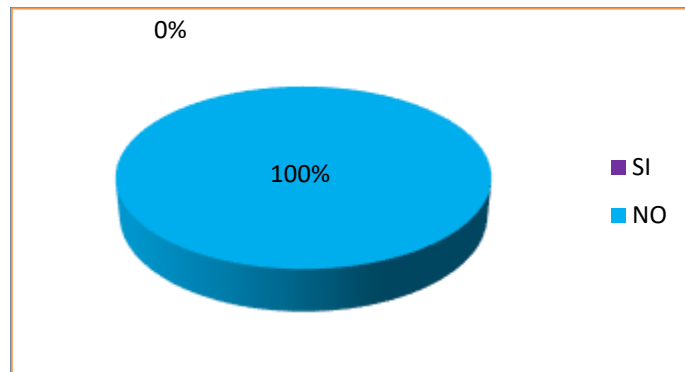
**Interpretación:** según la gráfica, muestra que todo de los encuestados en un 100% afirman que se tiene en cuenta las necesidades futuras de la empresa en función de establecer los procesos de reclutamiento y selección de personal. De allí, que los procesos que se gestionan desde el subsistema de provisión de personas, representan el primer paso en la relación que se establece entre la organización y el talento humano que ingresa a ésta o se promueve en la misma, por lo que es de suma importancia que el desarrollo de este proceso inicial se lleve a cabo en su totalidad y con plena eficacia.

**3. ¿Utilizan las nuevas tecnologías como medio para atraer nuevos talentos?**

**Cuadro N°3. Nuevas Tecnologías**

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
---------	--------------	------------	------------

25	SI	0	0%
	NO	25	100%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



**Grafico 3. Atraer nuevos Talentos**  
Fuente: Rincón (2020).

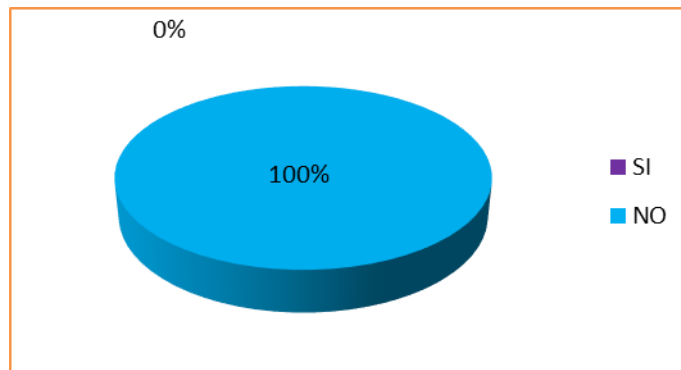
**Interpretación:** El total de los encuestados en un 100% contestan que no utilizan las nuevas tecnologías como medio para atraer nuevos talentos. Por ello, las nuevas tendencias en reclutamiento y selección de personal como las organizaciones están innovando en sus técnicas y tácticas para poder captar al mejor talento para que forme parte de su empresa.

#### 4. ¿Utiliza redes sociales para reclutar y seleccionar candidatos?

**Cuadro N°4. Redes Sociales**

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
---------	--------------	------------	------------

25	SI	0	0%
	NO	25	100%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



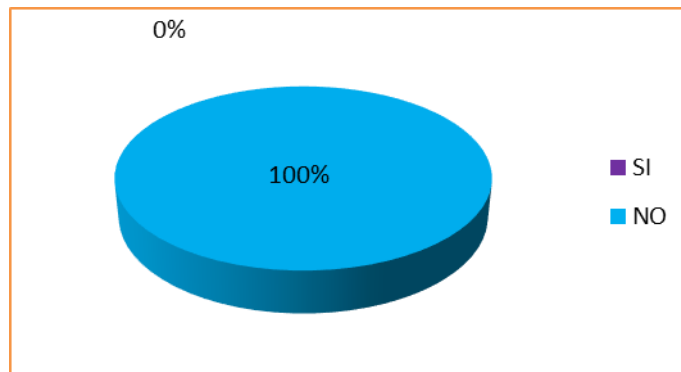
**Gráfico 4. Reclutar y Seleccionar**  
Fuente: Rincón (2020).

**Interpretación:** El total de los encuestados en un 100% contestan que no utiliza redes sociales para reclutar y seleccionar candidatos. De allí, que las organizaciones y las empresas se encuentran en el momento actual ante la presión de tener que buscar a los candidatos más cualificados para los puestos vacantes, por ello los departamentos de reclutamiento y selección se encuentran en periodo de cambio, donde el marketing y las redes sociales son claves fundamentales.

## 5. ¿La empresa tiene algún tipo de presencia en redes sociales?

### Cuadro N°5. Empresa

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
25	SI	0	0%
	NO	25	100%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



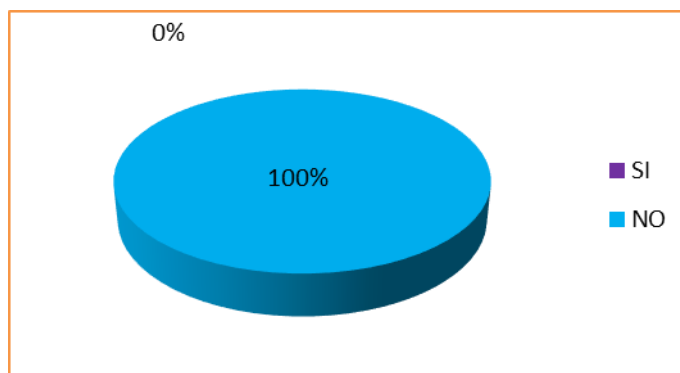
**Gráfico 5. Presencia de Redes Sociales**  
**Fuente:** Rincón (2020).

**Interpretación:** El total de los encuestados en un 100% contestan que la empresa no tiene algún tipo de presencia en redes sociales. Las redes sociales se han convertido, para las empresas, en una de las mejores herramientas para buscar candidatos, para evaluar ciertos conocimientos y sus habilidades comunicativas y sociales. Los reclutadores pueden evaluar ciertos contenidos en las redes sociales como pueden ser motivaciones, intereses, la capacidad de influir en los demás, y como se presenta el candidato al resto de la sociedad.

**6. ¿Recurre a algún servicio Premium o de pago para realizar la atracción o captación de talento en redes sociales?**

**Cuadro N°6. Servicio Premium**

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
25	SI	0	0%
	NO	25	100%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



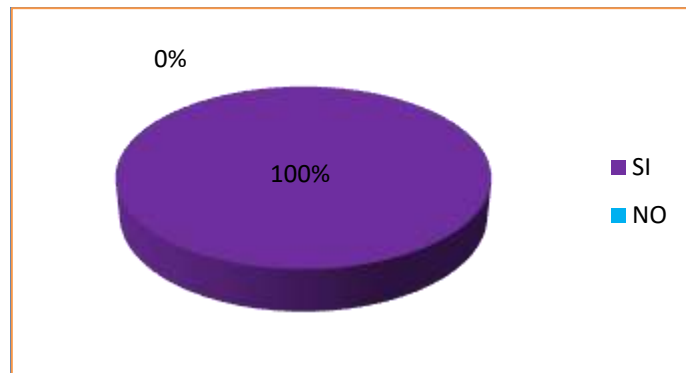
**Gráfico 6. Atracción o captación de talento en redes sociales.**  
Fuente: Rincón (2020).

**Interpretación:** El total de los encuestados en un 100% contestan que la empresa no recurre a algún servicio Premium o de pago para realizar la atracción o captación de talento en redes sociales. Al respecto, Vasallo (2011:1), establece que “las empresas que deseen contratar al mejor talento disponible tendrán que salir y buscar candidatos en los lugares donde ellos están, y convencerlos con una única auténtica voz, mediante redes sociales”. De lo antes citado, se puede entender el impacto que tienen las redes sociales en las sociedades, además del tiempo que dedican las personas a interactuar en estos sitios; por lo cual, las empresas deben entender que ahí pueden encontrar a los candidatos que necesitan captar por medio del reclutamiento de personal.

- 7. ¿Las redes sociales (¿Facebook, ¿Twitter, Linkend, entre otros?) son una fuente apropiada para reclutar futuros candidatos en su empresa?**

**Cuadro N°7. Facebook, Twitter, Linkend**

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
25	SI	25	100%
	NO	0	0%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



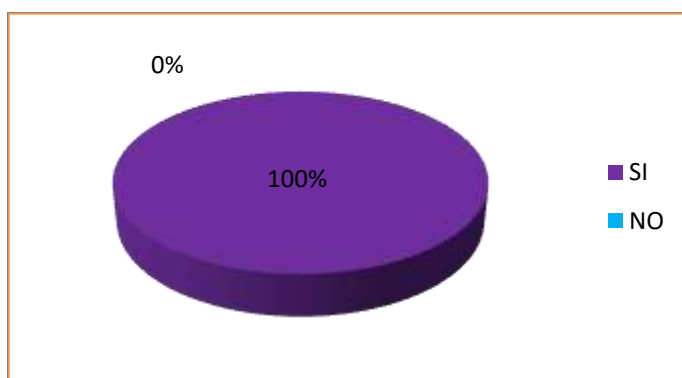
**Gráfico 7. Reclutar futuros candidatos**  
Fuente: Rincón (2020).

**Interpretación:** según la gráfica, muestra que todos los encuestados en un 100% afirman que las redes sociales (¿Facebook, ¿Twitter, Linkend, entre otros?) son una fuente apropiada para reclutar futuros candidatos en su empresa. Para Gimeno (2014:1), establece que “es precisamente este esquema adaptado a las nuevas tecnologías, que consiste en atraer una cantidad de personas adecuadas y competentes para un puesto de trabajo a través de las herramientas de la web.

8. ¿Está de acuerdo en analizar nuevos métodos de reclutamiento en la búsqueda de futuros candidatos para mejorar tiempos y efectividad de los procesos de RR. HH.?

**Cuadro N° 8. Analizar nuevos métodos**

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
25	SI	25	100%
	NO	0	0%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



**Grafico 8. Procesos de RRHH**

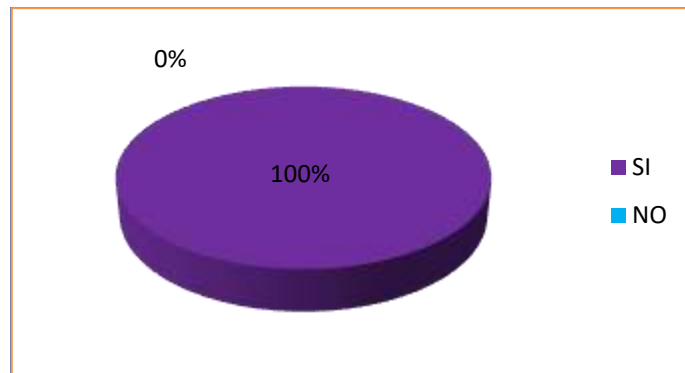
Fuente: Rincón (2020).

**Interpretación:** según la gráfica, muestra que todos los encuestados en un 100% afirman estar de acuerdo en analizar nuevos métodos de reclutamiento en la búsqueda de futuros candidatos para mejorar tiempos y efectividad de los procesos de RR. HH. Cuando las organizaciones disponen de departamentos de Recursos Humanos con personas especializadas en reclutamiento y selección de personal, hace que se tenga un mayor conocimiento de los puestos de trabajo y de sus características, y esto supone una gran ventaja a la hora de buscar futuros candidatos tanto dentro como fuera de la empresa.

**9. ¿Apoya el hecho que las redes sociales pueden aportar buenos resultados en el reclutamiento de la organización?**

**Cuadro N° 9. Aportar buenos resultados**

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
25	SI	25	100%
	NO	0	0%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



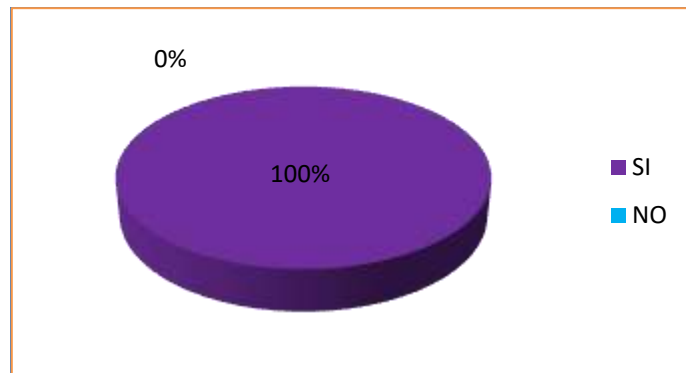
**Gráfico 9. Reclutamiento de la organización**  
Fuente: Rincón (2020).

**Interpretación:** según la gráfica, muestra que todos los encuestados en un 100% argumentan que apoyan el hecho que las redes sociales pueden aportar buenos resultados en el reclutamiento de la organización. Actualmente, muchos de los reclutadores se mueven por redes sociales, blogs, o canales de empleo ojeando el mercado por si en un momento determinado la empresa pudiese necesitar cubrir un puesto de trabajo. Las personas encargadas de los procesos de reclutamiento manejan diferentes herramientas para llevar a cabo las tareas de reclutamiento fuera de la empresa, utilizando cada una de ellas dependiendo de la vacante que exista en ese momento, o de los requisitos que se le vayan a exigir a los candidatos.

**10. ¿El uso de las redes sociales en el reclutamiento del personal cumple un rol importante en el proceso de selección?**

**Cuadro N° 10. Uso de redes sociales**

Muestra	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
25	SI	25	100%
	NO	0	0%
	<b>Total</b>	25	<b>100%</b>



**Gráfico 10. Proceso de Selección**  
Fuente: Rincón (2020).

**Interpretación:** según la gráfica, muestra que todos los encuestados en un 100% afirman que el uso de las redes sociales en el reclutamiento del personal cumple un rol importante en el proceso de selección. Debido, a que realizar una buena selección de personal no es tarea fácil, históricamente se han buscado indicadores que permitiesen llevar a cabo una decisión correcta, criterios que hiciesen que no fuese una mera elección al azar. Una mala selección de personal puede acarrear números costes, tanto cuantitativos como cualitativos, y uno de los mayores es la pérdida del tiempo invertido. Por todo ello, es conveniente realizar un buen proceso de selección y utilizar la metodología adecuada, las herramientas convenientes.

**Resultados de la Fase II. Identificación de las fortalezas y debilidades del proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A mediante una matriz DOFA**

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
<b>INTERNOS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prioridad al trabajo en equipo.</li> <li>2. Bajo nivel de ausentismo</li> <li>3. Equipo humano joven y con colectivos dispuesto hacia la mejora.</li> <li>4. Trabajadores identificados con la empresa</li> <li>5. Baja conflictividad laboral.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ausencia de herramientas tecnológicas en procesos de reclutamiento y selección de personal.</li> <li>2. Falta de integración de personal en algunos procesos reclutamiento y selección.</li> <li>3. Falta de compromiso del personal</li> <li>4. Disgregación de información</li> <li>5. Uso inadecuado de redes sociales en procesos de reclutamiento y selección.</li> </ol>
<b>EXTERNOS</b>		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Competencia Laboral.</li> <li>2. Implementación de nuevos sistemas y procesos.</li> <li>3. Actualización de Políticas sobre captación del talento humano.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Utilizar el trabajo en equipo para lograr competencia laboral y por ende el cumplimiento de obligaciones a corto plazo. (F1-O1)</li> <li>2.Aprovechar el equipo humano para Mejorar la eficiencia en las actividades del Departamento de Recursos Humanos. (F3-O2)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Aprovechahra las herramientas tecnológicas a través de una buena planificación y actualización de políticas en la captación del talento humano (D1-O3)</li> <li>2.. Integrar al personal en los procesos de reclutamiento y selección a fin de lograr la competencia laboral (D2-O1)</li> <li>3.Utilizar las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal por medio de la actualización de políticas sobre captación del talento humano. (D5-O3)</li> </ol>

AMENAZAS	FA	DA
<p>1. Altos costos en contratación de personal.</p> <p>2. La asignación de responsabilidades por parte de la Gerencia de la Empresa obstaculice el logro de objetivos planificados en el área de Recursos Humanos.</p>	<p>1. Aprovechar el recurso humano para Reducir tiempo en los Procesos de captación del talento humano, asignando responsabilidades (F4-A2)</p> <p>2.Optimizar los procesos de reclutamiento y selección de personal aprovechando el recurso humano al asignarle responsabilidades específicas (F4-A2)</p> <p>3.Minimizar los costos generados por contratación de personal mediante la disposición del personal en buscar mejoras. (F3-A1).</p>	<p>1. Lograr el uso correcto de las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal para minimizar los altos costos en contratación de personal. (D5-A1)</p> <p>2. Integrar al personal en los procesos de reclutamiento y selección para el logro de objetivos planificados en el área de Recursos Humanos. (D2-A2)</p>

## CAPÍTULO V

## **LA PROPUESTA**

### **Fase III. Elaborar las estrategias que mejoraran el proceso de captación de talento humano en la Empresa Constructora A.R., C.A, a través del uso de la tecnología 2.0.**

En esta parte se describe la propuesta mediante las estrategias o actividades donde surgirán posibles acciones que podrán servir de soporte para el mejoramiento del proceso de captación y por ende la gestión del departamento de recursos humanos. La propuesta estará estructurada por: Descripción de la misma, objetivos, justificación y desarrollo de la misma.

#### **5.1 Descripción de la Propuesta**

Con las nuevas tecnologías, las empresas y los profesionales de RRHH se han adaptado al Internet y al uso de las redes sociales. Es un hecho que la nueva selección de personal representa un proceso en constante evolución y que el concepto de reclutamiento 2.0 cada día es más real. Las redes sociales y un sistema de Software social, todos bien utilizados, pueden optimizar en forma sorprendente, de principio a fin, el proceso de reclutamiento y selección, lo que permite a los responsables de estos procesos, agregar valor a la empresa; obteniendo en forma inmediata y con calidad, información curricular con perfiles aptos para las posiciones a cubrir.

Por lo tanto, son muchos los cambios que se vive en todos los ámbitos al atravesar por la era de la digitalización. Y la fuerza de trabajo no es ninguna excepción, se ha visto transformada en este contexto; de allí, que las nuevas tecnologías al alcance de las empresas, surgen con nuevos medios de comunicación, nuevas plataformas donde buscar candidatos para un puesto de trabajo. En definitiva, ventajas que toda organización puede y debe aprovechar para adaptarse y atraer al nuevo perfil de trabajador potencial calificado y preparado.

#### **5.2 Objetivos de la Propuesta**

- ✚ Proponer el reclutamiento y selección de personal 2.0 para el área de Recurso Humanos de la empresa Constructora A.R., C.A.

- ✚ Implementar el uso de redes sociales en el proceso de captación del talento humano para el área de Recurso Humanos de la empresa Constructora A.R., C.A.
- ✚ Incentivar al personal del área de Recurso Humanos de la empresa Constructora A.R., C.A para que participe en el uso de las redes sociales como herramienta de los procesos de captación del talento humano.

### **5.3 Justificación de la Propuesta**

Las nuevas tecnologías facilitan la segmentación de cualquier candidato o aspirante a un cargo. Por ello, las redes sociales como permiten filtrar los perfiles de sus usuarios por edad, país, ciudad, profesión, competencias, formación, entre otros. Esto te permitirá encontrar más fácilmente a candidatos de alta calidad y adecuados a los perfiles que las empresas u organizaciones estén solicitando.

Además, las nuevas tecnologías 2.0 busca que las empresas y los profesionales de recursos humanos han de adaptarse a Internet y al uso de las redes sociales debido a que se trata de la nueva selección de personal la cual representa un proceso evolutivo. Por lo tanto, encontrar al candidato ideal es sinónimo de Reclutamiento 2.0, ya que ahora los candidatos, reclutadores y las empresas establecen una relación mucho más directa a través de diversas herramientas interactivas que ofrece internet y las redes sociales.

Se considera la relevancia de la presente propuesta la cual se enfoca en el uso de las redes sociales mediante un sistema de Software Social, todos bien utilizados, pueden optimizar en forma sorprendente, de principio a fin, el proceso de reclutamiento y selección, lo que permite a los responsables de estos procesos, agregar valor a la empresa; obteniendo en forma inmediata y con calidad, información curricular con perfiles aptos para las posiciones a cubrir. Cuyos beneficios son proporcionar a la empresa que utilice esta modalidad el ahorro de tiempo, dinero y automatizar todas aquellas tareas manuales que realizan las personas que laboran en el área de gestión de

talento humano. Cabe mencionar, que los candidatos ya no buscan empleo, sino que ahora son buscados por las empresas mediante sus perfiles en diversas herramientas interactivas disponibles en Internet como son las redes sociales, foros, blogs, entre otros.

#### **5.4 Desarrollo de la Propuesta**

A continuación, se presentan una serie de estrategias que buscan mejorar el proceso de captación del talento humano en la empresa objeto de estudio mediante los objetivos propuestos mencionados anteriormente.

##### **Estrategia 1. Reclutamiento y Selección de personal 2.0**

Los procesos de Reclutamiento y Selección 2.0, son idóneos para hacer seguimiento a candidatos pasivos, es decir a aquellos profesionales que, si bien están trabajando y no están explorando nuevas oportunidades profesionales, pueden ser dada su motivación al logro y su experiencia, los más indicados para cubrir vacantes en ciertas posiciones ejecutivas y de alta especialización.

Dicha estrategia de reclutar y seleccionar online es más rápida y económica que aquellas vías más tradicionales. El coste de horas-trabajador, invertido en colgar ofertas, revisar montañas de currículos y en realizar entrevistas a candidatos inadecuados, se reduce notablemente cuando las empresas digitalizan sus procesos de reclutamiento y selección de personal.

El reclutamiento y selección de personal 2.0 cuenta con una ventaja muy especial: generar bases de datos de talento sin errores y optimizadas. El software de guarda los currículums válidos pero que finalmente no se han escogido para un puesto, para posteriores ocasiones. Y permite reutilizarlos. Esto ahorra los costes asociados a la nueva búsqueda de personal. Este tipo de estrategia conllevan un cambio más: los candidatos empezarán a presentarse por iniciativa propia, y comenzarán a postularse no solo por la oferta, sino por la propuesta de valor que les brinda la empresa. En

definitiva, una manera de asegurarse postulantes más comprometidos con la organización.

La estrategia de Reclutamiento y Selección 2.0 es la nueva alternativa para la selección y reclutamiento de personal, también es conocido como Social Recruiting, a diferencia del sistema tradicional, que se venía utilizando y gracias al avance tecnológico, se ha integrado el nuevo esquema de reclutamiento incluyendo a las redes sociales. Para ello, la empresa debe utilizar algún software de reclutamiento como Talent Clue, que te permite publicar todas las ofertas de empleo en todas las redes sociales con un solo clic y sin necesidad de conectarte en cada red social o portal.

Talent Clue es un ejemplo de plataforma de Cloud recruitment, es decir, una herramienta de gestión en la nube con la que se puede acceder a la información en tiempo real desde cualquier dispositivo y mantenerla almacenada por largos períodos de tiempo de forma segura. Esta herramienta se centra en el candidato, y en generar relaciones entre este y la empresa para que si en el actual proceso no se genera un vínculo el contacto pueda ser de utilidad para futuras instancias de selección. Los datos de estos se almacenan en la nube, desde donde las empresas pueden filtrar por diferentes factores, hacer comparaciones entre candidatos y mucho más.

Para iniciar el reclutamiento a través de los medios online, además de mostrar los productos y servicios ofrecidos, la empresa debe hacer públicas las ofertas de trabajo. Se muestra una página web corporativa dentro de la cual, tiene contenidos para búsqueda de ofertas laborales, link para el registro de los postulantes, así como, la publicación de los productos y servicios que ofrece. Esta página debe estar integrada con las redes sociales. Un ejemplo como podría quedar, sería así:



## Estrategia 2. Redes Sociales para la captación del talento humano

Para la captación del talento humano, se hace la respectiva publicidad por las redes sociales, es decir, se debe establecer la plataforma publicitaria entre las redes sociales con los postulantes. Entre las redes sociales más conocidas se encuentran:

- **Twitter:** Esta red ofrece un sencillo servicio que ayuda a la empresa a estar en contacto con sus seguidores a través de su servicio de mensajería. En el proceso de reclutamiento permite alertar las publicaciones de ofertas de empleo.



- **Facebook:** Esta red permite conectar ó fidelizar postulantes. En el proceso de reclutamiento de personal, permite buscar contactos y mantenerlos informados de las ofertas laborales.



- **LinkedIn:** Es una red social para hacer contacto con profesionales. En este caso se publica una oferta laboral a todos los contactos en forma individual ó grupal.



Además de las redes sociales, otras técnicas de reclutamiento 2.0 se vienen utilizando cada vez más, por lo que conviene tenerlas en cuenta:

- **YouTube:** su principal uso es la transmisión de vídeos, es por ello que resulta de gran utilidad para las empresas que desean darse a conocer a fondo. Pueden crear un canal y compartir vídeos breves sobre los empleados, los logros de la empresa y sus aspiraciones a futuro. Esta práctica seguro que resulta atractiva a potenciales trabajadores.
- **Blogs:** es la mejor forma de sacar a relucir el saber-hacer de una empresa, compartiendo y divulgando información de calidad de temática relacionada de una manera menos formal que en su propio sitio web. De hecho, es una oportunidad para evitar hablar directamente de la empresa o sus productos y tantear el interés de los usuarios en los mismos.

### **Estrategia 3. Incentivar al personal del área de Recurso Humanos de la empresa Constructora A.R., C.A para que participe en el uso de las redes sociales**

Se debe definir un importante plan de participación de los empleados en las redes sociales y en la comunicación de los valores de la empresa. Y sobre todo construir una sólida imagen como empleadores a través de definir una estrategia de employer branding la cual es la marca de la marca de la empresa como empleadora, es decir es

la imagen no solo a clientes sino hacia sus propios empleados, sobre todo la imagen que perciben los posibles candidatos.

Se trata de establecer una estrategia abierta con los empleados a través de las redes sociales. El Twitter de los empleados Constructora A.R., C.A, por ejemplo, puede aparecer en cualquier comunicación corporativa. El blog y el contenido es clave en su estrategia, siendo producido por el equipo y empleados. Buscan bloggers dentro de Constructora A.R., C.A para escribir sobre lo que hacen o cualquier otro tema. Se cuenta con los empleados para apoyar las campañas corporativas de employer branding.

A pesar de las virtudes de las nuevas tecnologías, es cierto que no todos los expertos en Recursos Humanos son nativos digitales. Esto quiere decir que, a medida que la tecnología vaya implantándose, será cada vez más necesaria una formación específica. Para ello, se debe estar en constante formación de los empleados en cuanto a uso de las herramientas tecnológicas de avance en las redes sociales.

## **5.5 Factibilidad de la Propuesta**

Toda propuesta necesita de recursos y actividades necesarias para alcanzar los objetivos planteados. De allí, que es necesario realizar un análisis de la factibilidad, basada en las posibilidades de proponer la solución para dar respuestas a la problemática a través de la implementación de la propuesta. El análisis de la factibilidad comprende aspectos operativos, técnicos y económicos, ya que es necesario determinar los recursos monetarios y materiales necesarios, así como las personas encargadas de ejecutar dicha propuesta.

### **5.5.1 Factibilidad Técnica**

Actualmente la empresa cuenta con todos equipos necesarios para la elaboración de la propuesta. En este sentido, la infraestructura y medios materiales y tecnológicos necesarios como: computadoras, laptops, programas tecnológicos y paquetes de

software, plataformas de red con internet como wifi las cuales se ubican dentro de las instalaciones de la empresa.

### **5.5.2 Factibilidad Operativa**

En relación a las personas que llevaran a cabo la propuesta, y que representa un punto clave para el éxito del mismo, en la empresa existe el recurso humano, con la capacitación y entrenamiento adecuado para elaborar e implementarla. Conviene precisar, que se ha considerado la necesidad de la propuesta como necesaria, para el personal que labora en el área de recursos humanos.

### **5.5.3 Factibilidad Económica**

Es importante mencionar, que la empresa cuenta con todos los recursos técnicos y operativos para poner en marcha la propuesta. Por lo tanto, no se generará ningún costo, de allí que la propuesta es factible económicamente.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### **Conclusiones:**

Los diversos cambios e innovaciones que giran alrededor del mundo del trabajo, están cada vez más acelerados y aprovechar al máximo el talento humano es importante para poder mantenerse en el mercado competitivo. Para ello, La actualización y aplicación de los procesos de captación para llevar a cabo la selección debe ir en torno a los cambios de mayor trascendencia.

Cabe mencionar, que las herramientas 2.0 van encaminadas a un reclutamiento social donde las Webs corporativas tratan de acercarse a sus candidatos potenciales a través de distintos contenidos mediante videos, blogs, foro; todos ellos encaminados a un mismo fin, conversar e interactuar. Lo mismo sucede con los portales de empleo que, como se mencionó anteriormente, se parecen cada vez más a redes sociales donde se establecen redes de contactos para crear y compartir contenidos.

Debe mencionarse, que se continúan utilizando las técnicas tradicionales para el reclutamiento y la selección de personal, pero la llegada de las redes sociales, así como otras nuevas tendencias en reclutamiento, han revolucionado la manera de buscar talento por parte de las empresas. El reclutamiento 2.0 no es solo difundir ofertas de empleo en la red, o utilizar las redes sociales para filtrar candidatos, sino que es una nueva forma de comunicación entre empresa y candidato, haciendo posible la atracción de talento hacia la empresa y mejorar la marca de la organización.

Las últimas y más novedosas tendencias en reclutamiento y selección de personal nos llevan a la gamificación y al reclutamiento móvil y pese a que aparenten ser futuristas, estas estrategias ya las están implementando muchas empresas en sus procesos de selección. Aunque parezca cosa de niños, utilizar los juegos para conseguir objetivos es algo que se ha hecho siempre, por ello las empresas empiezan a instaurarlo para conseguir detectar habilidades y destrezas en los candidatos. Las organizaciones también se han dado cuenta, que los ojos de las personas, pasan muchas horas al día

mirando los dispositivos móviles, por este motivo, el reclutamiento móvil ha comenzado a ser un gran complemento a las estrategias actuales de reclutamiento y selección de personal tradicionales.

El cambio de una actitud pasiva de las empresas, frente a la nueva forma activa de buscar, atraer y retener talento en las compañías, ha sido y es fundamental para el éxito empresarial. Invertir en una buena y correcta estrategia de reclutamiento y selección de personal, acorde con el perfil de la empresa, puede resultar decisiva para afianzarse en el mercado y diferenciarse de la competencia.

### **Recomendaciones:**

La empresa **Constructora A.R., C.A** debe prepararse para enfrentar aquellas situaciones externas y/o agentes externos que no son parte de ella, pero que se involucran dentro de sus actividades administrativas y operativas, donde diversas situaciones provocan la salida de personas de la organización lo que origina un desequilibrio. Para ello, se recomienda:

- Lograr que la productividad sea favorable, logrando el máximo resultado con una cantidad determinada o mínima de insumos o recursos
- Se debe enfatizar la importancia de tener definida la misión, visión, cultura y objetivos organizacionales, para así poder establecer estrategias y cumplir con el compromiso de mejora continua además de poder cumplir con las metas deseadas.
- La organización debe utilizar nuevos medios para la ejecución del reclutamiento externo de personal, que disminuyan los costos en cuanto a la provisión de personas, como lo vienen haciendo la mayoría de las empresas líderes del mercado, mediante el uso de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn, las cuales son gratuitas.

- Aprovechar la gran aceptación que muestran los trabajadores de la organización, respecto a las redes sociales con la finalidad de crear un perfil de la empresa donde interactúen los mismos trabajadores, los clientes, proveedores y candidatos a las vacantes de la empresa.
- Crear perfiles públicos en las redes sociales más populares como Facebook, Twitter e Instagram, en función de implementarlas como estrategia de reclutamiento de personal, permitiendo la interacción de los trabajadores como colaboradores en el proceso, que como se evidencian son de gran utilidad a la organización.
- Aplicar mejoras en cuanto a la alineación del proceso de reclutamiento externo de personal con la filosofía organizacional de la empresa en el mediano plazo, mediante la planificación estratégica en el subsistema de provisión de personas, apoyado en los perfiles que se establezcan en las redes sociales, donde se deberán incluir la misión la visión y los valores organizacionales.
- Implementar el proceso de levantamiento de descripción de los cargos en todos los departamentos de la organización, en función de alcanzar un eficiente proceso de reclutamiento, que provea de candidatos idóneos para cada vacante.

## REFERENCIAS

- Arias, Fidas (2006). **“El Proyecto de Investigación”**. 3ª Edición. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Balestrini, Mirian. (2006). **“Como se elabora el Proyecto de Investigación”** .6ª Edición. Caracas: Editorial BL Consultores Asociados.
- Bringas, Claudia (2018), **“Herramientas 2.0 en los procesos de reclutamiento”**. Universidad de Cantabria. Facultad de Derecho. España.
- Carazo, Agustín (2010). **“Administración de Empresa. Teoría y Práctica”**. Editores Limusa Noriega. Primera parte. México.
- Chiavenato, Idalberto (2002). **“Gestión del Talento Humano”**. 1ra edición. Editorial:Mc. Graw-Hill. Bogotá – Colombia.
- Chiavenato, Idalberto (2007). **“Gestión del Talento Humano”**. 3ra edición. Editorial:Mc. Graw-Hill. Bogotá – Colombia.
- Delgado, Y., Colombo, L. y Orfila, R. (2003). **“Conduciendo la Investigación”**. Caracas. Venezuela. Editorial Comala.
- Diccionario Larousse (2007).Diccionario de Español en Línea.es.thefreedictionary.com/captación. Consulta: 2014, Noviembre 06.
- Dolan, S.L, Valle-Cabrera, R. Jackson, S.E, & Schuler, R.S. (2003). **“La gestión de los RR.HH: Preparando profesionales para el S.XXI”**, Madrid: McGraw-Hill.
- Escorche, B. (2010). **“Productividad y calidad”**. Manual del consultor segunda Edición. Caracas Venezuela. Nuevos Tiempos.
- Fernández, Calixto. y Baptista, Paulo. (2003) **“Metodología de la Investigación”**. Naucalpan de Juárez, México. Editorial McGraw Hill Interamericana de México.
- Fernández, Jefferis (2018), **“Prácticas de Reclutamiento 2.0 aplicadas por consultores de RRHH versus empresas del sector Farmacias en Caracas.”** Universidad Católica Andrés Bello, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Escuela de Ciencias Sociales. (UCAB). Caracas Venezuela.

Gimeno, A. (2014) **¿Qué es el Reclutamiento 2.0? Blog de Reclutamiento 2.0** (Consulta 25 de Diciembre de 2015) <http://blog.talentclue.com/bid/247638/Qu-es-Reclutamiento-2-0>.

Informe sobre tendencias de selección 2015 de LinkedIn (2016) (Consulta 8 de Abril de 2016) [http://www.hacesfalta.org/userfiles/file/Tendencias%20de%20seleccion%20de%20personallinkedin.pdf?utm\\_source=InformeLinkedin2016&utm\\_medium=Post8825&utm\\_campaign=Blog](http://www.hacesfalta.org/userfiles/file/Tendencias%20de%20seleccion%20de%20personallinkedin.pdf?utm_source=InformeLinkedin2016&utm_medium=Post8825&utm_campaign=Blog).

Llopis, J., González, M. R., & Gascó, J. L. (2009). **“Análisis de páginas web corporativas como descriptor estratégico. Investigaciones Europeas De Dirección y Economía De La Empresa”**.

Riesgo, L. (2010). **“Selección de personal”**. Madrid; Editorial Paraninfo.

Romero, Jorge (2018), **“Nuevas Tendencias en el Proceso de Reclutamiento y Selección de Personal”**. Universidad Miguel Hernández de Elche Orihuela. Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. España. Alicante. Comunidad Valenciana.

Rojas, P. (2010). **“Reclutamiento y selección 2.0: la nueva forma de encontrar talento”**. Editorial UOC, Barcelona, pp. 21-46

Rodríguez Melgrelis y Yáñez Mileidy (2017), **“Captación de Talento en el área de Movilidad/Selección de una empresa Manufacturera ubicada en el Municipio Valencia del Estado Carabobo”**. Universidad de Carabobo. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Escuela de Relaciones Industriales. Campus Bárbula.

Tamayo y Tamayo, Mario (2004). **“Metodología de la Investigación”**, México: McGraw Hill Editores.