



IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS ESTRATEGIAS, ACTIVIDADES Y
COMUNICACIONES DE LAS EMPRESAS EN COLOMBIA
“EL EMPLEO, LABORUM, LINKEDIN”

AUTORES:

JESSICA VIVIANA CAICEDO CUÉLLAR
DIANA CAROLINA DUQUE ZAMBRANO

DIRECTORA DEL PROYECTO:
ORIETHA EVA RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE MERCADEO
SANTIAGO DE CALI

2015

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	7
ANTECEDENTES	8
1. JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	9
2. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	9
3. DELIMITACIÓN	10
4. OBJETIVOS	10
4.1 Objetivo General.....	10
4.2 Objetivos Específicos.....	10
5. MARCO DE REFERENCIA.....	11
5.1 Marco Teórico.....	11
5.1.1 Tres grados de influencia.....	11
5.1.2 La regla de los 150.....	11
5.1.3 Modelo De Las 5 Fuerzas De Porter	12
5.1.4 Investigación Cualitativa Y Cuantitativa.....	14
5.2 Marco Conceptual.....	14
6. ESTADO DEL ARTE DE LAS REDES SOCIALES	16
6.1 Comportamiento de los usuarios de redes sociales	16
6.1.1 Seis Grados De separación.....	16
6.1.2. Topologías de redes sociales	16
6.2 Estudios aplicados a las empresas de recursos humanos	17
6.3 Beneficios de las redes sociales en las empresas de recursos humanos	18
6.4 Las redes sociales y la competitividad empresarial en estas empresas	19
6.5 Comportamiento de las redes sociales en Colombia.....	20
7. ANÁLISIS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS EN EL MUNDO Y EN COLOMBIA	21

8. EMPRESAS DE ESTUDIO: EL EMPLEO, LABORUM, LINKEDIN.....	23
8.1 Descripción de las empresas e historia.....	23
8.2 Imagen de marca, personalidad y posicionamiento en las redes sociales	24
8.2.1 Como ofrece las características de sus productos y servicios en las redes sociales, participación en el mercado	25
8.3 Ventajas competitivas y comparativas.....	28
8.4 Factores claves de éxito.....	29
9. AMBIENTE COMPETITIVO DE LAS EMPRESAS DE RECURSOS HUMANOS EN COLOMBIA.....	30
9.2. Análisis comparativo del sector (Benchmarking) en el que compiten las empresas.....	30
9.3 Las cinco fuerzas de Porter.....	35
9.3.1 Poder de los compradores.....	35
9.3.2 La amenaza de nuevos competidores.....	36
9.3.3 Poder de los proveedores	36
9.3.4 Productos Sustitutos	37
9.3.5 Rivalidad en intensidad del sector	37
10. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES	38
10.1 ¿Qué compran y cómo lo compran?.....	38
10.2 ¿Cuándo lo compran?	40
10.3 ¿Cuáles son las razones de compra?	41
10.4 ¿Cómo seleccionan y por qué lo prefieren?	42
11. METODOLOGÍA.....	42
11.1 Tipo de investigación.....	42
11.3 Diseño de la investigación	43
11.4 Fuentes y técnicas utilizadas.....	44
11.5 Tamaño de la muestra	44
12. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.....	46
CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	72
ANEXOS	74

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Sistema tradicional versus soluciones tecnológicas.....	21
Tabla 2. Redes sociales en la s que participan las empresas.....	24
Tabla 3. Participación en las redes sociales (seguidores y suscriptores).....	27
Tabla 4. Fortalezas en redes sociales	28
Tabla 5. Etapas del Benchmarking	31
Tabla 6. Categorías del Benchmarking según Spendolini	32
Tabla 7. Portales de empleo en Colombia.....	38
Tabla 8. Paquetes de servicios ofrecidos a empresas por EL Empleo	39
Tabla 9. Paquetes de servicios ofrecidos a personas por El Empleo	40

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Medios utilizados para buscar empleo.....	47
Gráfico 2- Sitios web de empleo más usados.....	48
Gráfico 3. Los usuarios siguen a través de redes sociales los portales de empleo	49
Gráfico 4. Redes sociales	50
Gráfico 5. Información que los usuarios prefieren ver en las redes sociales	51
Gráfico 6. ¿Los portales de empleo facilitan la búsqueda?.....	52
Gráfico 7. Razones Negativas	53
Gráfico 8. Razones Positivas	54
Gráfico 9. Participación de los usuarios dentro de los portales de empleo	55
Gráfico 10. Disposición a pagar por servicios adicionales.....	56
Gráfico 11. ¿Los portales de empleo ofrecen vacantes en empresas reconocidas de la ciudad de Cali	57
Gráfico 12. Percepción de los usuarios sobre los portales de empleo.....	58
Gráfico 13. ¿Los usuarios han conseguido empleo a través de estos sitios web?	60
Gráfico 14. Sitios web más frecuentes para buscar empleo.....	61
Gráfico 15. Experiencia a través de los sitios web de empleo	61
Gráfico 16. Gestión de los sitios web de empleo	62
Gráfico 17. El Empleo.....	64

Gráfico 18. Computrabajo.....	65
Gráfico 19. El Sena	66
Gráfico 20. ¿Recomendaría estos medios para buscar empleo?	67
Gráfico 21. Género.....	68
Gráfico 22. Rango de edades	69

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario Aplicado.....	74
--	----

RESUMEN

El presente trabajo pretende indagar acerca de cómo el internet y en especial las redes sociales, han cambiado la manera en que las personas buscan empleo, asimismo en como las empresas han modificado la forma en que realizan sus procesos de reclutamiento de personal, pues han surgido diferentes medios y herramientas como los llamados portales de empleo y las redes sociales profesionales que pretenden facilitar estos procesos al mismo tiempo que agilizarlos. Estas herramientas realmente han cambiado de manera radical la forma en que se ejecutan estos procesos, pues las personas cada día los utilizan más y han experimentado un experiencia positiva, por lo cual recomiendan estos medios a amigos y familiares. Adicionalmente, lo fácil de la navegación de los sitios y la información certera presentada son factores que destacan los usuarios.

Palabras clave: Red social, portal de empleo, reclutamiento, Linkedin, El empleo, Computrabajo.

ABSTRACT

The following assignment wants to show how the internet and specially the social media, have changed the way in which people look for an employment and also the enterprises have changed the way in which they do their recruitment process, due the rise of different tools such as the employment portals and the professional social networks which improve those process in matters of quickness and easiness. Those tools have really changed the way to perform those processes, because people use them more frequently and they have experienced positive experiences, reasons why they recommend them to family and Friends. Additionally, the easy navigation through those portals and the quality information showed are highlighted facts by the users.

Key words: Social network, job portal, recruitment, Linkedin, El empleo, computrabajo.

INTRODUCCIÓN

El internet y las redes sociales profesionales se han convertido en herramientitas esenciales para las empresas, pues han facilitado sus procesos de selección y reclutamiento de personal, es por esto que hoy en día la manera de realizar estos procesos ha cambiado significativamente, por lo cual este trabajo se enfoca en analizar el funcionamiento de estos sitios, sus principales manera de llegar a los usuarios, y las percepciones de los mismos acerca de estos.

Adicionalmente, se pretende mostrar la manera en que se comportan estos sitios en las redes sociales más usadas, pues estas representan un medio de difusión importante y la información que circula a través de ellas generan impacto en los usuarios seguidores, por lo cual el analizarlos hace parte de estudiar su comportamiento y la manera en que operan y se comunicación con sus usuarios. Esto con el fin de hacer evidente como los portales de empleo son sitios que implican cambios no solo en el área de recursos humanos, sino también en la manera de comunicar y la forma en que establecen una relación con el usuario.

Para complementar lo anterior, el estudio procura conocer las percepciones que tienen los usuarios registrados hacia estos sitios, pues sus opiniones con respecto a su funcionamiento y efectividad son importantes para ver que tanto han favorecido o no estas herramientas la manera en que se busca empleo en el país, más específicamente en la ciudad de Cali. Para esto, se planteó un análisis cuantitativo que busca saber más acerca de cómo los profesionales usan y se comportan frente a los sitios web de trabajo.

ANTECEDENTES

Cuando el internet se popularizó y empezó a ser utilizado por la sociedad, solo se hablaba de páginas web, correos electrónicos y algo de mensajería instantánea; sin embargo cuando se empiezan a desarrollar maneras más interactivas de comunicarse con las personas, se empiezan a divisar más usos para el mismo. Esas nuevas formas de comunicación, de compartir información e interactuar entre los usuarios virtuales, creó nuevas formas de relacionarse y trabajar, además, han fomentado el desarrollo de comunidades que comparten intereses en común. Este modo de usar el internet y sus derivados es lo que se conoce como la web 2.0. Con la llegada de estas tecnologías se han generado cambios importantes en las rutinas y hábitos de los individuos, de igual manera en las organizaciones, pues el surgimiento de estos avances las ha obligado a ser más.

Los avances en el mundo virtual han afectado todos los ámbitos del campo organizacional, pues las empresas han empezado a ver esta herramienta muy útil para realizar publicidad, interactuar con sus clientes y generar así mayor acercamiento con estos. Pero no solo ha influido en la manera en que las personas se comunican entre sí, ha cambiado la manera tradicional en que opera el mercado laboral, pues este medio se ha convertido en un canal de comunicación entre oferentes y demandantes de empleo de modo virtual, por lo que han aparecido modalidades nuevas para ejercer las tareas de recursos humanos, como lo son el e-recruiting o reclutamiento online. Esto revela la importancia que tiene las redes sociales dentro del mundo empresarial, pues los ha conducido a ser más interactivos y ha cambiado la forma tradicional de esgrimir en los diversos aspectos internos y externos de la organización.

1. JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Las redes sociales han cambiado la forma de relacionarse entre las empresas, personas, miembros de la familia e instituciones (educativas, gubernamentales, etc.), eliminando las barreras físicas, geográficas y culturales existentes. Esto ha permitido que las personas entablen nuevas relaciones de amistad y creen vínculos con los demás que le ayuden a ampliar su red de contactos en el ámbito personal y profesional. Estas nuevas maneras de comunicación han afectado no solo a las personas sino también a las organizaciones, pues la forma en que estas interactúan con su entorno ha variado, ya que a través de las redes sociales y distintos medios virtuales han encontrado una alternativa fácil para mostrarse en el mercado y venderse, ofreciéndoles así la posibilidad crear alianzas con otras empresas.

La llegada de estos medios ha generado cambios relevantes en la manera en que opera el mercado laboral, pues el modo en que las personas buscan empleo ha cambiado al igual que la forma en que las empresas ofrecen sus vacantes y seleccionan a su personal. Es por esto, que las redes sociales profesionales y los sitios web de empleo han cogido mucha fuerza entre el ámbito empresarial, pues se han convertido en una herramienta útil para crear una relación entre empresa-persona. Por esta razón, el conocer como las organizaciones facilitadores de los procesos en el área de recursos humanos implementan esos nuevos medios de difusión dentro de sus estrategias empresariales, se vuelven un factor fundamental para el entendimiento de su manera de operar.

2. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo pretende evidenciar los impactos que el mundo digital y las redes sociales han generado en las estrategias empresariales, pues cada vez más las empresas ven estos medios de comunicación como una opción para interactuar con su entorno y generar un acercamiento con el mismo.

Se quiere ver los cambios generados en los procesos internos de la empresa en el área de recursos humanos, pues el mercado laboral ha presentado importantes avances desde la

Llegada de estos medios al campo organizacional, ya que han surgido empresas online que se encargan de suplir las necesidades de capital humano a las organizaciones, brindándoles un servicio que facilita sus procesos de reclutamiento y selección de nuevos empleados. Además, se busca conocer la manera en que estas empresas utilizan estos medios dentro de sus estrategias de mercadeo y publicidad para hacer mas atractivos sus servicios y mostrarse ante los demandantes y oferentes en el mercado laboral.

3. DELIMITACIÓN

El estudio será realizado en los profesionales de todas las áreas del conocimiento que estén o no empleados de la ciudad de Cali, Valle del Cauca, Colombia que utilicen LinkedIn y que estén inscritos o participen de manera activa en bolsas de empleo, tales como El Empleo y Laborum. Teniendo en cuenta, que tengan una participación en alguno de estos medios con una experiencia de 6 meses a un año mínimo.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Determinar el impacto que tienen las redes sociales en las estrategias, actividades y comunicaciones de las empresas de recursos humanos el Empleo, Laborum y LinkedIn en Colombia, durante el 2015.

4.2 Objetivos Específicos

- Conocer si los caleños conocen de estas empresas y la percepción que tienen de estas.
- Conocer las estrategias que estas empresas utilizan en las distintas redes sociales a las que pertenecen.
- Identificar los diversos usos que dan estas compañías a las redes sociales y medios virtuales.
- Identificar la empresa más usada por los profesionales en Cali.

- Conocer si esta nueva estrategia online de buscar empleo realmente funciona como intermediario para este fin.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 Marco Teórico

A medida que pasa el tiempo la humanidad ha buscado la forma de comunicarse desde cualquier distancia, ya que desde tiempos pasados se han presentado barreras las cuales han intervenido con la eficiencia de esta acción desde diferentes partes del mundo; sin embargo, este medio ha ido evolucionando poco a poco, obteniendo una solución a este problema de tantos años. Es por esto que gracias a la invención del internet y específicamente las redes sociales, hoy en día las personas tienen la facilidad de tener comunicación con otros en cuestión de segundos.

Por ello se han creado teorías acerca de cómo estos medios han permitido que las personas puedan conectarse con los demás, algunas de las cuales se mencionan a continuación.

5.1.1 Tres grados de influencia

Busca conectar a una gran cantidad de seguidores en las redes sociales, los cuales tengan intereses en común y puedan llegar a tener una capacidad de influencia grande sobre otras personas, para que estas hagan parte de comunidades que hoy en día se crean en estos medios correspondiente a un interés común o tema en especial. Por esto, se habla de tres grados, ya que la información que las personas brindan a otras se da por medio de amigos, amigos de nuestros amigos y así sucesivamente. (Christakis & Fowler)

5.1.2 La regla de los 150

Por otra parte, existe una teoría creada por Robin Dunbar en los años 90s, la cual aseguraba que el neo córtex solo permite conocer datos generales de la persona como su nombre,

edad, la relación que poseen con la persona y el número de personas con las que se interactúa normalmente que varía entre 148 a 150 individuos. Sin embargo, esta regla no es del todo cierta, ya que las personas que usan hoy en día las redes sociales, tienen una capacidad amplia de contactos, puesto que, ya no son solo 150 conexiones con personas sino que esto creció de manera rápida de 500 a 1500 contactos en sus redes, donde los pueden diferenciar y así mismo conociendo todo lo que pasa en la vida diaria de estos.

5.1.3 Modelo De Las 5 Fuerzas De Porter

Es un modelo de análisis competitivo desarrollado por el profesor e investigador Michael Porter (1979), que permite realizar un análisis externo de una organización mediante un estudio de la industria o sector. Según él:

La esencia de la formulación de una estrategia competitiva consiste en relacionar a una empresa con su medio ambiente aunque el entorno relevante es muy amplio y abarca tanto fuerzas sociales como económicas, el aspecto clave del entorno de la empresa es el sector o sectores industriales en el cual compite (Porter, 1982)

A continuación se presenta el esquema que resume las cinco fuerzas competitivas de Porter:



Fuente: Porter, 1979

1. Rivalidad entre empresas competidoras

Es generalmente la más poderosa de las cinco fuerzas competitivas, pues una empresa tendrá éxito en la medida que implementen estrategias que le generen una ventaja competitiva frente a sus rivales. Algunas de esas variantes en las estrategias implican reducción de precios, mejoras a la calidad, introducción de nuevas características en los productos, el ofrecimiento de nuevos servicios, la extensión de garantías y el aumento de publicidad.

2. Entrada potencial de nuevos competidores

En la medida en que entren nuevas compañías a una industria o sector aumenta la intensidad de la competencia. Sin embargo, este ingreso se ve limitado debido a la existencia de barreras de acceso tales como, la necesidad de lograr rápidamente economías de escala, la necesidad de obtener tecnología y conocimientos técnicos especializados, falta de experiencia, una fuerte lealtad de los consumidores, sólidas preferencias por grandes marcas, grandes requerimientos de capital, la carencia de canales de distribución, etc.

3. Desarrollo potencial de productos sustitutos

Se refiere al ingreso potencial de empresas que producen o venden productos sustitutos a la industria. Dichos productos ponen un tope al precio que se puede cobrar antes de que los consumidores cambien a este producto, estos límites determinan la ganancia de una compañía en este sector, pues incrementa la competencia entre las mismas.

4. Poder de negociación de los proveedores

Hace referencia a la presión que ejerce los proveedores de una industria para influir en los precios, pues entre menor sea la cantidad de competidores mayor será su poder de negociación, por el contrario, si el número de rivales es mayor entonces su nivel de

negociación será mucho más bajo. En algunos casos, son utilizados proveedores externos para adquirir componentes en lugar de fabricarlos, ya que resulta más económico.

5. Poder de negociación de los consumidores

Hace referencia en la influencia que tienen los consumidores en los precios y condiciones dentro de una industria. Este impacto incrementa si los productos que se adquieren son estandarizados o no diferenciados. Esta fuerza es una de las que más afecta los cambios que se originan en una estrategia competitiva.

5.1.4 Investigación Cualitativa Y Cuantitativa

La investigación cualitativa es una investigación cuyos descubrimientos no están sujetos a una cuantificación o a un análisis cuantitativo, que es muy útil para conocer los motivos, actitudes y comportamiento de los consumidores, entre algunos de los instrumentos de medición más usados se encuentra, los focus group, entrevistas a profundidad, pruebas proyectivas, etc. Por el contrario, la investigación cuantitativa hace referencia a una investigación que utiliza el análisis matemático, por ende se necesita de recopilación de datos numéricos, por lo cual se requiere de la aplicación de encuestas, etc. (McDaniel & Gates , 2011)

5.2 Marco Conceptual

Redes Sociales: es un sitio en internet que permite la creación de perfiles personales y comunidades virtuales, donde es posible acceder a servicios para construir grupos con unos intereses en común, compartiendo fotografías, videos e información en general de las personas.

Facebook: Es una red social donde los usuarios crean un perfil personal, se conectan con otros usuarios como amigos, y hacen actualizaciones sobre su estado, así como permitir el intercambio de mensajes.

LinkedIn: Es una red social dirigida a los profesionales y a la comunidad empresarial.

Twitter: Es un medio social que permite a sus usuarios compartir mensajes públicamente, siempre que estén limitados a 140 caracteres, así como seguir las actualizaciones hechas con los mensajes de otros usuarios.

Google+: Es una red social recién lanzada por Google a mediados del 2011, que ha venido ganando aceptación y que tiene posibilidades de convertirse en un jugador importante en los medios sociales. plus.google.com

Googl: Es una herramienta que permite acortar las direcciones de Internet o URL que sean extensas, soportado por Google. Dadas las limitaciones de comunicación en medios sociales como Twitter, o la extensa longitud de algunos vínculos, herramientas como esta cobran relevancia al momento de compartir información en los medios sociales. <http://goo.gl>

Web 2.0: Es una evolución en el uso de Internet, que aprovecha los medios sociales para facilitar la interacción y colaboración de los usuarios dentro de comunidades en línea.

Los siguientes dos usos están principalmente relacionados con las cuentas personales de los servidores públicos de su entidad:

Profesional: Corresponde al uso de la cuenta personal del servidor público de manera no oficial, pero relacionada con los temas de interés de los objetivos de la entidad, con el fin de desarrollar sus competencias, habilidades, conocimientos, y contactos dentro de su quehacer profesional.

Personal: Corresponde al uso de la cuenta personal del servidor público con fines que no estén relacionados con su trabajo.

6. ESTADO DEL ARTE DE LAS REDES SOCIALES

6.1 Comportamiento de los usuarios de redes sociales

6.1.1 Seis Grados De separación

Se basa en los lineamientos propuestos en el año de 1930 por el húngaro Frigyes Karinthy con el nombre de Cadenas (Chains). En el año 1967, el psicólogo estadounidense Stanley Milgram, inspirado en este planteamiento realizó un experimento, a partir del cual demostró que cada persona está a sólo unos pasos de distancia de los otros. Tomó esta teoría y otros estudios que afirman que en realidad vivimos en un mundo pequeño, donde las personas de todo el mundo pueden estar vinculadas a otro individuo por medio de una red de seis intermediarios conocidos (sin incluir al individuo original), a esto fue a lo que se le dio el nombre de la teoría de los seis grados de separación.

Según esta teoría, cada persona conoce entre familiares, amigos y compañeros de trabajo a unas 100 personas aproximadamente, esto demuestra como la conexión entre las personas se ha incrementado y facilitado. Es por esto, que el internet se vuelve un facilitador de la comunicación a través de la eliminación de barreras, y la creación de redes sociales a nivel mundial en distintos ámbitos de la vida cotidiana. Por otro lado, este estudio ayuda a conocer y comprender el número de grados en el que se debe estar para poder tener una serie de conexiones fuertes entre el lugar donde una persona se encuentre y la zona donde cualquier otra persona esté en el mundo, lo cual pretende demostrar por cuantos amigos de amigos se debe pasar para que el mundo entero se encuentre conectado. (Watts, 2002)

6.1.2. Topologías de redes sociales

Todas las redes sociales existentes no son utilizadas con el mismo fin, dado que existen redes enfocadas a los distintos aspectos de la vida cotidiana y otras direccionadas al campo empresarial y profesional. Según Celaya en su libro, la web 2.0, establece que existen tres clasificaciones principales para las redes sociales:

- Redes profesionales: Permiten desarrollar redes de contactos profesionales que permiten interactuar con empresas, buscar oportunidades y conocer nuevas personas en el ámbito profesional. En este campo se destacan LinkedIn, Xing y Viadeo.
- Redes generalistas: Son aquellas redes que permiten acercarse a personas conocidas o desconocidas, con el fin de interactuar y compartir música, videos y demás información de interés personal del usuario. En esta categoría podemos encontrar a Facebook, MySpace, Tuenti, Hi5, entre otras.+
- Redes Especializadas: Segmentadas por los intereses particulares de las personas, es decir, sus preferencias o gustos con respecto a la música, el cine, la literatura, el deporte, etc. Algunas que hacen parte de esta clase son Ediciona, eBuga, CinemaVIP, etc.

6.2 Estudios aplicados a las empresas de recursos humanos

El apogeo de las redes sociales ha tomado fuerza desde hace varios años en el área de recursos humano en Colombia, por lo que muchas empresas han incorporado estos medios a sus estrategia de reclutamiento y selección de personal, pues estas les facilitas sus procesos y genera mayor acercamiento entre las empresas y su entorno.

Según un estudio realizado en el año 2003 por gestiónhumana.com acerca del uso de esta nueva modalidad se encontró que muchas han incorporado este sistema en el área de recursos humano. Algunas de estas compañías son:

- 3M de Colombia, de la voz de la asistente de recursos humanos se conoce que la empresa ha empezado a utilizar estos medios, debido a que mejora los procesos de recolección de hojas de vida, gracias a los filtros que proporciona el internet. La organización emplea este servicio online en un 80% para realizar búsqueda de ejecutivos y operarios.

- Davivienda, según el área de gestión humana, la empresa utiliza en un 30% el internet para hacer reclutamiento de personal, y el porcentaje restante lo hace a través de su sitio web o recepción directa. Utilizan esta nueva modalidad de acuerdo al cargo y perfil que necesiten.
- Carvajal S.A, según la consultora de selección de recursos humanos, se han utilizado estos medios para realizar procesos de selección hasta en un 60%, considera esta modalidad muy útil para cargos específicos.

En otra publicación de la misma fuente realizada en el año 2000, se encontró que para la empresa Phillips de Colombia S.A., el uso del job site clickempleo.com ha sido un medio, practico ágil y económico para realizar diferentes procesos relacionados con el área de capital humano. Este sitio ha proporcionado a la compañía hojas de vida de gran calidad, pertenecientes a personas altamente competentes que se ajustan a los requerimientos y al perfil que la empresa solicita para una vacante, lo que ha generado que esta herramienta se utilice de manera exitosa por todas las partes.

6.3 Beneficios de las redes sociales en las empresas de recursos humanos

En la actualidad las redes sociales son un medio de comunicación que se usa frecuentemente, ya no solo para interactuar con familiares y amigos, sino también para hacer uso de estas en el campo profesional. Gracias a esto, ahora las empresas han incorporado dentro de sus estrategias de recursos humanos el uso de las diversas redes, pues por este medio buscan atraer candidatos con un gran potencial para los diferentes puestos ofrecidos, a través de los anuncios publicados en las plataformas online, además de ser utilizadas para lograr un mayor acercamiento entre oferente y demandante de empleo, esta manera de dar uso a los medios de difusión ha permite realizar búsqueda exitosa de capital humano de forma más rápida, gratuita y eficiente.

Esta nueva tendencia ofrece beneficios importantes a las compañías como:

- Disminución de costos de los procesos de reclutamiento y algunos de selección. Según un estudio realizado por la firma Soluziona, el uso de internet nos ayuda a reducir en un 75% los costos y en un 40% el tiempo que se invierte en los procesos de reclutamiento de personal con relación a los métodos tradicionales.
- Por internet las empresas pueden usar filtros para captar a los candidatos que cumplen el perfil que se publica, lo que permite un ahorro de dinero y tiempo.
- Gracias a la rapidez de los anuncios en las redes sociales, los procesos de reclutamiento son más eficientes
- Información más completa de los candidatos, ya que los sitios web de empleo ofrecen mucha más información, esto genera que los candidatos sientan más confianza para depositar su información en estos sitios web.
- Las redes sociales también dan a conocer a los usuarios experiencias que han tenido las personas con las empresas de recursos humanos, por lo cual es un beneficio para atraer más candidatos.
- Es un método que brinda no solo una búsqueda de candidatos a nivel local, sino que su objetivo es ofrecer información a personas de todo el mundo que puedan cumplir con el perfil que estas empresas indagan.

6.4 Las redes sociales y la competitividad empresarial en estas empresas

Con la llegada del internet y posteriormente las redes sociales, las empresas deben conocer la importancia que estas representan en el mundo organizacional de la actualidad, pues estas nuevas maneras de comunicarse han logrado incorporarse en las estrategias empresariales, debido al gran impacto que estas han causado en el mundo. Es por esto, que

deben participar de manera activa en dichos medios, pues el estar por fuera puede significar una desventaja frente a sus competidores. Por otra parte, las redes sociales son un medio de comunicación muy fuerte en la sociedad, por lo cual las empresas de recursos humanos deben recurrir a esta para poder publicar las ofertas de trabajo que tienen y así poder lograr el éxito que desean. (Españeira, Sheldon y Asociados, 2012)

El mundo actual en el que se desenvuelven las empresas de recursos humanos, la ha obligado a ser cambiantes y adaptarse a los diversos cambios tecnológicos. Por esto, la competencia entre las diversas empresas de reclutamiento de personal es bastante notoria, ya que no todas tienen una participación igual en las redes a las cuales pertenecen, ni tampoco todas hacen parte de las mismas, por lo que se puede evidenciar una competencia más alta, pues esto depende del reconocimiento e importancia de los diferentes medios sociales online existentes. (Españeira, Sheldon y Asociados, 2012)

6.5 Comportamiento de las redes sociales en Colombia

En Colombia, el número de usuarios suscritos a redes sociales ha incrementado de manera exponencial en los últimos años, según el Ministerio TIC, las redes como Facebook y Twitter son las más populares, en cuanto a la primera el país ocupó el lugar número 14 a nivel mundial con más de 15 millones de usuarios en 2012, en el caso de twitter se estima que aproximadamente 6 millones de colombianos usan este servicio. También se han presentado incrementos en la cantidad de suscritos a los demás medios de difusión de la web 2.0, como youtube, linkedin, google +, etc, esto gracias al aumento de las personas que poseen acceso a internet en el país, además, de la ampliación del número de individuos que pueden ingresar desde sus teléfonos móviles a estas plataformas virtuales.

Por otra parte, según un estudio más reciente realizado en octubre de 2014 por la firma ComScore Media Metrix, la red social más usada en Colombia por los jóvenes entre 15 y 24 años es Facebook con una media de 31.6, seguido de LinkedIn con una media de 30.9 y en tercer lugar encontramos a Twitter con una media de 29.9. En cuanto, a los sitios de web de trabajo que los profesionales más utilizan para buscar empleo, la misma entidad detectó

con ese estudio que los más frecuentes para este fin en Colombia son Computrabajo, en segundo lugar se encuentra Sena.edu.co y el último lugar esta Empleo Setes.

7. ANÁLISIS DEL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS EN EL MUNDO Y EN COLOMBIA

La llegada del internet y posteriormente la web 2.0 han generado impactos en todas las áreas internas de la organización, incluso en la de recursos humanos, pues han surgido nuevas maneras de poner en contacto oferentes y demandantes de trabajo en el mercado laboral, lo que ha facilitado la selección y reclutamiento de nuevo personal. Esta nueva tendencia de contratar personal a través de internet se ha convertido en una opción atractiva para todas las compañías alrededor del mundo, pues les ha facilitados la provisión de personal, gracias a su bajo costo, a la rapidez de la publicación de las vacantes, entre otros beneficios generados. A continuación en la tabla 1. se presenta un comparativo entre el sistema tradicional y el tecnológico.

Tabla 1. Sistema tradicional versus soluciones tecnológicas

Funciones	Sistema Tradicional	Soluciones Tecnológicas
Recepción de H.V.	En papel o por correo electrónico	Digitalizados
Actualización de H.V.	Desactualización inmediata	Actualización Constante
Lectura de H.V.	Compleja (formatos diferentes)	Simple (formato único)
Carga de datos	Manual (por la empresa)	Automático (por los candidatos)
Selección H.V	Manual	Filtrado automático (según perfil)
Interacción con los candidatos	Nula	Constante
Confidencialidad	Media (bajo llave, cajones)	Alta (personal,, con contraseña)
Acceso a las H.V	Restringido (desde un solo lugar)	24 horas, 365 días, cualquier lugar
Publicación ofertas de empleo	En presa, alto costo y durante un solo fin de semana	Online, de forma casi automática
Fuentes de reclutamiento	Gestionada de diferentes maneras y bajo diferentes formatos	Todos los medios, un solo formato

Fuente: gestionhumana.com

El uso del internet en el área de recursos humanos ha venido experimentando un crecimiento exponencial desde hace más de 15 años. Según un estudio realizado por la Universidad Autónoma de Occidente en asocio con con gestionhumana.com, la Andi y Acrip, publicado en abril de 2004, en el cual se encuestaron a 91 empresas del Valle del Cauca, se encontró que el 18% de la empresas utilizan el internet para reclutar personal directivo y operario, mientras que el uso de avisos en periódicos está por debajo del 25% y va en decadencia.

Se identificó que esta tendencia no solo era en Colombia, según lo publicado en gestiónhumana.com es países como Estados Unidos, México y España se han presentado comportamientos similares en el departamento de talento humano. En el caso de Estados Unidos, que fue pionero de los job sites, la firma prestigiosa Resources for Humans en el 2004 encontró que para el 22% de las empresas del país, los portales de empleo eran una de las principales fuentes para preseleccionar personal; con respecto a México, un estudio realizado en 2001 por Bumeran revela que casi una cuarta parte de las 81 empresas de la investigación utilizaron internet en el proceso de reclutamiento, mientras que el sistema tradicional fue utilizado por el 23% y el uso de anuncios en periódicos, por el 20%. En cuanto a España, Creative Group publicó que una política de contratación en línea puede ahorrar a una empresa un promedio de 8 mil dólares: US\$ 6 mil en tiempo de búsqueda del candidato y el monto restante, en publicidad.

Las cifras presentadas anteriormente muestra como el internet desde hace varios años se ha venido posicionando dentro del área de recursos de las empresas de todo el mundo, aunque esas cifras en la actualidad han incrementado se espera que siga presentando un crecimiento igual en los próximos años. En un estudio más reciente realizado por gestiónhumana.com en 2013 sobre el uso de las redes sociales por el área de gestión humana en Colombia, demuestra que esta área es la que más utiliza estos medios con un porcentaje de 23%, después de mercadeo con un porcentaje de 25%. Lo anterior, demuestra como las redes sociales y el internet son un medio facilitador de las labores de la compañía en el ámbito de recursos humanos para las empresas colombianas, esto explica el crecimiento de los sitios web de empleo en el país y el número de suscritos a los mismos.

8. EMPRESAS DE ESTUDIO: EL EMPLEO, LABORUM, LINKEDIN

8.1 Descripción de las empresas e historia

Laborum

Empresa chilena la cual es reconocida a nivel nacional como sitio web, la cual busca asociarse con compañías más importantes del país en el área de gestión de recursos humanos, contribuyendo con la experiencia y conocimiento en la búsqueda de personal apto para las organizaciones.

Esta empresa se encuentra desde el año 1999 presente en el mercado chileno, posicionándose como el sitio web número uno de trabajo de este país. Desde el 2003 al 2007, hizo parte del grupo Copesa (uno de los consorcios periodísticos más importantes de Chile) y al inicio del 2014 un grupo de inversionistas y empresarios relacionados con el tema de tecnología, tomaron la decisión de adquirir esta propiedad. (Laborum, 2015)

El Empleo

Organización conocida como un sitio de internet con una capacidad amplia en base de datos, por la cual ofrece un portafolio de servicios que se adapta a las necesidades de todos sus clientes. Esta se encuentra entre las páginas web más visitadas por los usuarios y es el primer portal en segmento de trabajo en Colombia y algunos países latinoamericanos.

El empleo.com nació en el año 2000 como un proyecto para optimizar y acelerar procesos de selección y reclutamiento en los departamentos de gestión de recursos humanos de las compañías. A partir de ese momento, la manera de buscar trabajo se hizo mucho más práctica, ya que por medio de la web se puede hacer una conexión entre la demanda y ofertas de trabajo. (El empleo, 2015)

LinkedIn

Es líder como red social profesional a nivel mundial; conecta a profesionales alrededor del mundo para colaborarles a ser más productivos y lograr todas sus metas laborales. Es una empresa pública y cuenta con un modelo de negocio diversificado y con ingresos provenientes por

medio de las suscripciones Premium que realizan los usuarios, soluciones de marketing, la publicidad y las soluciones de personal que requieren las compañías.

Esta empresa fue fundada en diciembre de 2002 por Reid Hoffman, pero oficialmente fue lanzada el 5 de mayo de 2003. Su actual director ejecutivo (CEO) es Jeff Winer y su equipo de gestión se encuentra conformado por un grupo de ejecutivos que tienen una gran experiencia, debido a que han laborado en empresas como PayPal, Electronic Arts, Google, Microsoft, Yahoo y Tivo. (Linkedin, 2015)

Tabla 2. Redes sociales en las que participan las empresas

Laborum	El Empleo	Linkedin
<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Twitter • Google + • Instagram • Pinterest • Youtube • Linkedin 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Twitter • Google + • Youtube 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Twitter • Google + • Youtube • Flickr

Fuente: Elaboración propia

8.2 Imagen de marca, personalidad y posicionamiento en las redes sociales

Estas empresas están vinculadas a distintas redes sociales como Facebook, Twitter, Google +, Instagram, Linkedin, Pinterest, Youtube, entre otras; a través de la cuales muestran sus servicios, comparten links de noticias de interés, interactúan con los usuarios y en general dan a conocer aspectos tanto del mercado laboral como de la vida cotidiana. Es importante tener en cuenta que cada una de estas redes sociales se utiliza con un fin diferente, pues lo publicado en cada una de ellas diverge, ya que la manera de mostrar la información no es la misma, unas lo hacen a través de fotos, videos, opiniones y otras utilizan todos los mencionados anteriormente.

8.2.1 Como ofrece las características de sus productos y servicios en las redes sociales, participación en el mercado

Cada una de estas empresas está suscrita a diferentes redes sociales tal como se observa en la tabla 2. A continuación se presenta a las cuales está vinculada cada una.

Laborum

En Facebook comparten anuncios de vacantes disponibles en las diferentes empresas del país (Chile), en los cuales dan información de los requisitos necesarios, dan una breve descripción del cargo y sus funciones, para brindar un mayor conocimiento de las posibilidades labores actuales. Además, publican videos relacionados con las actividades que realizan (ferias laborales) y notas periodísticas acerca del mercado laboral. Por otra parte, suben imágenes de motivación laboral, tips para el trabajo y de temas fuera de este contexto que consideran son de interés común para la sociedad; como por ejemplo, la hora del planeta, día internacional de la mujer, día del trabajo entre otros. Este mismo contenido es publicado en Google +, debido a que esta red social funciona de manera similar a la anterior.

El contenido publicado en Twitter es mucho más concreto, debido a la limitación de los caracteres utilizados en los anuncios. Su foco no es tan amplio como las dos anteriores, pues buscan divulgar información corta sobre vacantes y noticias de empleo, vinculándolos directamente a la página de la empresa donde se obtiene mayor información. La información que manejan en LinkedIn, es igual de especializada que en Twitter, aquí publican únicamente noticias relacionadas con aspectos de trabajo como por ejemplo, consejos para ser más en el trabajo, lo buena de crear relaciones en el trabajo, entre otros, es importante resaltar que no se comparte información sobre vacantes disponibles en igual frecuencia que en las ya mencionadas.

La información compartida en Instagram y Pinterest es mucho más visual, su contenido son solo imágenes que hacen referencia a consejos de empleabilidad, motivación laboral, y demás temas de interés para la empresa, los cuales no abarcan ofertas laborales. Por último, su canal de Youtube, solo publican informes de distintos noticieros, alusivos a la actualidad del mercado laboral y demás actividades relacionadas con este campo.

El empleo

En su página de Facebook al igual que en su perfil en Google +, publican anuncios de ofertas de trabajo, consejos laborales y frases célebres, sin embargo, en estas no comparten contenido fuera de este esquema. El contenido no difiere mucho en Twitter, pues muchas de las imágenes o fotos publicadas en las dos anteriores aparecen en dicha red, aunque, es importante destacar que al igual que Laborum su foco es anuncios de vacantes laborales y mensajes cortos. En cuanto a su canal de Youtube, tienen videos alusivos al ámbito profesional agrupados en diferentes categorías como: trabajo si hay, el primer empleo y comerciales propios, que permiten transmitir un mayor conocimiento acerca de la evolución del trabajo y sus oportunidades en el país.

LinkedIn

Por ser una red social profesional a nivel mundial, en su fan page de Facebook se caracteriza por darse a conocer a través de las experiencias de los usuarios, presentaciones institucionales y artículos de intereses profesionales, los cuales son elaborados por la empresa a través Slide Share; además, de que brindan información de otras fuentes acerca de consejos y recomendaciones a la hora de encontrar un trabajo o permanecer uno. En cuanto a Google +, tiene en común algunas publicaciones con la red social anterior, sin embargo, no presenta la misma cantidad de novedades acerca de su comportamiento en el mercado, pues casi no hay videos de experiencias vivenciales o comerciales promocionales.

Por otra parte, sus comentarios en Twitter no son tan relevantes, debido a que existen perfiles para cada país en donde se es más utilizada. Esto ha hecho que su página oficial no tenga una buena participación en esta red social. Es importante destacar, que actualizan la página de manera frecuente y comparten datos curiosos acerca de diversos temas reaccionados con el mundo empresarial en la era de las redes sociales.

Su canal de Youtube está dividido en categorías, las cuales permiten a lo usuarios indagar acerca de diferentes aspectos laborales de acuerdo a su momento de vida, además brinda información acerca de la utilización de la red y el aporte que esta brinda a la vida de los usuarios. Para terminar, esta Flickr e Instagram, la primera es utilizada para exponer fotos de las experiencias vividas de los miembros y usuarios de la compañía; permitiendo así que

las personas conozcan la compañía y como funciona a nivel interno; y la segunda para compartir tips y consejos por medio de imágenes muy elaboradas.

Tabla 3. Participación en las redes sociales (seguidores y suscriptores)

	Laborum	El empleo	Linkedin
Facebook	91.882	189.268	793.530
Twitter	62.300	57.200	111
Google +	1.404	249	548.073
Linkedin	15.395	-	-
Youtube	122	404	38.094
Instagram	886	-	13.600
Flickr	-	-	-
Pinterest	291	-	-

Fuente: Elaboración propia

Linkedin al ser una red social, conoce del funcionamiento y los beneficios de estar inmersos en este campo, por lo que esto se ve reflejado en su liderazgo en cada una de las redes sociales en las que participa, pues como se muestra la tabla 3. cuenta con el mayor número de seguidores de las empresas aquí estudiadas, a excepción de twitter por lo explicado anteriormente. Además, teniendo en cuenta que esta organización se encuentra presente en todo el mundo, contrario a lo que sucede con Laborum y el empleo, las cuales son a nivel latinoamericano.

Comparando los sitios web Laborum y El empleo, se analiza como el primero es líder en Twitter y Google +, esto debido, a que el contenido manejado en cada una de ellas proporciona al usuario una interacción diferente, pues una centra en publicaciones concretas de ofertas y la otra en informar acerca de las últimas noticias del comportamiento del mercado laboral; en cuanto al segundo este predomina en Facebook y Youtube, puesto que se ha enfocado en menos redes sociales que el anterior, lo que le permite tener un foco más profundo en las publicaciones que realiza, además el efectuar pequeños comerciales de la empresa le ha permitido tener una mayor cercanía con el usuario. En la tabla 4. a se presenta un resumen de las fortalezas que cada una de estas empresas presenta en las redes sociales.

Tabla 4. Fortalezas en redes sociales

Linkedin	Laborum	El empleo
<p>→ Publicar fotos que evidencien las experiencias de las personas en las diferentes actividades realizadas por la compañía alrededor del mundo, tales como foros, conferencias, charlas, etc.</p> <p>→Elaborar y difundir a través de redes sociales sus propios artículos, videos, presentaciones e investigaciones alusivas al entorno empresarial.</p> <p>→Compartir información de fuentes importantes en el ámbito estudiado.</p>	<p>→Publica información sobre temas de interés para la comunidad, que se salen del contexto profesional.</p> <p>→Compartir la organización de sus distintas ferias laborales a nivel nacional, tanto presenciales como online.</p> <p>→Trasmite mensajes de motivación personal, frases célebres para cumplir las metas profesionales, consejos de empleabilidad, etc.</p>	<p>→Realizan comerciales para impulsar el uso de los servicios de su página web que comparten en las principales redes sociales que utilizan.</p> <p>→Se ha enfocado en la utilización de las redes sociales más predominantes en la actualidad como lo son facebook y twitter.</p> <p>→Difunden noticias de revistas virtuales sobre novedades laborales.</p>

Fuente: Elaboración Propia

8.3 Ventajas competitivas y comparativas

Linkedin es una red de contactos, la cual la hace uno de los referentes más importantes en las redes sociales de negocios. Esta permite que los usuarios tengan un vínculo con las empresas de su interés y puedan enterarse por medio de esta de las actividades que realizan. Por tener un reconocimiento internacional, esta empresa presenta gran ventaja, por ello es que los sitios web de trabajo se vinculan a ella creando su propio perfil y creando ofertas de trabajo para aquellos usuarios que se encuentren en esta.

Por otro lado, al comparar a el empleo y Laborum, el primero cuenta con varias categorías en su sitio web como registro de hoja de vida, consejos profesionales, empleo VIP, donde se le da preferencia algunos usuarios para que tengan más posibilidades de encontrar el puesto anhelado y por último se encuentra la calculadora salarial, la cual permite a los usuarios estimar el ingreso neto a partir de sus ingresos brutos de acuerdo al esquema de pago que hayan definido con la compañía donde trabajara. Esta organización tiene una gran ventaja competitiva y es que cuenta con el respaldo de la Casa Editorial El Tiempo, el cual es líder de información de medios de comunicación, donde se puede encontrar

contenido del mercado laboral con facilidad de uso a través de medios tecnológicos. Este buscador de empleos está radicado en varios países de América Latina como Colombia, Costa Rica, Guatemala, Perú y el Salvador.

El segundo sitio también se divide en categorías, donde las personas pueden ingresar de acuerdo al perfil que tienen, como por ejemplo los estudiantes que buscan empleo, o las personas que deciden ofrecer algún empleo pueden dirigirse a esa parte y se les dará las indicaciones correspondientes a lo que buscan. Por otro lado, también buscan ofrecer empleo a personas que se encuentren en una situación de discapacidad y esto lo hacen con el apoyo de fundaciones para que las personas con impedimentos puedan realizar alguna labor esta parte de su página es denominado como Laborum Inclusivo. Finalmente, cuenta con un grupo de R.R.H.H, donde los gerentes de estas áreas puedan compartir sus experiencias, abordar distintas temáticas y tendencias relevantes para la gestión del Recurso Humano y el desarrollo de las organizaciones en eventos que realiza la compañía.

8.4 Factores claves de éxito

Los factores clave de éxito son aquellos elementos que permiten a cualquier organización que desee incursionar o que ya esté en el mercado de un sector en particular tener resultados satisfactorios que aseguran su éxito. Según como lo define John F. Rockart (1981) en uno de sus estudios realizados, son “El número limitado de áreas en las cuales los resultados, si son satisfactorios, aseguraran un funcionamiento competitivo y exitoso para la organización”.

Estos factores se convierten en determinantes para mejorar la competitividad de la empresa y su posicionamiento en la industria. Se puede decir que estos tienen un periodo determinado de acción, y afecta a todas las compañías del sector sin excepciones, es necesario que estas realicen un seguimiento continuo frente a estos para garantizar mejoras en su funcionamiento. (Rockart & Bullen , 1981)

Factores de éxito en las empresas de recursos humanos online:

1. Cantidad de empresas aliadas que ofertan vacantes
2. Interactividad de la página
3. Categorizar la página por los intereses de los usuarios
4. Tener opción de registro para personas naturales y empresas
5. Brindar paquetes que se adquieran en línea
6. Filtrado de búsqueda avanzada por cargo, área de interés, ciudad, etc.
7. Tener sección de noticias actualizadas del mercado laboral
8. Mantener actualizada la información de las vacantes, su fecha de publicación y caducidad.
9. Utilización de redes sociales como medio de difusión y comunicación
10. Opción para subir hojas de vida.

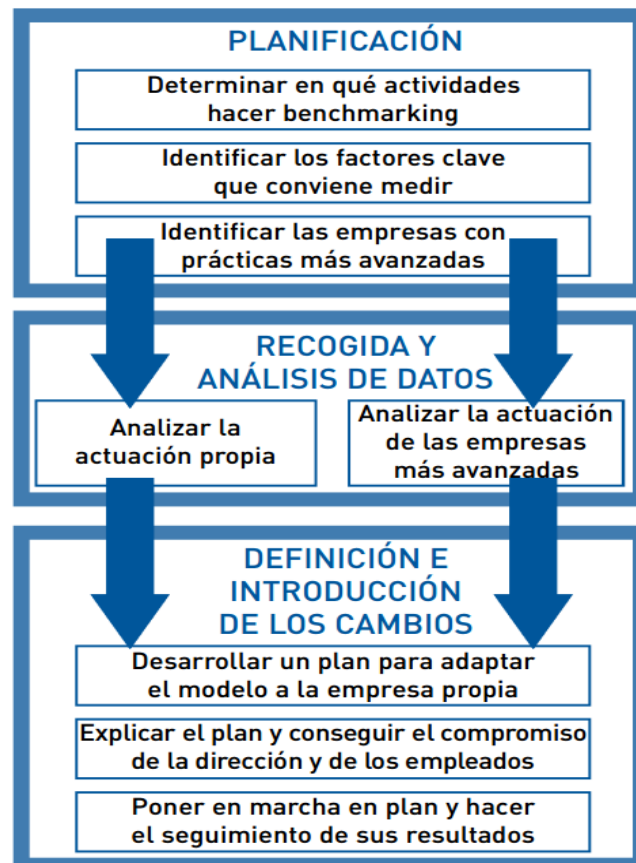
9. AMBIENTE COMPETITIVO DE LAS EMPRESAS DE RECURSOS HUMANOS EN COLOMBIA

9.2. Análisis comparativo del sector (Benchmarking) en el que compiten las empresas

El benchmarking es un proceso comparativo que realiza una empresa con los líderes de su sector en un área determinada, para así buscar nuevas oportunidades de mejora y ser más competitivas en el mercado. El benchmarking es definido por el reconocido profesor y autor de varios libros en el tema Michael J. Spendolini, como “un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales”.

Para que la finalidad de este análisis sea alcanzada con éxito, se requiere seguir ciertos pasos que faciliten su ejecución, tal como se muestra en la tabla 5.

Tabla 5. Etapas del Benchmarking



Fuente: Cámara Oficial de Comercio de Santiago de Compostela, España

Existen diferentes tipos de benchmarking que se pueden aplicar, estos varían según los diferentes autores destacados en el tema. A continuación en la tabla 6. se muestra la correspondiente clasificación.

Tabla 6. Categorías del Benchmarking según Spendolini

TIPO	DEFINICIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Interno	Actividades similares en diferentes sitios, departamentos, unidades operativas, países, etc.	<ul style="list-style-type: none"> → Los datos suelen ser fáciles de recopilar. → Buenos resultados para compañías “excelentes” que están diversificadas. 	<ul style="list-style-type: none"> → Foco limitado → Prejuicios internos
Competitivo	Competidores directos que venden a la misma base clientes.	<ul style="list-style-type: none"> → Información concerniente a los resultados del negocio. → Prácticas o tecnologías comparables. → Historia de recopilación de información. 	<ul style="list-style-type: none"> → Dificultades para la recopilación de datos. → Problema de ética. → Actitudes antagónicas
Funcional/ Genérico	<p>Organizaciones acreditadas por tener los más avanzado en productos/servicios/procesos.</p> <p>Busca identificar las mejores prácticas de cualquier tipo de organización que se haya ganado una reputación de excelencia en el área específica de estudio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> → Alto potencial para descubrir practicas innovadoras. → Tecnologías o prácticas fácilmente transferibles. → Desarrollo de redes profesionales. → Acceso a las bases de datos pertinentes. → Resultados estimulantes. 	<ul style="list-style-type: none"> → Dificultad para trasferir practicas a un medio diferente. → Alguna información no es trasferible. → Consume tiempo.

Fuente: Spendolini. Benchmarking.1994. p. 20.

Teniendo en cuenta lo anterior, se realizara un análisis benchmarking competitivo entre las empresas El Empleo y Laborum.

El Empleo Versus Laborum

Estos portales de empleo son líderes en su país de origen, debido a la variedad de servicios que brinda y al buen servicio ofrecido a través de su página web. Sin embargo, cada una puede mejorar su competitividad teniendo en cuenta las estrategias utilizadas en el mercado por la otra.

El Empleo cuenta con un portafolio de productos y servicios muy reducido y homogéneo, pues estos se caracterizan por ser únicamente de anuncios de vacantes, avisos, acceso a hojas de vida y publicaciones de ofertas laborales en la propia página de la empresa, mientras que Laborum va más allá de la prestación de estos servicios básicos, brinda paquetes de avisos premium, avisos convencionales, reclutamiento en línea, avisos para estudiantes, espacios exclusivos para empresas consultoras, además de la venta de un software especializado en conjunto de una empresa aliada del sector, el cual permite interactuar con los postulantes de manera virtual a través de preguntas, entrevistas y evaluación de competencias.

Laborum maneja un sistema de pago muy restringido, ya que no permite realizar compras en línea, solo muestra la descripción de sus productos y servicios, dejando un número de contacto y correo electrónico, donde se puede comunicar con ellos y consultar o negociar los precios de los paquetes. A diferencia de ellos, El Empleo da la posibilidad de comprar en línea los paquetes con precios inferiores a un millón de pesos colombianos, ofreciendo una plataforma eficiente y confiable que ayude a la empresa a adquirir de una forma más fácil estos servicios. Para los paquetes que excedan este monto, se dejan datos de contacto para poder realizar la compra.

Laborum cuenta con “Laborum inclusivo” es un medio el cual permite la publicación de ofertas laborales y vacantes para personas únicamente discapacitadas, la cual ayuda a que estas personas puedan desenvolverse en diferentes áreas, siendo así parte del mercado laboral y contribuyendo con el desarrollo de la empresa. Estas ofertas de trabajo son ofrecidas por compañías que se han unido a esta causa como fundaciones dedicadas a este tema y también a diferentes tipos de organizaciones que deseen incluir este tipo de personas. En comparación con El empleo, este portal no cuenta con una sección que brinde este tipo de servicios a la comunidad discapacitada.

Por otra parte, es importante resaltar que Laborum cuenta con un club de recursos humanos, el cual se ha definido como una comunidad donde los jefes de recursos humanos y personas de otras áreas que tienen relación con el personal de diferentes empresas hacen parte de este, generando así un espacio para poder reunirse y compartir sus experiencias acerca de

diferentes temáticas e importantes tendencias para la gestión de recursos humanos y el desarrollo de las organizaciones. Además cuentan con un portal especializado en profesionales TIC, el cual propicio espacios para encuentros entre empresas tecnológicas chilenas y expertos en el tema.

Laborum maneja un área específica para estudiantes, es decir un portal independiente con el que el busca apoyar e impulsar la inserción laboral de los jóvenes de entre 18 y 29 años, facilitándoles la búsqueda de un empleo, primer empleo, practica laboral y trabajos de medio tiempo, además de brindarles la posibilidad de ser partícipes de comunidades de estudios e información sobre becas de estudio en el extranjero que permita ampliar sus horizontes y expectativas laborales. A pesar de que El Empleo no cuenta con una sección dedicada únicamente a los estudiantes, brinda un servicio preferencial a los usuarios llamado El Empleo VIP, en el cual ofrecen preferencias para la búsqueda de empleo; pruebas de rasgos personales, para mayor conocimiento de las fortalezas y debilidades y por último realiza una breve capacitación sobre los salarios.

Finalmente, ambas compañías cuentan con una sección dedicada a noticias laborales, donde comparten noticias relacionadas con el mercado laboral. El empleo no categoriza el contenido de estas noticias, todas son publicadas en una misma. Laborum por su parte divide esta sección en diferentes categorías como lo son actualidad, tendencias, escenario laboral, mujer y trabajo, orientación en el marco legal y mirada global, esto brinda información muy completa del sector filtrada por los intereses del usuario.

Teniendo en cuenta las categorías planteadas por Spendolini, se realizara un análisis benchmarking funcional (genérico) entre las empresas LinkedIn, El Empleo y Laborum.

LinkedIn Versus El Empleo y Laborum

LinkedIn cuenta con una sección de empleos, donde las personas registradas pueden consultar diferentes vacantes según sus intereses y experiencia laboral. Este publica las ofertas presentadas por las empresas contratantes con su breve descripción del cargo, requerimientos y experiencia mínima necesaria, además, muestra el número de personas

que se han postulado a dicha vacante, contrario a lo que se observa en El Empleo y Laborum, donde sus ofertas no exponen el número de solicitantes interesados, únicamente dan a conocer el número de personas que se necesitan para dicho cargo.

Cuenta con distintos paquetes para la publicación de anuncios de empleo y paquetes especializados en reclutamiento, ventas, promoción (publicitar). Además tiene un servicio especial para quienes deseen fortalecer su perfil en la red social y tener preferencias en la misma. Comparando esto con los servicios ofrecidos por los otros dos portales de empleo se observa que ambos tienen mayor oferta de planes que buscan suplir las necesidades de capital humano en las empresas que no son tan limitadas y segmentadas.

Como los planes ofrecidos por LinkedIn no tienen precios excesivamente altos, todos estos pueden ser adquiridos en línea de manera rápida y fácil, lo que no sucede con Laborum y El Empleo, pues el primero no permite esta modalidad y el segundo lo hace solo hasta ciertos montos de dinero.

9.3 Las cinco fuerzas de Porter

9.3.1 Poder de los compradores

En el sector de las empresas de recursos humanos, los consumidores son todas aquellas empresas interesadas en realizar de forma más fácil y rápida todos los procesos de selección y reclutamiento de personal. Es por esto, que la mayoría de organizaciones de diferentes sectores utilizan estas empresas como intermediarias en su área de gestión humana. Debido a que este servicio es utilizado por compañías muy grandes a nivel nacional e internacional, su capacidad de influencia en los precios de los servicios es alta, ya que pueden negociarlos de acuerdo a las modificaciones que realicen a los paquetes base ofrecidos, esto con el fin de ajustarlos a sus necesidades.

Es importante tener en cuenta que los consumidores no son únicamente las empresas, también las personas naturales lo son, pues estas compran servicios que les permitan postularse a las vacantes de su interés, además de poder ver las diferentes opciones

existente en el mercado laboral. Debido a que estos realizan sus compras de manera individual y de forma esporádica su poder de negociación en los precios es baja, ya que, los servicios que adquieren son de tipo gratuito o con algún costo si se desea tener servicios preferenciales o exclusivos.

9.3.2 La amenaza de nuevos competidores

El internet y las redes sociales se han convertido en una opción que facilita los procesos de selección y reclutamiento de las empresas, pues a través de estos medios se ponen en contacto más rápido oferentes y demandantes de empleo. Debido a que cada vez las empresas utilizan más estas alternativas para buscar nuevos empleados tanto ejecutivos de alto rango y operarios, han ido incrementando el número de entidades prestadoras de servicios de recursos humanos de manera virtual. Además las personas interesadas en la búsqueda de empleo, han aumentado su participación en estos sitios web, pues no solo se informan de ofertas de empleo sino que también se enteran de noticias y se asesoran de temas relacionados con el área laboral.

Actualmente, existe un número elevado de bolsas de empleo, y se espera que este siga creciendo en los próximos años, pues este medio se ha convertido en una forma fácil y económica tanto para quienes buscan empleo como para las empresas que necesitan capital humano.

9.3.3 Poder de los proveedores

Debido a que los sitios web de empleo y las redes sociales funcionan como intermediarias en los procesos del área de gestión humana, se puede decir que los proveedores para las empresas prestadores de estos servicios en línea, son las compañías que publican sus vacantes, pues estas son las que proveen el recurso con el que estas páginas trabajan, ya que lo que se desea es suplir la necesidad de empleo de un individuo.

En el contexto en el que se encuentran sumergidos los sitios web de empleo, los proveedores tienen un poder de negociación alto, si se habla tener acceso a las vacantes de las mejores empresas estas pueden ejercer presión sobre los precios de los paquetes

ofrecidos por los portales de empleo. Es importante destacar que por la naturaleza del sector, tanto las empresas son proveedores como compradores, pues proveen empleo a las personas al mismo tiempo que compran el servicio para que sus necesidades de capital humano sean expuestas.

9.3.4 Productos Sustitutos

No existen productos sustitutos, pues se habla de una modalidad relativamente nueva, que dejó atrás la manera tradicional de ejercer los procesos de selección y reclutamiento dentro de una organización como lo eran los clasificados en el periódico, las hojas de vida impresas, entre otros instrumentos que se han ido dejando a un lado con la llegada de la tecnología, específicamente el internet y las redes sociales. Se puede decir que esta nueva manera de realizar los procesos y tendrán que pasar muchísimos años para que se hagan de manera diferente o que evolucione a gran escala como lo ha hecho hasta ahora.

9.3.5 Rivalidad en intensidad del sector

La competitividad del sector es demasiado alta, puesto que cada vez han ido llegando empresas que buscan ofrecer los mismos servicios a las personas y empresas. Es por esto, que muchas organizaciones de la industria se han visto en la obligación de ofrecer servicios adicionales a la de búsqueda de empleo, pues han empezado a brindar servicios como consejos para una entrevista, cursos para hacer una hoja de vida adecuada y completa, salarios actuales del mercado laboral, entre otra información relacionada con el área de gestión humana. Esto ha generado que la competencia sea mayor, pues cada vez los portales deben ser más amigables con el usuario interactuando con ellos a través de las diferentes redes sociales existentes.

En Colombia existen una gran variedad de sitios web, prestadores de servicios de recursos humanos. A continuación en la tabla 7. se presentan algunos:

Tabla 7. Portales de empleo en Colombia

NOMBRE SITIO WEB	DESCRIPCIÓN
Computrabajo	Ofrece a las empresas herramienta avanzadas para la gestión de los procesos de selección y facilita a los profesionales el acceso a nuevas oportunidades de empleo.
Puesto	Ofertas de trabajo para las distintas ciudades del país, agrupadas en diversas subcategorías que facilitan la búsqueda.
Trabajando	Sección de bolsa de empleo para estudiantes.
Empleos	Usa una tecnología de clase mundial, análisis de datos, una red de socios y un servicio al cliente superior para juntar personas con los mejores puestos de trabajo disponibles.
Empleate	Agiliza y mejora los procesos de selección, particularmente de las pequeñas y medianas empresas. Ofertas para trabajos en el exterior.
Manpower	Brinda la facilidad para que empresas accedan al talento humano que necesitan para alcanzar el éxito o para que los profesionales alcancen su máximo potencial. Ofertas para trabajos en el exterior.
Opción de empleo	Motor de búsqueda de empleos diseñada para facilitar a los usuarios el proceso de búsqueda de trabajo en Internet.

Fuente: elaboración propia

Se evidencia con lo anterior, que la industria está en crecimiento, pues hay un gran número de empresas participantes en el mercado que ofrecen servicios similares, por lo que si no encuentran la manera de diferenciarse, dejaran de der un foco atractivo para los clientes.

10. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES

10.1 ¿Qué compran y cómo lo compran?

Empresas

La publicación de vacantes en tiempo real, la preferencia de que estas sean mostradas en un primer plano (avisos Premium), bases de datos de hojas de vida y la posibilidad de revisar los candidatos que se postulan de manera inmediata, para así elegir los más idóneos para su

compañía. Además de comprar sitios de trabajo corporativo, los cuales consisten en la publicación de sus propios puestos disponibles directamente en su sitio web y en el portal de empleo.

Los servicios anteriores pueden ser adquiridos a través de diversos paquetes organizados por la entidad prestadora del servicio, el precio de los paquetes varía de acuerdo a los servicios que estos incluyan, además se adaptan a las necesidades del usuario. Pueden ser comprados en línea través de la página o de manera presencial, según la preferencia de la empresa. En la tabla 8 que se presenta a continuación se muestran algunos paquetes manejados por El Empleo a manera de ejemplo:

Tabla 8. Paquetes de servicios ofrecidos a empresas por EL Empleo

Paquete	Incluye	Precio	Modalidad de pago
Suscripción– Producto básico	Hojas de vida ilimitada, ofertas de empleo ilimitadas, foros y debates, calculadora salarial, administrador de selección, seminario de capacitación certificada para su empresa.	\$ 6.430.000	Presencial
Oferta de empleo tradicional	Oferta de empleo que publicada en 30 días le permitirán revisar los candidatos que se postulan.	\$412.000	En línea
Video entrevista	Cree, reciba, evalúe y comparta entrevistas en video para los candidatos de sus procesos de selección.	\$23.990	En línea

Las personas

La oportunidad de registrar la hoja de vida, de ver las vacantes y postularse a ellas en línea. Por otro lado, pueden comprar exclusividad y preferencias para ver los avisos publicados, es decir, ser una de las primeras personas en verlos o tener acceso a ellos.

La manera en que las personas compran los servicios es gratuita en un primer momento si solo se desea tener acceso a vacantes de empleo y postularse a estas, si se desean tener beneficios preferenciales estos si tienen un costo el cual varia según la entidad en la que quiera registrarse. A continuación se presenta un paquete manejado por El Empleo a manera de ejemplo:

Tabla 9. Paquetes de servicios ofrecidos a personas por El Empleo

Paquete	Incluye	Precio	Modalidad de pago
Empleo VIP	Prueba de rasgos personales Estudios Personales Prioridad en búsquedas Duración de un año	\$ 175.160	En línea

10.2 ¿Cuándo lo compran?

Empresas

Estas organizaciones buscan comprar estos paquetes cuando necesitan mejorar y facilitar los procesos de reclutamiento y selección de personal. Esta acción se realiza de manera esporádica, puesto que estos planes abarcan un período de un año o más según los términos de negociación entre el sitio web y la empresa consultora del servicio. Además, es necesario tener en cuenta que como se brindan servicios específicos que no tienen un costo muy elevado, estos tienen que estar renovándose mensual o trimestralmente según lo acordado entre las partes.

Personas

Los interesados en obtener estos servicios los adquieren cuando necesitan suplir la necesidad de un mejor empleo o buscar uno. Estos los compran de manera constante puesto que los planes están sujetos a períodos de tiempo menores a un año, por lo que tienen que

estar renovando la suscripción del paquete de manera regular para seguir teniendo acceso a los beneficios que estos ofrecen.

10.3 ¿Cuáles son las razones de compra?

Empresas

- Reduce el tiempo de publicación de las vacantes, puesto que estos se hacen de forma real lo que permite recibir una respuesta a los mismos de manera inmediata.
- Los costos son inferiores a los de publicaciones en periódico, cuñas radiales y televisión. Incluso se pueden encontrar opciones gratuitas.
- Se puede segmentar según la necesidad de la empresa, es decir, de acuerdo al perfil que están buscando. Como por ejemplo distinguir entre técnicos, altos directivos, operarios, etc.
- Se puede filtrar de manera más fácil las hojas de vida de los candidatos o postulantes, debido a que se cuenta con la posibilidad de poner condiciones o restricciones que faciliten el proceso de búsqueda de capital humano.
- Se cuenta con la posibilidad de que los anuncios sean consultados por los interesados las 24 horas al día.
- Posibilidad de visualizar currículos de personas fuera del contexto geográfico de la organización.

Personas

- Se está desempleado y desea tener una mayor cobertura para buscar oportunidades laborales.
- Facilidad para postularse a distintas vacantes de manera simultánea.
- Para buscar asesoría en temas relacionados con el mercado laboral (realización de hojas de vida, mejoramiento de competencias personales, consejos para realizar una entrevista, etc.)
- Búsqueda de exclusividad en la aplicación a vacantes, que garanticen un mejor trabajo con buenas condiciones salariales.
- Se puede filtrar según las necesidades que se tengan a la hora de aspirar en el puesto de trabajo.

10.4 ¿Cómo seleccionan y por qué lo prefieren?

Empresas

Las empresas eligen el lugar donde publicar sus vacantes de acuerdo a la naturaleza del cargo, la confiabilidad del sitio web y su certificación, además, del flujo de personas que visitan la misma y el reconocimiento a nivel nacional e internacional que haya tenido, ya que esto evidencia su efectividad y mejora en los procesos de selección y reclutamiento de personal de manera virtual. Más allá del precio, las empresas escogen calidad y prestigio de la empresa prestadora del servicio, pues si estos quieren contar con el mejor personal dentro de su organización deben estar presente en las mejores bolsas de empleo.

Personas

Las personas optan por acceder a paquetes premium que representan un gasto para ellos, con el fin de acceder a beneficios preferenciales que les permitan encontrar un empleo de manera más rápida, brindándoles capacitaciones en temas laborales. Ellos para escoger en donde comprar estos paquetes, tienen en cuenta, el número de empresas oferentes, la cantidad de aliados y el precio de los mismos, puesto que analizan su costo versus la relevancia de los beneficios y la vigencia de los mismos. Como para las personas hay modalidades de acceso gratuito esto no aplica para todas las personas usuarias de los portales.

11. METODOLOGÍA

11.1 Tipo de investigación

En un comienzo se realizó una investigación de índole cualitativa, para conocer el panorama actual de las redes sociales y como los distintos portales de empleo, utilizaban estos medios para comunicarse con sus usuarios y establecer una relación más cercana con ellos. Además se indagó acerca de la percepción que se tiene de estas herramientas en las empresas de categoría en Colombia y las principales ventajas y desventajas que presentan.

Para complementar este estudio se realizó un análisis cuantitativo, para conocer la percepción de los profesionales sobre el uso de estas herramientas, asimismo con el fin de descubrir preferencias por alguna red social determinada, tendencias y opiniones.

11.2 Método de la investigación

Cualitativo:

Se hizo una indagación en revistas de mercadeo en redes y de recursos humanos, para conocer más acerca del tema, asimismo se buscaron testimonios de personas quienes hubiesen conseguido empleo a través de cualquier sitio web de empleo y de quienes trabajan en el área de recursos humanos, en estudios realizados por entidades como gestionhumana.com. Esto con el fin de conocer la percepción de personas de diferentes partes y elaborar un panorama sobre sus percepciones y opiniones frente a esta herramienta, además de conocer como utilizan las empresas estos medios.

Cuantitativo:

Se realizó un estudio cuantitativo, ya que los objetivos son medibles a través de datos numéricos. Para recoger dichos datos, se elaboró una encuesta, que proporciona información acerca de las preferencias de los profesionales a la hora de escoger un portal de empleo, actitudes comunes entre los usuarios, etc. Dichas encuestas, para facilidad de la población a encuestar, se aplicaron por medio de Google Docs, pues esta herramienta permite a los encuestadores responder de manera más y fácil y rápida. A pesar de que se empleó este método, también se realizaron encuestas en físico, las cuales fueron de manera presencial.

11.3 Diseño de la investigación

Se utilizará un diseño de investigación de tipo descriptivo, pues este permite recopilar datos numéricos, respondiendo a preguntas de quién, cuándo, dónde y cómo. Este esquema se acomoda al estudio, ya que genera información sobre la competencia, lo cual es un factor clave que se desea analizar entre las empresas que hacen parte de este proyecto, además, suministra información con respeto a las opiniones de los cliente, sus percepciones y

satisfacción, aspectos que se pretenden encontrar y analizar en empresas que ofrecen servicios de búsqueda de empleo a través de Internet.

11.4 Fuentes y técnicas utilizadas

- Fuentes primarias: La información del trabajo de campo fue suministrada por los profesionales de las diferentes áreas del conocimiento, que viven en la ciudad de Cali, y que en algún momento hayan utilizado portales de empleo o redes sociales profesionales. Estos datos fueron recogidos específicamente para este estudio a través de la encuesta realizada (ver anexo 1), por ende son de primera instancia y facilitan información nueva del campo de investigación.
- Fuentes secundarias: Se tomaran datos recolectados por entidades como Min TIC en Colombia (fuente externa) sobre información relacionada a portales de empleo y redes sociales más usadas en el país en el último año, con el fin de obtener información que ayuden a entender más el comportamiento de las variables involucradas.

11.5 Tamaño de la muestra

Partiendo de que la muestra es la parte o fracción representativa de un conjunto de la población objetivo, que en este caso será de la ciudad de Cali. Esta muestra se calculó utilizando la siguiente fórmula matemática cuando la población es finita:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * P * Q}{e^2}$$

Dónde:

Z: es el nivel de confianza

P: población a favor

Q: Población en contra

e: error de la estimación

n: tamaño de la muestra

Se maneja un nivel de confianza del 95%, el cual nos arroja un margen de error del 5%, el P (población a favor) será de un 90%, un Q (población en contra) del 10% lo que nos da el siguiente resultado:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,90 * 0,10}{0,05^2}$$

$$n = 138,29 \cong 138$$

Dado este resultado el tamaño de la muestras para la investigación es de 138 encuestas.

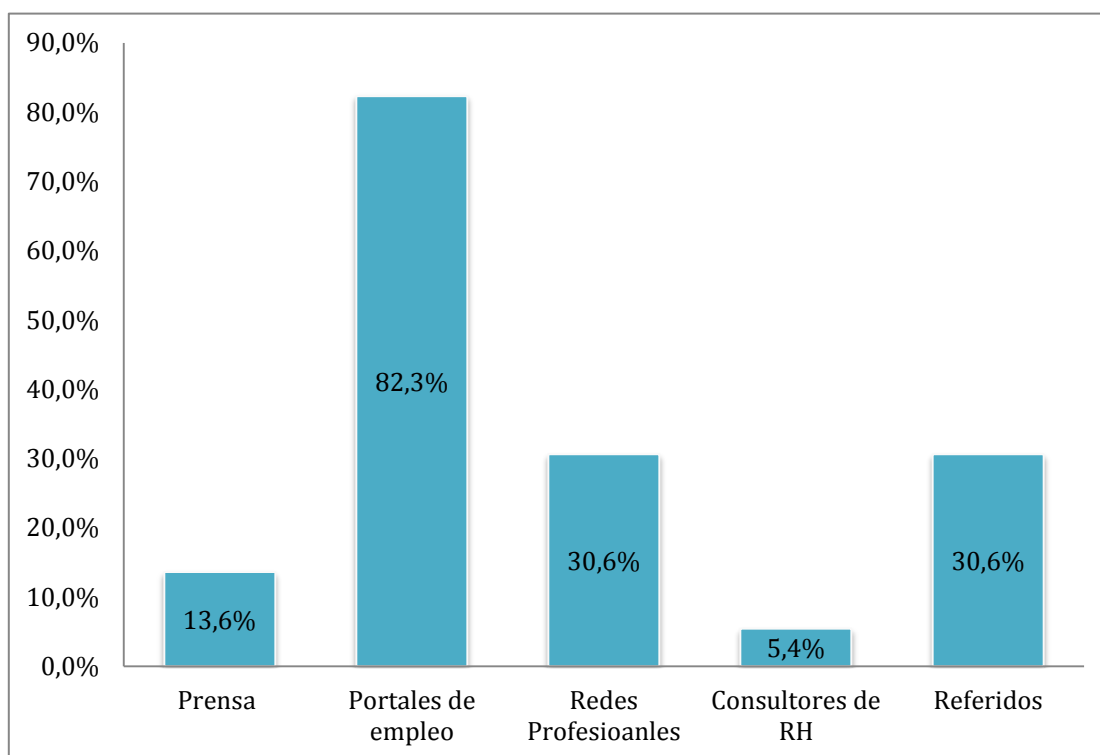
12. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

12.1 Medios utilizados para buscar empleo (Pregunta 1)

Con el fin de tener un panorama acerca de la manera en que hoy en día las personas buscan trabajo, y de conocer la importancia que tienen los portales de empleo y las redes profesionales en este proceso, se preguntó cuáles eran los medios que más frecuentaban para este fin.

Como se evidencia en el gráfico 1. el 83,2% de los encuestados respondió que utilizaba los portales de empleo para encontrar trabajo, lo que muestra como estas herramientas son cada vez más frecuentes entre los profesionales dejando atrás las maneras tradicionales como prensa y consultores de recursos humanos, que cuentan con la participación más baja con un 13,6 % y 5,4% respectivamente. Por otro lado, las redes profesionales y referidos cada una con un 30,6%, permite evidenciar que aunque su porcentaje no se acerca al de los portales de empleo, son medios usados y preferidos parcialmente.

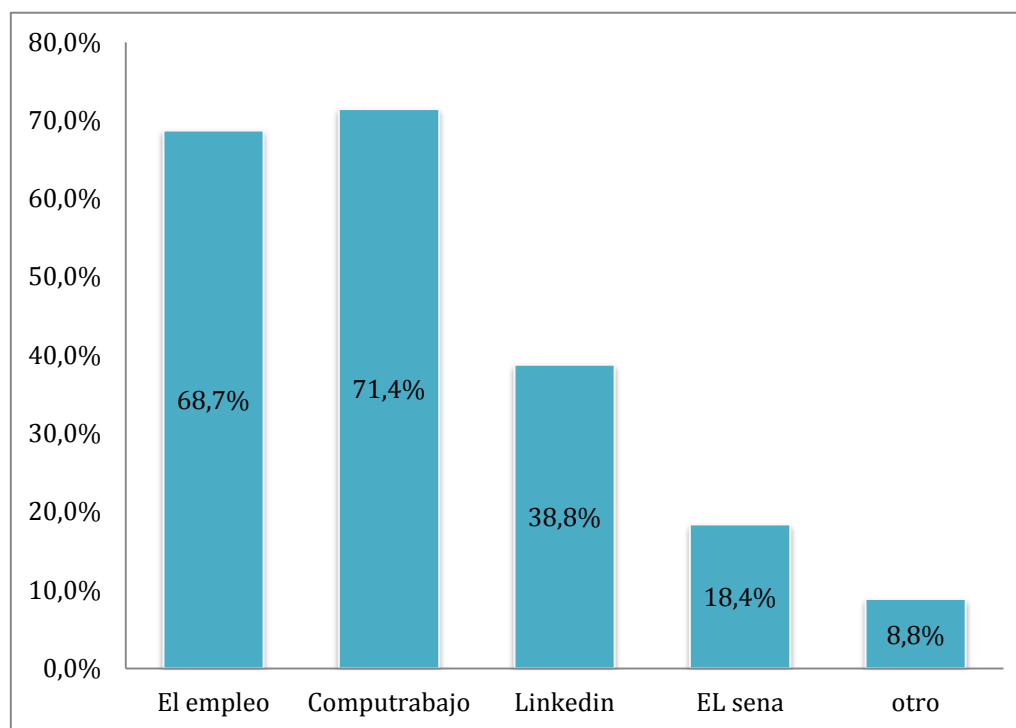
Gráfico 1. Medios utilizados para buscar empleo



12.2 Sitios Web de Empleo más usuales (Pregunta 2)

Dado el mercado objetivo que se propuso para realizar la encuesta, en la pregunta número dos se preguntó en cuáles sitios web las personas han buscado empleo por lo cual se les dio como respuesta la opción de escoger algunos de los sitios web que se dedican a ofrecer vacantes de empleo; por ende las alternativas que se seleccionaron con mayor frecuencia tal como se observa en el gráfico 2. Fueron Computrabajo con 71.4%, El empleo.com con 68.7% y LinkedIn con 38.8%; mientras que las de menor frecuencia pertenecen a El SENA con 18.4% y otros portales con un 10.9%.

Gráfico 2- Sitios web de empleo más usados



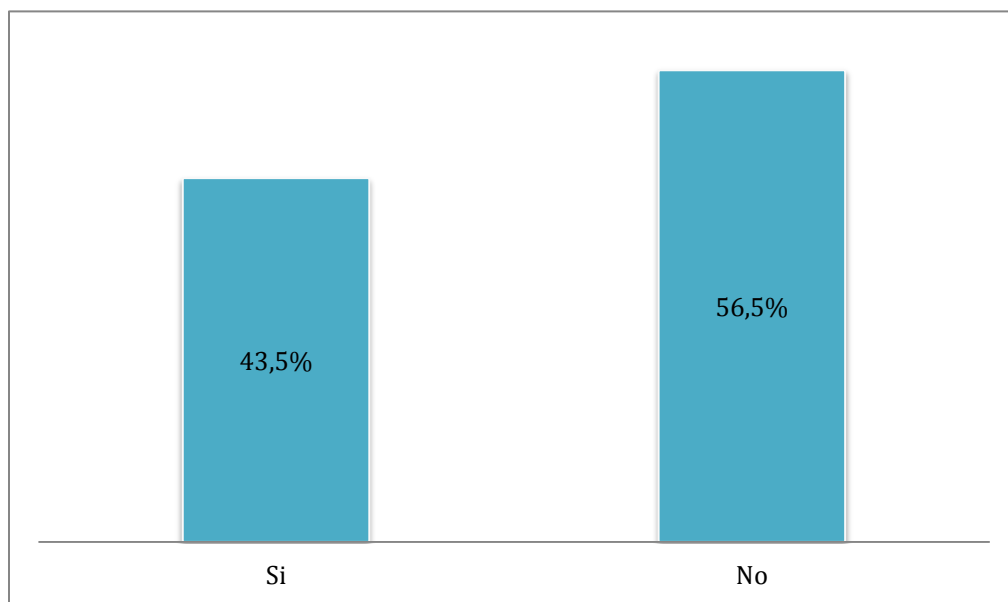
Así mismo, se puede observar que hoy en día la población de profesionales caleños se encuentra de manera activa utilizando estos sitios de búsqueda de empleo, ya que les permiten estar al tanto de las diferentes vacantes que ofrecen las empresas por estos medios y ayuda agilizar los procesos de reclutamiento y selección de personal. Por otro lado, es importante recalcar que uno de los portales de empleo que la gente utiliza por su rápida respuesta es Computrabajo y también por las sugerencias que brindan unas personas a otras por la buena experiencia que han tenido de este.

12.3 Los portales de empleo son seguidos a través de las redes sociales (Pregunta 3)

En la pregunta número tres se indago a la población acerca de que si seguían por medio de alguna red social los sitios web de trabajo. Como se observa en el gráfico 3. la mayoría de los encuestados respondió que No con un 56.5%, mientras que un porcentaje un poco menor respondió que Sí con el 43,5 % del total de los encuestados.

A partir de estos resultados se puede evidenciar que los portales web de empleo no se dan mucho a conocer por los medios de comunicación como son las redes sociales, generando la falta de conocimiento que los usuarios podrían tener acerca de diferentes temas laborales que a la población podría interesarle; sin embargo, muchas personas se ponen en la tarea de buscar estos sitios para estar informada y lo que la empresa debe hacer ante esta situación es pagar por publicidad para que así puedan tener un acercamiento con aquellos que deseen saber un poco más de temas laborales.

Gráfico 3. Los usuarios siguen a través de redes sociales los portales de empleo



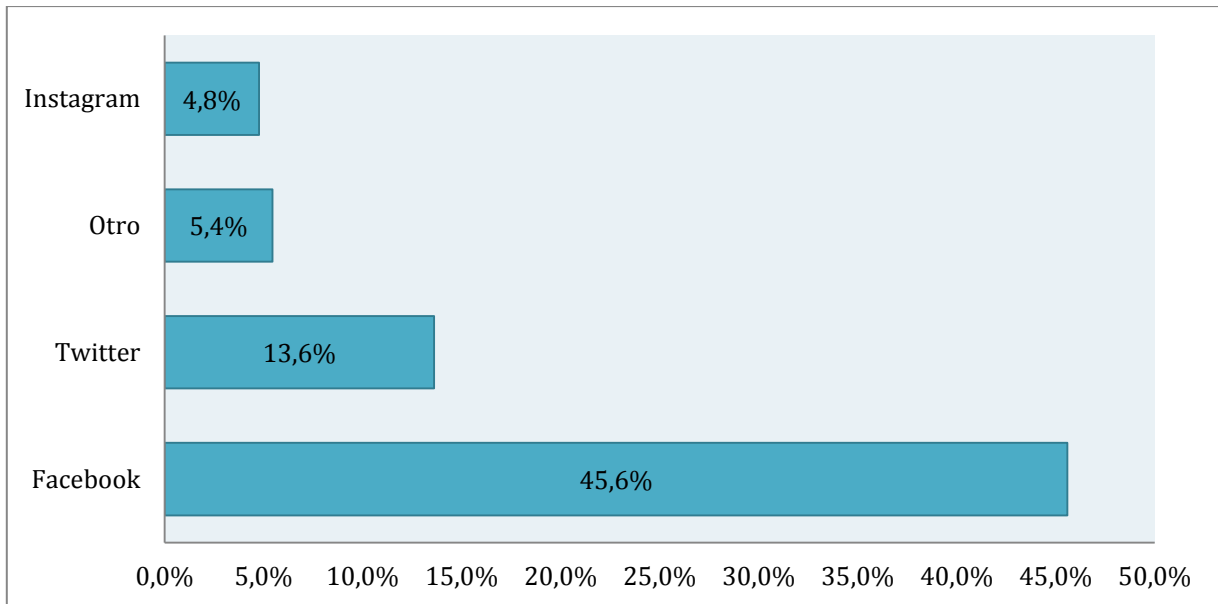
12.4 Redes sociales en las que los usuarios siguen a las empresas mencionadas (pregunta 4)

Acorde con la pregunta anterior las personas que habían respondido que Sí, podían responder la siguiente pregunta la cual consistía en saber por medio de que redes sociales seguían los sitios web de empleo; se obtuvo como resultado que la red social que más usan para seguir los portales de trabajo web es Facebook con un 45.6%, seguido de Twitter con 13.6%, Instagram con 4.8% y otros con 5.4%.

De acuerdo a lo anterior, se observa que los sitios web de empleo deben enfocarse mucho en brindar información completa y fácil de entender por medio de las redes sociales como

es Facebook que frecuentemente utilizan las personas y de un mismo modo manteniendo el perfil de estos sitios con información actualizada para que las personas se encuentren al tanto de lo que pasa en el mercado laboral; esto se debe tener en cuenta debido a que las personas tienen una alta participación en las redes por lo que las empresas de reclutamiento web deben brindar una comunicación efectiva a sus usuarios.

Gráfico 4. Redes sociales

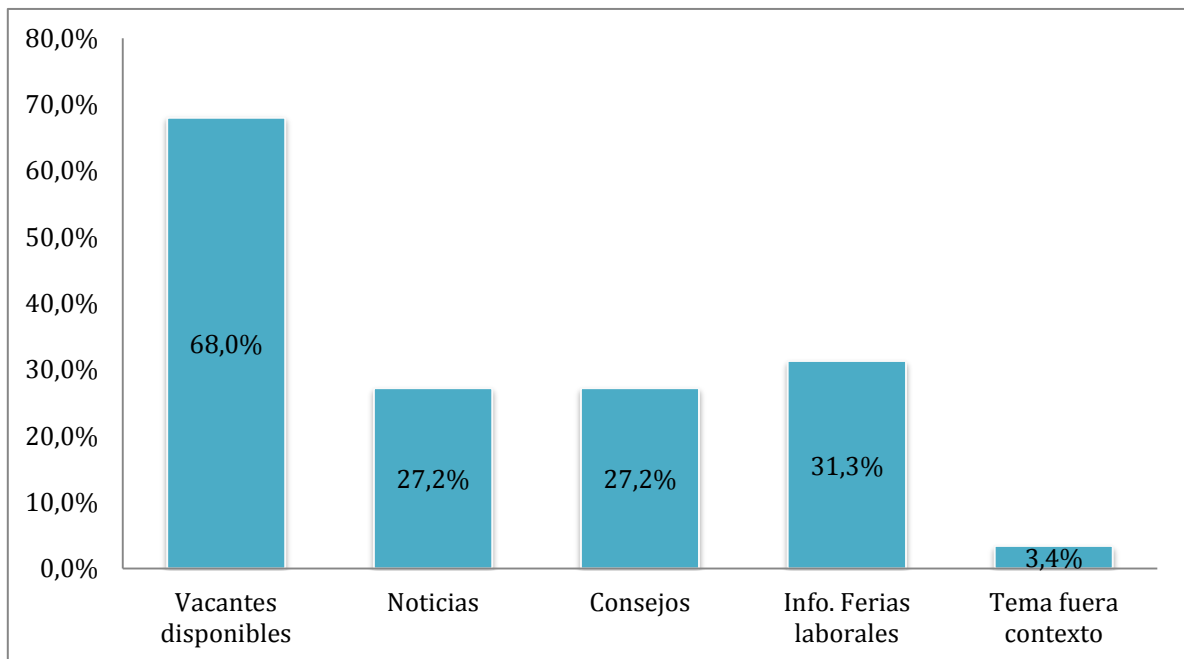


12.5 Información que los usuarios prefieren ver de los sitios web de empleo en las redes sociales (Pregunta 5)

Como se observa en el gráfico 5, de los encuestados el 68% respondieron que la información que preferían que los sitios web de empleo publicaran en sus redes sociales eran las ofertas vacantes, seguido de información de ferias laborales con un 31.3%, por otro lado se encuentran las noticias del entorno y consejos de empleabilidad ambas con el 27.2% y los temas fuera del contexto laboral con un porcentaje inferior a los demás con el 3.4%.

Por tanto se puede afirmar que el mayor interés que los encuestados tienen con respecto a la información que los portales de empleo pueden publicar en las redes sociales es con respecto a las diversas ofertas de trabajo que difunden, lo cual permite a que las personas logren tener un fácil acceso de estas a la hora en que ingresan a las estas redes. Sin embargo, tenemos también una preferencia por otro de los temas propuestos en la encuesta el cual fue la información de las ferias laborales, ya que los usuarios se encuentran pendientes de estos eventos los cuales permiten lograr tener contacto con las empresas de su interés para trabajar a través de la información clara que ofrezcan los portales por sus redes.

Gráfico 5. Información que los usuarios prefieren ver en las redes sociales



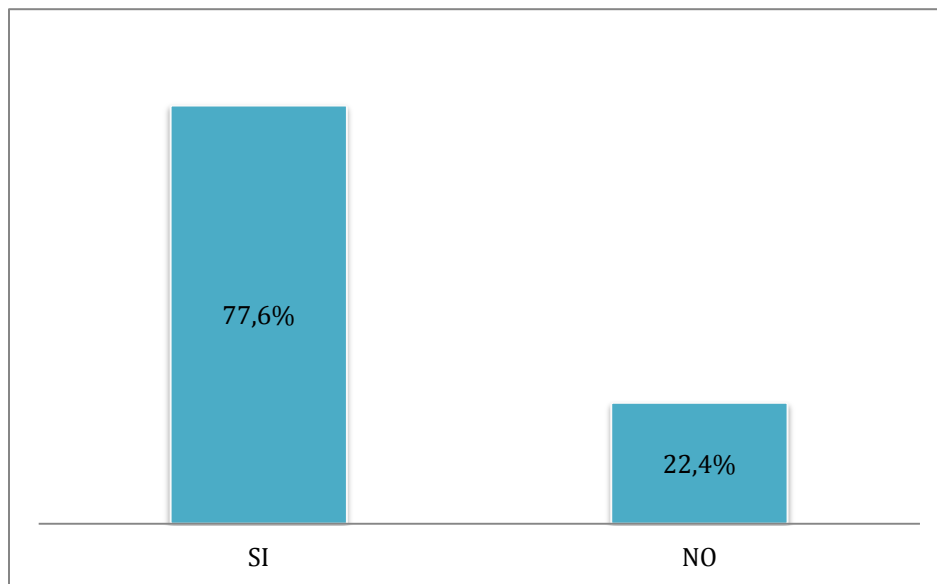
12.6 Los portales de empleo han facilitado los procesos de búsqueda de empleo (Pregunta 6)

Los portales de empleo son medios que los profesionales están utilizando con mayor frecuencia para la búsqueda de empleo, por lo que es importante conocer si realmente estos son útiles para este proceso. Es por esto, que se preguntó a los encuestados si consideraban que estos sitios web les ha facilitado la forma de buscar y encontrar trabajo. Por otro lado

con el fin de identificar cuáles eran los motivos y razones por los que cada persona escogía entre una respuesta u otra, se preguntó el porqué de su escogencia.

En la gráfica 6 se observa como el 72,6% de los encuestados respondió de manera afirmativa en comparación con aquellos que lo hicieron de forma negativa, pues estos representan apenas un 22,4%, lo cual da muestra de que estos sitios web ayudan de una u otra manera a sus usuarios a realizar procesos de búsqueda de manera más fácil y eficiente, además de que las percepciones sobre este tipo de sitios son favorables en la mayoría de los profesionales, esto gracias a sus experiencias propias o ajenas, en algunos casos.

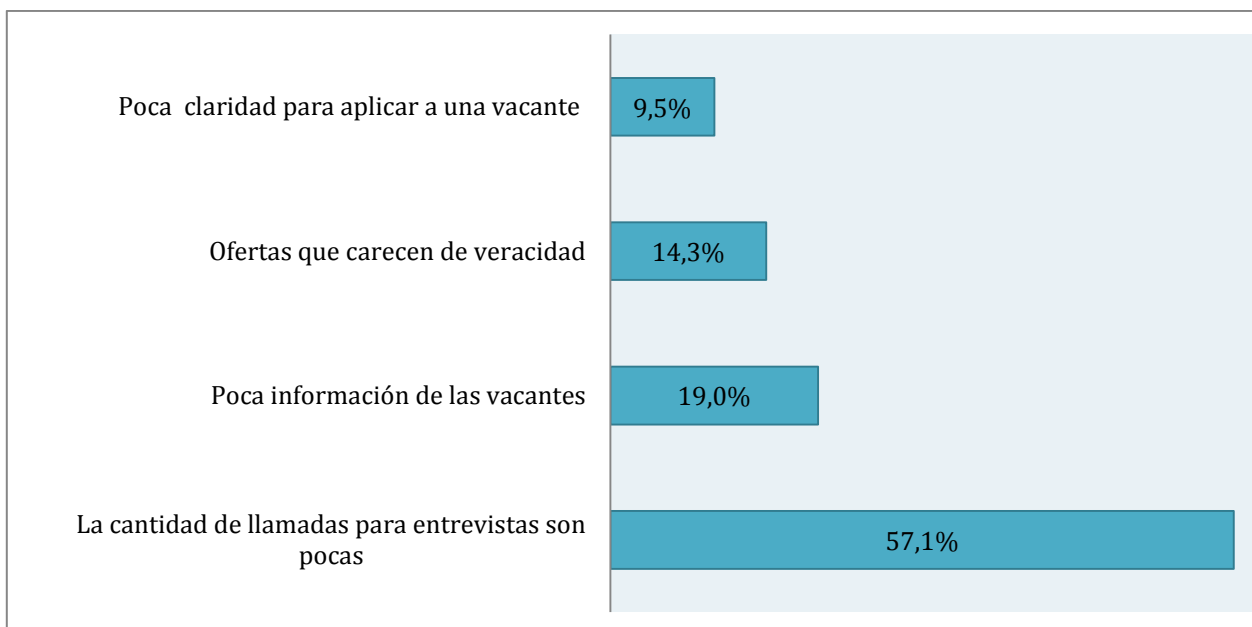
Gráfico 6. ¿Los portales de empleo facilitan la búsqueda?



- **Negativas**

Dentro de las razones más destacadas y repetitivas que establecieron los encuestados que respondieron de manera negativa, se encuentran la poca cantidad de llamadas recibidas para una entrevista, la falta de información de las vacantes, la poca claridad para aplicar a las mismas y la carente veracidad de las ofertas.

Gráfico 7. Razones Negativas



Como se muestra en el gráfico 7, el motivo más importante para los usuarios es la poca cantidad de llamadas que reciben para realizar entrevistas, el cual representa el 57,1%, lo que indica que la mayoría de personas considera que estos sitios no les proporcionan ninguna ayuda adicional, pues el número de entrevistas a las que son convocados son muy pocas, y por ende las oportunidades son menos. Por otro lado, el 19,0% de los encuestados respondió que la poca información de las vacantes es otro motivo de peso por el cual no consideran que estos medios sean demasiado eficientes, adicionalmente, el 14,3% aseguró que la carencia de veracidad en las ofertas es un motivo que no debe dejarse a un lado. La razón menos importante con un 9,5% fue la poca claridad a la hora de aplicar a una vacante.

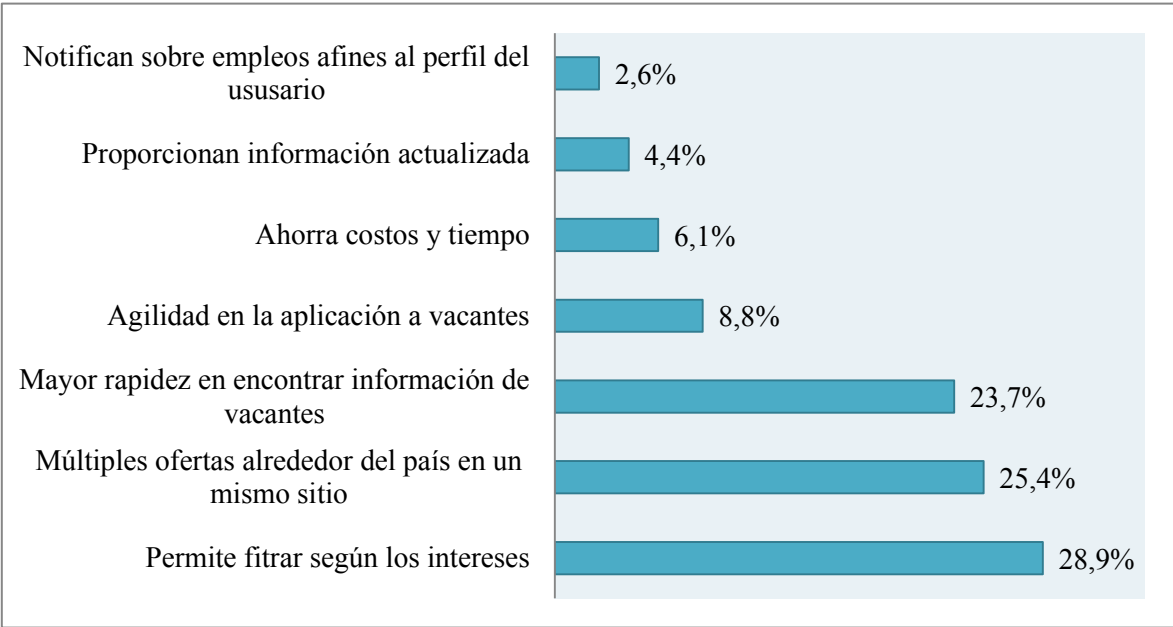
- **Razones positivas**

Asimismo, como se analizaron las respuestas negativas, es importante ver lo que sucedió en con aquellas que fueron positivas. Como puede observarse en el gráfico 8, el 28,9% de los encuestados que respondieron de manera afirmativa considera que estos sitios facilitan su proceso de búsqueda de empleo, gracias a que permiten filtrar según los intereses de cada persona, la ubicación, el nivel de cargo y empresa que desean, esto significa que para la

mayoría este es una de las principales facilidades que brindan estos portales; además de las múltiples ofertas que proporcionan alrededor del país y la rapidez para encontrar información sobre las vacantes, pues dichas razones cuentan con una alta participación, 25,4% y 23,7% respectivamente.

Con respecto al resto de razones mencionadas, estas no fueron consideradas tan importantes como las anteriores, por lo cual obtuvieron porcentajes bajos, por ejemplo las notificaciones de empleo no fue un beneficio que los encuestados consideraran muy relevante, por lo cual solo el 2,6% respondió esto, al igual que solo un 4,4% destacó la información actualizada que proporcionan estos sitios web. En cuanto al ahorro de dinero y tiempo, y a la agilidad en la aplicación a vacantes, aunque solo un 6,1% y 8,8% respondieron a estas opciones respectivamente, esto permite evidenciar que los usuarios perciben el valor adicional que proporcionan estos portales, pues dentro de sus principales objetivos está facilitar los procesos de búsqueda de empleo a los profesionales y ayudar a las empresas a realizar los mismos de manera ágil y rápida disminuyendo costos para ambos.

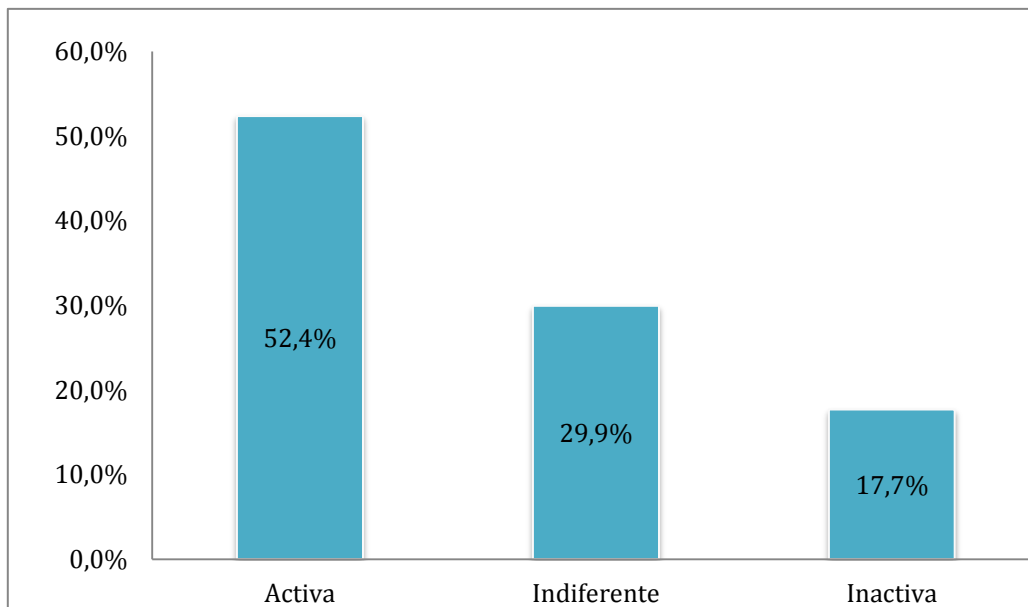
Gráfico 8. Razones Positivas



12.7 Participación de los usuarios dentro de los portales de empleo (pregunta 7)

Los portales de empleo dan la facilidad de registrarse y crear un usuario, lo cual permite actualizar datos personales y laborales en el momento que se desee, además de tener acceso a información de las vacantes afines a los intereses propios. Es por esto, que se preguntó a los usuarios cómo era su participación en estos sitios, ya que de esta depende que sean útiles estos medios, pues si los datos no mantienen actualizados y no se aplica a las vacantes ofertadas no se tendrán los resultados esperados.

Gráfico 9. Participación de los usuarios dentro de los portales de empleo



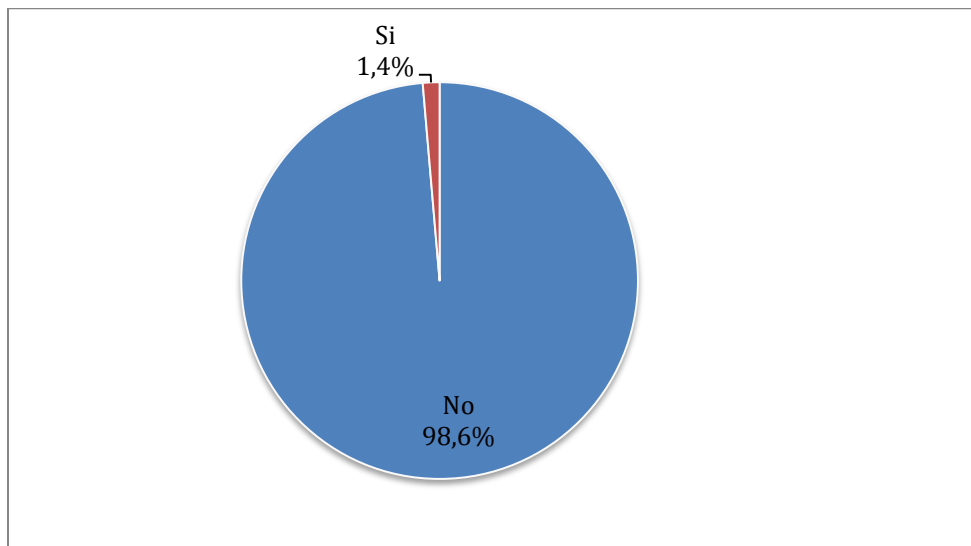
A este interrogante como se muestra en la gráfica 9. el 52,4% de los encuestados respondió que su participación era activa, un 29,9 % que era indiferente y un 17,7% que era inactiva. Estos resultados dejan ver, como la mayoría se preocupa por estar revisando su usuario, actualizar sus datos personales, aplicar a vacantes, agregar información a su currículum y demás, pues estos son factores propios de personas con participación activa dentro de los portales de empleo. Por otro lado, hay un gran porcentaje que es indiferente e inactivo, esto evidencia que los usuarios solo registran sus datos de manera inicial pero no están pendientes de tener su información al día, además de que esas personas no aprovechan de la mejor manera esta herramienta o quizás no les interesa conseguir realmente empleo por estos medios.

12.8 Disposición para pagar por servicios adicionales en los portales de empleo (pregunta 8)

Se preguntó a los encuestados acerca de si pagaban por algún servicio adicional en los portales de empleo en los cuales estaban registrados, con el fin de conocer que tan atractivos eran para ellos estos servicios y si realmente eran usados por la gran mayoría.

A esta pregunta cómo se contempla en el gráfico 10. el 98,6% de los encuestados respondió que NO ha pagado por estos servicios adicionales en comparación con un 1,4% que aseguró haberlo hecho, esto muestra como a pesar de que algunos sitios ofrecen la posibilidad de pagar por beneficios extras, la gente prefiere no asumirlos o simplemente utilizar aquellos que son gratuitos. Por otro lado, aquellos que respondieron de manera afirmativa que fueron exactamente 2 personas, dijeron haber utilizado el servicio de empleo VIP ofrecido por el Eempleo.com, aunque es una cantidad baja y poco representativa, permite ver como estos servicios no son del todo desconocidos y omitidos por la población.

Gráfico 10. Disposición a pagar por servicios adicionales



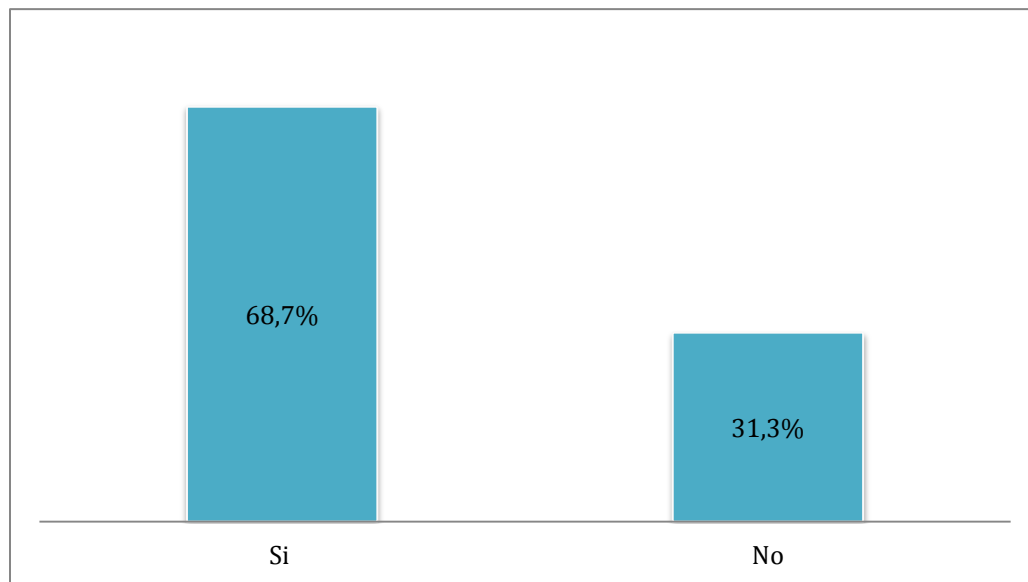
Es importante tener claro que no todos los portales o redes sociales profesionales ofrecen servicios que tienen algún costo, por ende depende de en cuáles se esté registrado y el posicionamiento de los mismos, para poder estar dispuesto a pagar por algún beneficio. El empleo.com por su parte, al ser reconocido en este mercado, ofrece este tipo de productos

en comparación con computrabajo.com y otros que no ofrecen ninguno. Esto se evidencia claramente en las respuestas, pues el 1,4% equivalente a dos personas, solo ha pagado por servicios en elemplo.com y no en ningún otro portal en los que es usuario.

12.9 Los portales de empleo ofrecen vacantes en empresas reconocidas de la ciudad de Cali (Pregunta 9)

Para conocer si estos portales ofrecen vacantes en empresas reconocidas y bien posicionadas en la ciudad de Cali, se preguntó a los profesionales su percepción acerca de esta apreciación.

Gráfico 11. ¿Los portales de empleo ofrecen vacantes en empresas reconocidas de la ciudad de Cali



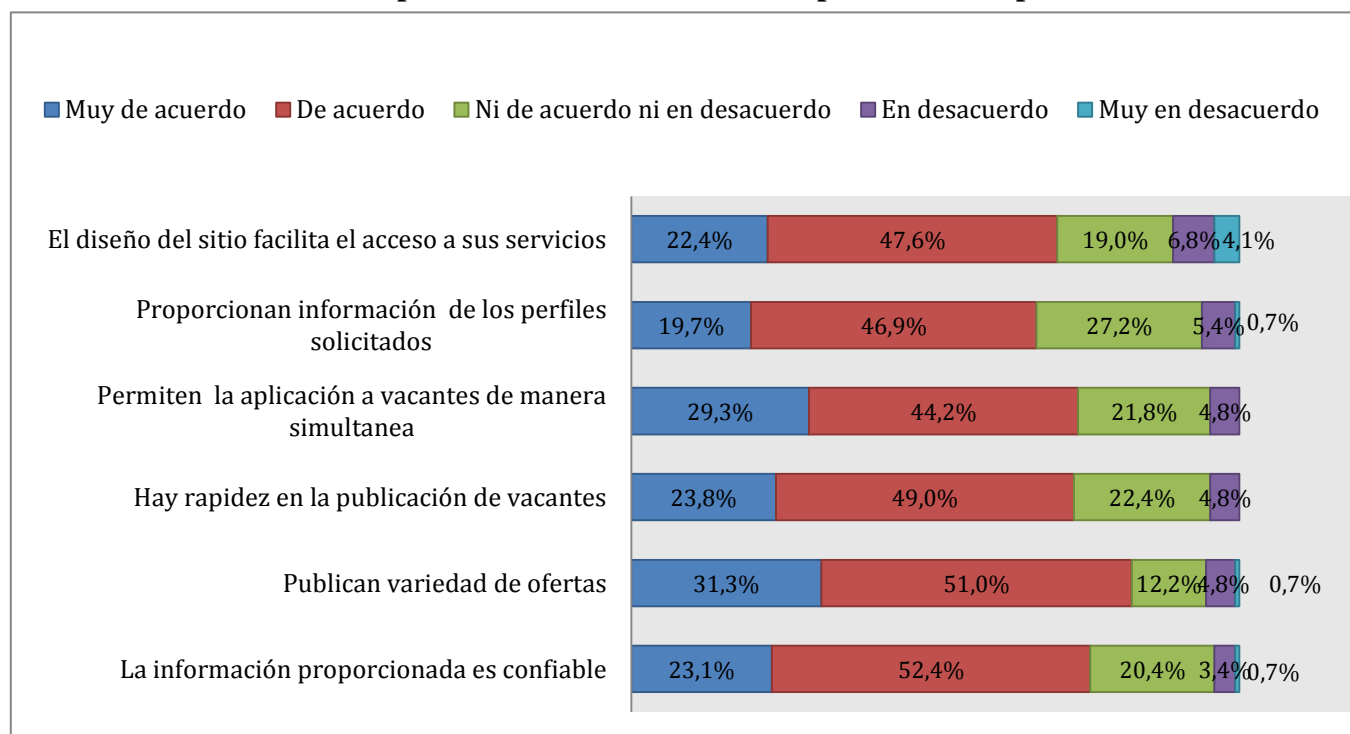
Como se ilustra en el gráfico 11. a esta pregunta el 68,7% de los encuestados respondió que SI consideraba que estos portales ofrecían vacantes en las diferentes empresas más reconocidas y posicionadas de la ciudad de Cali, en contraste con un 31,3% que aseguró no tener la misma percepción, lo cual indica que para la mayoría de los profesionales estos sitios son una opción de búsqueda, ya que permiten tener acceso a ofertas laborales en empresas importantes en cargos no solo operativos sino ejecutivos, lo cual motiva a las personas a utilizar más estos medios, pues tienen acceso a mucha información verídica, aunque cabe resaltar que esto va a depender de los portales en los que se esté registrado,

pues la veracidad varía dependiendo al reconocimiento y posicionamiento de estos sitios web.

12.10 Percepción de los usuarios acerca de los portales de empleo

La percepción de los usuarios sobre las distintos beneficios que proporcionan los portales de empleo permite conocer cuáles consideran más importantes y cuáles no, es por esto que se dio algunas afirmaciones con las que se pretendía conocer que era lo que más destacaban los encuestados.

Gráfico 12. Percepción de los usuarios sobre los portales de empleo



Lo más relevante es la variedad de ofertas que publican estos sitios, pues fue la afirmación con la que la mayoría de los encuestados dijo estar muy de acuerdo, como se observa en el gráfico 12 esta tiene un porcentaje de participación del 31,3%, seguido de la aplicación a vacantes de manera simultánea que cuenta con un 29,3%. Esto muestra como para los usuarios es valioso que estos sitios propicien ofertas según los interés propios, y permitan enviar hojas de vida a diferentes empresas que tienen vacantes disponibles.

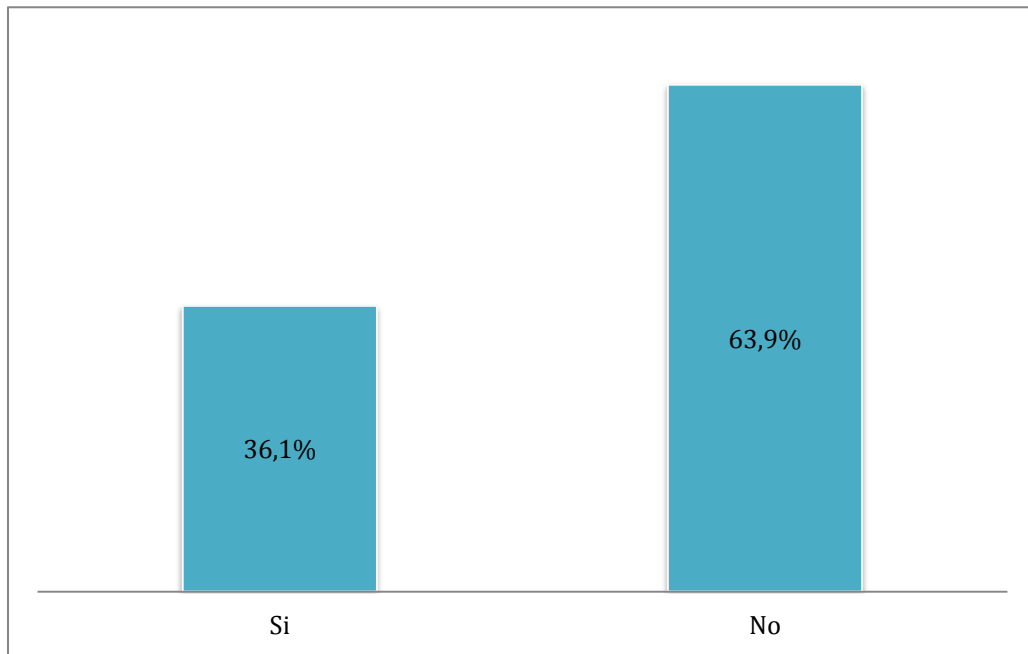
Otras apreciaciones relevantes son la veracidad de la información publicada, es un factor demasiado importante para los usuarios, pues la mayoría de la población aseguro estar de acuerdo con esto, por lo cual se observa con un porcentaje de 52,4% en la misma gráfica. Por otro lado, la rapidez en la publicación de vacantes, la facilidad con la que se puede acceder a los servicios y la información detallada del perfil solicitado, son factores que representan importancia para el usuario, por lo que cuentan con un porcentaje de participación alta dentro de los que dijeron estar de acuerdo con estas afirmaciones, tienen el 49,0%, 47,6% y 46,9% respectivamente.

Lo anterior, muestra como la mayoría de encuestados se encuentran entre los que respondieron estar muy de acuerdo y de acuerdo, lo que evidencia que ralmente la gente tiene una percepción positiva de la mayoría de los beneficios que proporcionan estos medios. En contraste con esto, aunque varios aseguraron ser indiferentes, el porcentaje de en desacuerdo y muy en desacuerdo fue muy bajo, lo que permite constatar como las percepciones de los usuarios realmente tienden a ser buenas, y creen que estos sitios son una alternativa muy eficiente para la búsqueda de empleo, o al menos facilita el proceso.

12.11 Obtención de empleo a través de Sitios Web especializados para este fin (Pregunta 11)

En el gráfico 14 se evidencia apenas un 36.1% de los encuestados respondió que si había conseguidos trabajo por medio de estos sitios, mientras que un 63.9% afirmó no haber tenido la misma experiencia. Se puede analizar que este nuevo método de búsqueda de trabajo apenas se encuentra incursionando en la sociedad caleña, y que no es tan efectivo como se cree ya que muchas personas apenas se encuentran probando este nuevo proceso diferente del tradicional.

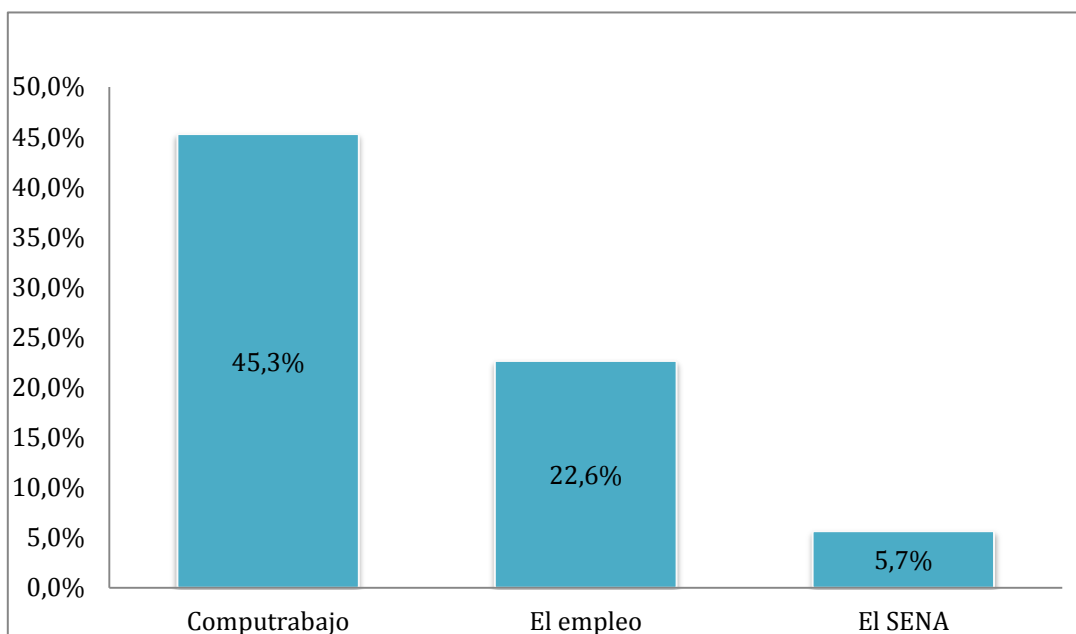
Gráfico 13. ¿Los usuarios han conseguido empleo a través de estos sitios web?



Los encuestados que respondieron sí a la anterior pregunta, nos permitieron conocer que sitios web eran más productivos a la hora de conseguir empleo; como se observa en el gráfico 15 el portal de trabajo web con mayor número de elecciones fue Computrabajo representado con un 45,3%, con la mitad de este se encuentra Eempleo.com con un 22,6% y en último lugar se encuentra el SENA con un 5,7%.

Como podemos observar el portal de trabajo web con mayor preferencia por la sociedad caleña es Computrabajo, ya que la mayoría de los usuarios han encontrado trabajo a través de este medio, de tal forma que facilita tiempo y dinero tanto de las personas como el de las empresas que contratan estos intermediarios para que den a conocer las ofertas de trabajo que realicen y sea mucho más eficaz.

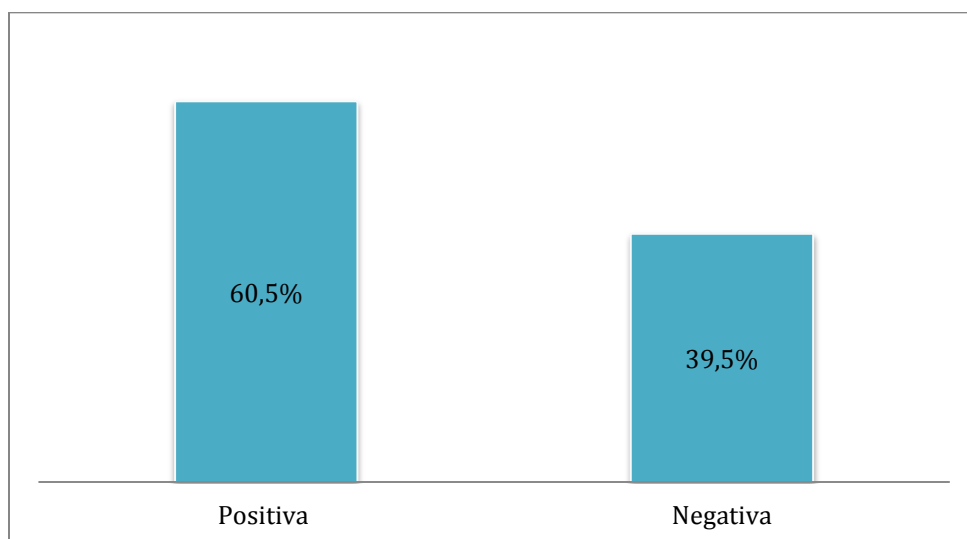
Gráfico 14. Sitios web más frecuentes para buscar empleo



12.12 Experiencia de búsqueda a través de los portales de empleo

De acuerdo a la experiencia que tienen los usuarios en los sitios web de empleo, el 60.5% de la población respondió que su experiencia era positiva; mientras que con el 39.5% la población encuestada respondió que la experiencia que habían tenido a la hora de usar los servicios de los portales de empleo era negativa.

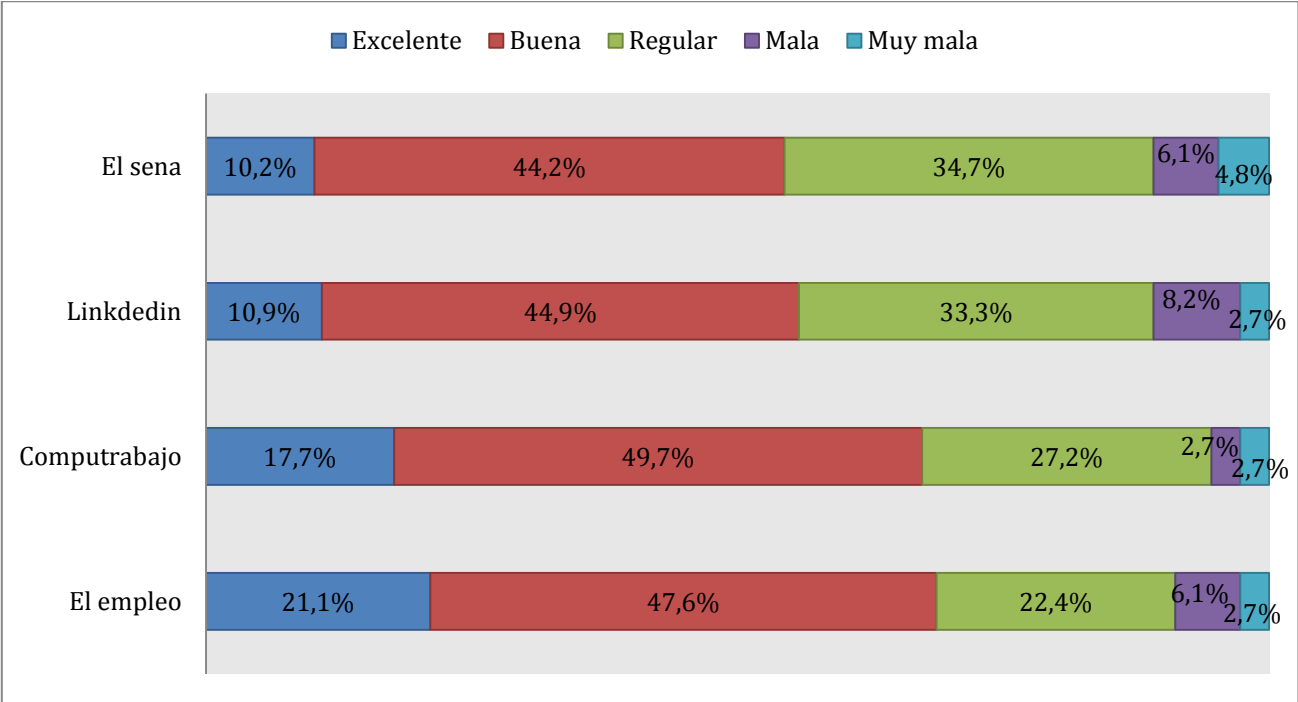
Gráfico 15. Experiencia a través de los sitios web de empleo



Al responder que era positiva, los encuestados nos dieron a conocer las razones por las cuales contestaron en esta opción. Estas razones fueron que habían obtenido empleo, tenían variedad de las vacantes, que era útil no por su experiencia sino por la de otras personas, porque era rápido y fácil, habían tenido en cuenta sus hojas de vida y los habían llamado para tener entrevistas, es efectiva y brinda una información clara. En contraste con la respuesta negativa, sus razones fueron no encontraron empleo a través de estos sitios, no los contactaban, encontraban mucha competencia, el puesto que les interesaba tenía un salario muy bajo y casi no habían oportunidades, no encuentran lo que buscan, hay poca confiabilidad, la información que brinda el portal de empleo es incompleta, habían pocas ofertas, son lentos al responder, no cerraban las vacantes que se encontraban llenas y por ultimo no ofrecen buenos empleos.

12.13 Manera en que los usuarios califican la gestión que realizan los Sitios Web de Empleo (Pregunta 13)

Gráfico 16. Gestión de los sitios web de empleo



El empleo

Los encuestados se les pregunto cómo calificaban la gestión que se hacía en el portal el empleo.com, a esta pregunta tal como se observa en la gráfica 13 un 47.6% las personas consideraron que la gestión que realiza esta empresa es Buena y es la máxima puntuación que obtuvieron; luego sigue una calificación Regular con el 22.4% y en tercer lugar se presenta el 21.1% representando la opción de Excelencia; los dos resultados más bajos fueron Mala gestión con el 6.1% y Muy Mala con 2.7%.

Computrabajo

De acuerdo a la gestión que realiza Computrabajo.com como sitio web de empleo, es algo similar a la anterior por lo que se puede encontrar en primer lugar la opción Buena gestión con un porcentaje de 50.3%, luego le sigue la opción de gestión la cual se considera Regular por parte de los encuestados con el 26.5%, en tercer lugar se puede apreciar con un 17.7% la alternativa de Excelente y en los dos últimos lugares con un 2.7% ambas opciones como lo son Mala y Muy Mala.

Linkedin

Dada la calificación con respecto a la gestión que se tiene en cuenta en la red profesional Linkedin se puede analizar que la mayor participación entre las diversas opciones que se dan para seleccionar la más acertada con el 44.9% fue la buena gestión que tiene esta empresa, seguida de una gestión regular que se distingue por el 33.3% según la respuesta de la población y por otro lado tenemos entre las bajas las alternativas de excelencia con el 10.9%, la opción mala con el 8.2% y por ultimo muy mala gestión con 2.7% que consideraron las personas teniendo en cuenta este sitio.

El SENA

Por último la gestión de la empresa que se toma en cuenta en esta pregunta fue la del SENA, la cual cuenta con una alta respuesta en las opciones semejantes que se mencionaron en los dos últimos gráficos. Se inicia con la calificación de Excelente con un 10.2%, las opciones Buena y Regular cuentan con los porcentajes más altos de este gráfico

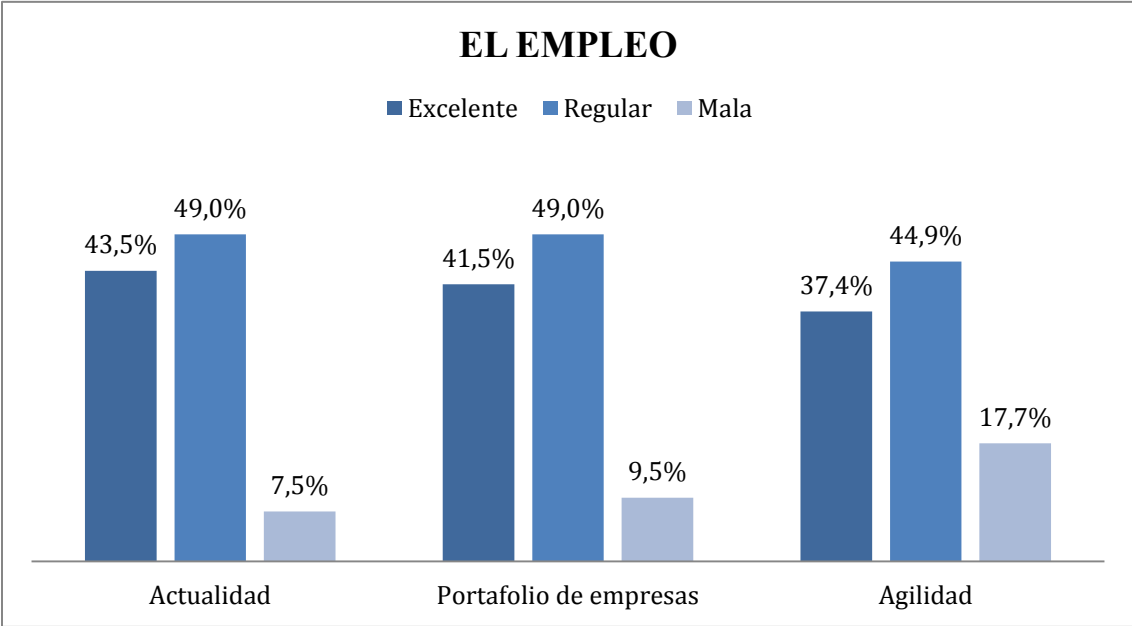
con un 44.2% y 34.7%; y como se ha analizado en las dos últimas gráficas, los porcentajes más bajos se encontraron en las alternativas de Mala con 6.1% y Muy Mala con 4.8%.

Llegado a este punto se puede observar un similar comportamiento con respecto a las respuestas que se tuvieron con relación a la gestión de los diferentes sitios de empleo web, por lo que los encuestados en su mayoría no perciben una excelente administración que realizan estos sitios a la hora de brindar su información o incursión en su mercado objetivo.

12.14 Atributos claves para evaluar en los Portales de Empleo (Pregunta 14)

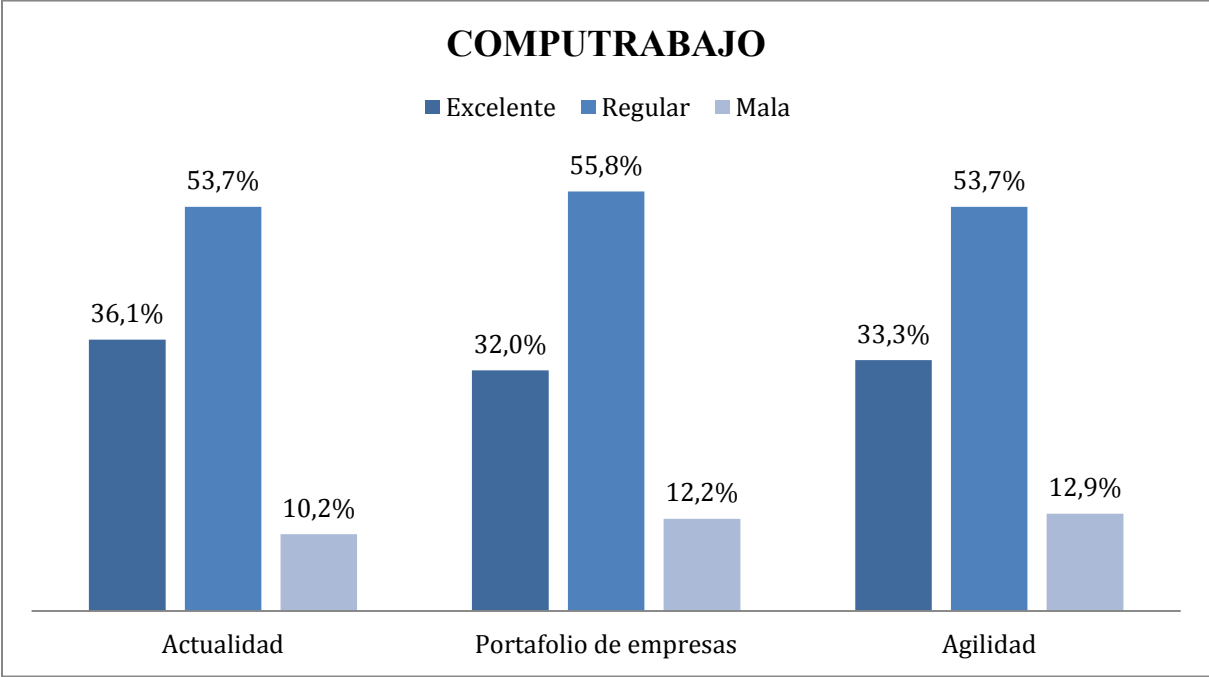
Dado los atributos claves en los Portales de Empleo que se tuvieron en cuenta para esta pregunta, se puede analizar que los encuestados asignaron una calificación dependiendo de la experiencia que han tenido o conocían por medio de otras personas que normalmente utilizan estos sitios web de empleo. Para esto tuvieron tres opciones de calificación las cuales fueron excelente, regular y mala con relación a las cualidades más significativas de estos sitios como la actualidad tanto en ofertas de empleo como la información que puede dar estas organizaciones a los usuarios; el portafolio de empresas y la agilidad que tienen estas compañías a la hora de responder a las personas.

Gráfico 17. El Empleo



El 49% de la población encuestada respondió que Elempleo.com en cuestión de actualidad tiene un desempeño regular dada así como la calificación de mayor porcentaje con respecto a este atributo pero no muy lejos de la opción de excelencia que representa un 43.5% la cual no tiene mucha diferencia con la anterior; mientras que en el resultado de la alternativa de mala cuenta con un 7.5% lo cual se interpreta como el resultado más bajo pero no tiene mucha similitud de acuerdo a las dos calificaciones anteriores. Además tenemos el portafolio de empresas que su máxima representación es del 49% con una calificación regular por parte de los usuarios, mientras que la opción de excelencia en este atributo obtuvo un 41.5% y la mala fue de 9.5%. Por último, en el atributo de Agilidad sigue la misma tendencia de porcentajes siendo el regular el más frecuente en las respuestas con el 44.9%, seguido del excelente con un 37.4% y finalmente con un 17.7% la opción de calificación mala.

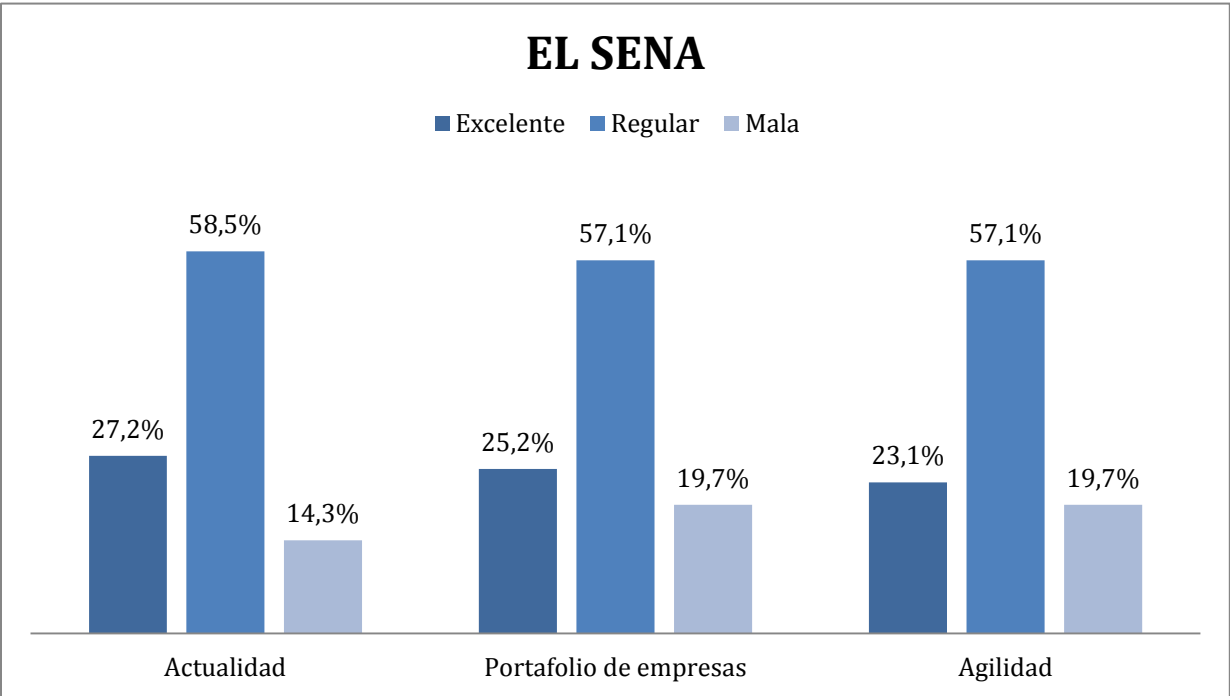
Gráfico 18. Computrabajo



Ahora se puede observar que el portal de empleo Computrabajo sigue la misma tendencia que la del Elempleo.com, liderando así entre los tres atributos la calificación regular. En primera estancia encontramos en Actualidad un 53.7% en la opción de regular y en las otras dos que son excelencia con un 36.1% y mala con un 10.2%; seguido del Portafolio de

Empresas con un 55.8% en la calificación regular y 32% y 12.2% en las opciones de excelente y mala; finalmente encontramos Agilidad que llevan a cabo este sitio web con un 53.7% en la evaluación regular, 33.3% de la población selecciono que era excelente y el resto con un 12.9% eligió que era mala.

Gráfico 19. El Sena



Finalmente, en el sitio web de empleo EL SENA nuevamente se nota la misma tendencia de calificación de las características de los portales, siendo la opción de evaluación regular la que tiene mayor porcentaje en todas la cualidades que representan los portales en esta pregunta; en actualidad tiene un 58.5% en la regular, en la de excelencia un 27.2% y en la mala un 14.3%; por otro lado, en el atributo acerca del portafolio de empresas que tiene este portal la opción regular cuenta con un 57.1% mientras que la regular y la mala se encuentran entre 25.2% y 19.7%; y en la agilidad que logran tener esta empresa se encuentra en primer lugar la alternativa de calificación regular representando el 57.1%, y la regular y mala representan el 23.1% y 19.7%.

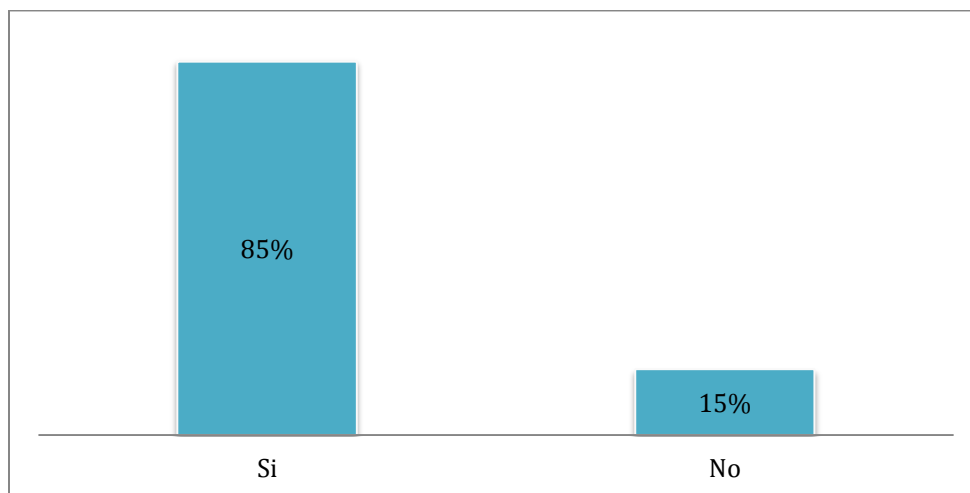
Se puede observar que los encuestados en general tuvieron una tendencia de respuesta similar en todos los portales de empleo y aunque en uno la representación porcentual fue

más alta, se puede concluir que la que estuvo mejor catalogada con respecto a todos los atributos fue el sitio web de empleo del SENA.

12.15 Recomendación por parte de los usuarios acerca del uso de los Portales de Empleo Web (Pregunta 15).

Según la percepción que los encuestados han tenido con respecto a los sitios de empleo en la web, se observa en la gráfica 15 que el 84.4% de la población estarían dispuestos a recomendar estos medios para buscar empleo, ya que en algunas ocasiones ha sido eficiente y han tenido una buena experiencia con estos portales de empleo; por otro lado, a diferencia de lo que se mencionó anteriormente se cuenta con un porcentaje del 15 en donde las personas encuestadas no estarían dispuestas a recomendar sitios de empleo por internet, dado que muchos no han obtenido los resultados esperados por lo cual no se sienten muy satisfechos y en ninguna circunstancia sugerirían ser parte de estos portales.

Gráfico 20. ¿Recomendaría estos medios para buscar empleo?

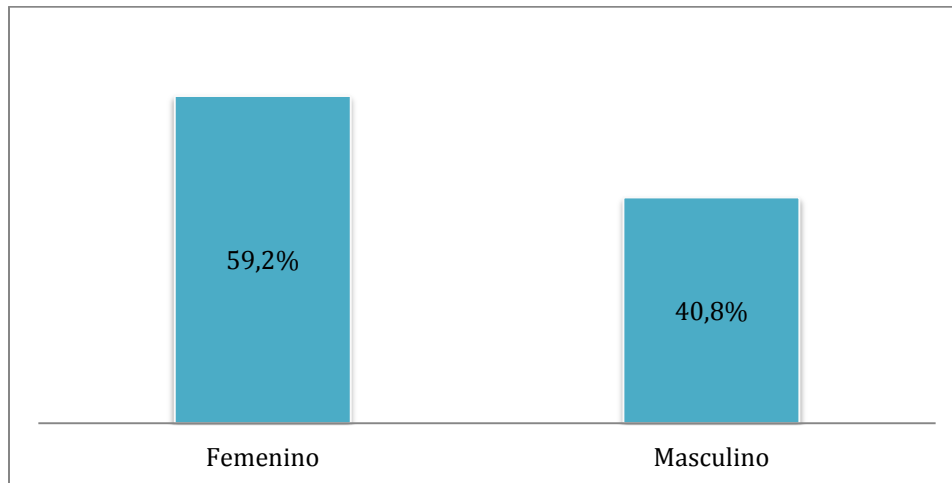


Datos demográficos

Teniendo en cuenta la población objetivo a la cual se le realizó esta encuesta, se pudo analizar que las personas que tuvieron mayor respuesta fueron aquellas pertenecientes al género Femenino con un porcentaje del 59.2%; mientras que con un porcentaje del 40.8% fueron participes de este cuestionario personas del género Masculino. A partir de esto se

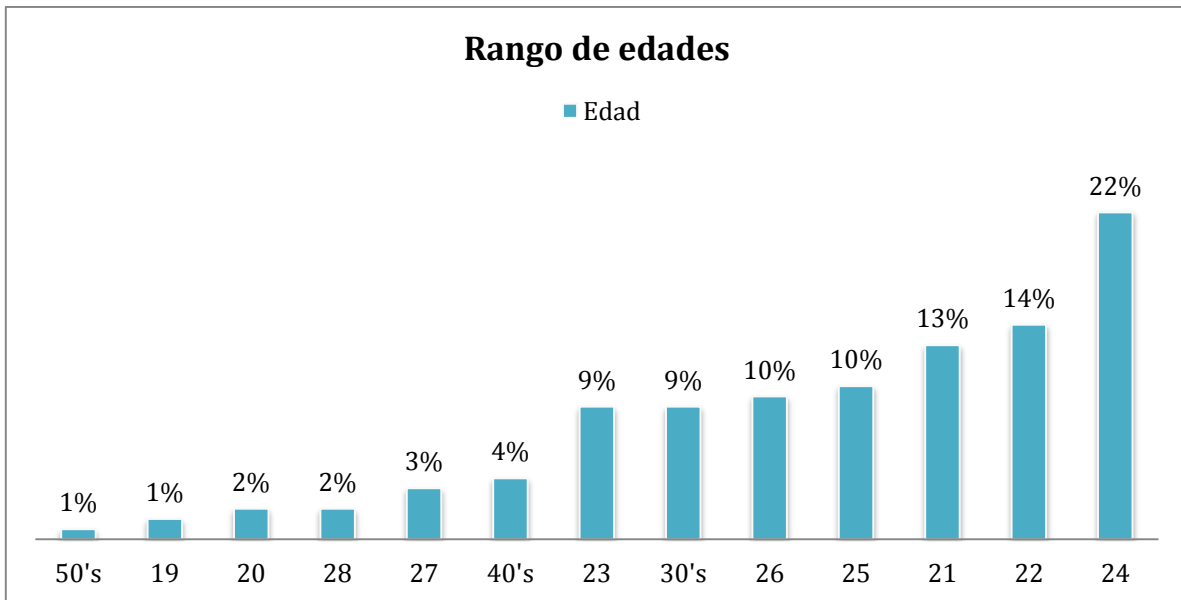
puede encontrar las diferentes percepciones que tienen los usuarios de ambos géneros y como unos se pueden inclinar sus preferencias a través de los diferentes sitios web de empleo de acuerdo a las características que estos tienen.

Gráfico 21. Género



Según el rango de edades que se llevaron a cabo en este estudio, se puede hallar diversas edades, desde los 19 años hasta los 52 años. Se analiza que los jóvenes desde muy temprana edad se encuentra incursionando en este nuevo método para adquirir trabajo, por lo que van muy de la mano con los avances de la tecnología y tratan de estar al tanto de usar estos nuevos sistemas; por otro lado, las personas que hacen parte del mercado laboral se enfocan en tener un contacto constante con todo lo que tenga que ver con ofertas de empleo, por lo cual buscan ser parte de esta comunidad para estar informada de lo que pasa y también para lograr conseguir oportunidades de trabajo muchos mejores de las que pueden tener actualmente.

Gráfico 22. Rango de edades



La edad que más participación tiene en este estudio en primer lugar es de 24 años con un 21.8 %, en segundo lugar se destaca las personas que tienen una edad de 22 años las cuales tienen una representación del 14.3% y en tercer lugar siguen aquellas personas que se localizan en la edad de 21 años con el 12.9% del total de la población. De ahí en adelante encontramos porcentajes inferiores desde el 10%.

CONCLUSIONES

A partir del análisis realizado a través de las encuestas, se puede concluir que los profesionales han dejado de lado los métodos tradicionales para la búsqueda de empleo como la prensa o consultores de recursos humanos; actualmente, las personas utilizan los portales de empleo que son medios que facilitan la búsqueda de trabajo permitiendo así lograr un proceso más efectivo. Por medio de los portales de empleo, los usuarios tienen la habilidad de poder aplicar a diferentes vacantes y conocer los requisitos que las empresas piden para poder participar en estas. Por lo tanto, es una forma que hoy en día es muy ágil, por lo que los profesionales prefieren usar.

Teniendo en cuenta los resultados del estudio, se puede observar que el medio más utilizado para buscar empleo son los portales web. El sitio web para buscar trabajo más concurrido en la ciudad de Cali es Computrabajo, dado que tiene una rápida respuesta cuando sus usuarios lo solicitan y también por las recomendaciones positivas que dan algunas personas que han tenido una experiencia con este. Por otro lado, se indagó a los encuestados si por medio de redes sociales seguían los portales por lo que se obtuvo una respuesta negativa, debido a que los sitios web de empleo no se dan mucho a conocer a través de estos medios de comunicación que han ido revolucionando al mundo; en contraste, a los usuarios que respondieron que si seguían estos portales por medio de redes como Facebook, la cual es la más frecuentada a nivel mundial, estas personas se sienten interesadas en recibir información como ofertas de vacantes, tips laborales, información acerca de ferias laborales y mensajes fuera del contexto laboral como de crecimiento personal; este tipo de información motiva a las personas para seguir y estar pendiente de manera regular estos sitios y así poder tener una guía para lograr el éxito de su proceso en la búsqueda de empleo.

Hoy en día, los portales de empleo son una herramienta fundamental para aquellos profesionales que se encuentran en el proceso de buscar el empleo, ya que no solo las personas se han ido adaptando a este medio sino también las empresas, esto dado que es una forma más práctica de poder rotar su hoja de vida por lo cual no es fácil que se pierda. También, se debe tener en cuenta que esto es un nuevo medio en el cual se está incursionando en el mercado laboral y al principio es difícil para conseguir empleo, pero en otros se ha dado que algunas personas han adquirido empleo de una forma más rápida que otros según los resultados obtenidos en las encuestas.

Finalmente, en conclusión general se puede decir que los sitios web de empleo son importantes para aquellas personas que se encuentran en la búsqueda de empleo, dado que estos les permiten participar en diversas ofertas de trabajo que postulan a través de lo que las empresas les brindan para ofrecer sus vacantes de una forma más eficiente lo que les permite ahorrar tiempo en procesos de espera para un empleo deseado.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que se le pueden dar a estos portales web de empleo en primer lugar es que logren implementar estrategias en internet; esto para lograr dar a conocer a sus usuarios y demás personas acerca de la información que estos brindan acerca el contexto laboral. Así mismo, poder captar la atención de los usuarios y poder crear una relación más cercana entre la persona y el portal, lo cual permita establecer una confianza para que las personas estén dispuestas a dar sugerencias, opiniones o pregunten lo que deseen, de tal forma que los portales puedan responderse a todas sus inquietudes. Como consecuencia de esta estrategia, el sitio web podrá posicionarse en el mercado.

En segundo lugar, se pretende que los portales se encuentren pendientes de los usuarios que están buscando empleo y les hagan seguimiento para que estos no se sientan abandonados por parte del portal después de que no han obtenido el empleo en alguna empresa para la que aplicaron. En tercer lugar, estos sitios deben ser más eficientes a la hora de dar respuesta a las personas, tener claridad en sus vacantes, y lograr que las personas se ajusten bien al perfil que pide la empresa ya que en algunas ocasiones las personas se sienten mal ya que nunca los llaman.

Por último, en cuarto lugar, se les recomienda a los sitios web de trabajo que promocionen de una forma más explícita los servicios adicionales que estos brindan, ya que muchas personas no los toman debido a que no tienen conocimiento de esto y se quedan siempre en el paquete general que les brindan, ya que se puede dar circunstancias en las que las personas se encuentren buscando de una forma muy intensa trabajo y no saben que hay estas oportunidades para que la hoja de vida llegue de primera a prestigiosas empresas que buscan perfiles exclusivos, es decir, perfiles filtrados por la mismo portal de empleo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abati Morey, G., & Peñarroya, M. (2010). El viaje al corazón de las redes sociales: objetivos, herramientas 2.0 y factores de éxito. *Marketing & Ventas*(99).
- Andrés Reina, M. P. (2004). Nuevos procedimientos en el proceso empresarial de provisión de candidatos: el reclutamiento online.
- Anónimo. (s.f.). *Definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/red-social/>
- Celaya, J. (2008). La empresa en la web 2.0: el impacto de las nuevas redes sociales en la estrategia empresarial. España: Gestión 2000.
- Christakis, N., & Fowler, J. (s.f.). Conectados: el sorprendente poder de las redes sociales y como nos afectan . (2010). Barcelona, España: Taurus.
- Chuang, W. S.-H. (2011). The perceived benefits of six-degree-separation social networks. *21*, 26-45.
- David, F. R. (2011). Administración Estratégica. En *Capítulo 3: Analisis Externo* (Decimocuarta ed., pág. 386). México: Pearson.
- El empleo. (2015). Obtenido de <http://www.laborum.cl/>
- Espiñeira, Sheldon y Asociados. (2012). *Impacto de las redes sociales en la selección de talento humano*.
- Estévez, N. G. (mayo de 2013). Presencia de las redes sociales y medios de comunicación: representación y participación periodística en el nuevo contexto social. Sevilla, España.
- Herrera, H. H. (2012). Las Redes Sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 128.
- Humana, G. (2000). *Industrias Philips obtiene buenos resultados con Clickempleo.com*. Obtenido de <http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoConocimiento/P/philipsc/philipsc.asp?print=1>
- Humana, G. (2003). *Selección online: opción inteligente*. Obtenido de http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoConocimiento/e/e_recruitment/e_recruitment.asp
- humana, G. (2004). *No tema al e-recruitment*. Obtenido de http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoConocimiento/R/reclutamiento_en_linea/reclutamiento_en_linea.asp

- humana, G. (2013). *El 36% de las áreas de gestión humana en Colombia emplea redes sociales para reclutamiento de candidatos*. Obtenido de http://www.gestionhumana.com/gh4/BancoConocimiento/E/estudio_redes_sociales/estudio_redes_sociales.asp?print=1
- Laborum. (2015). Obtenido de <http://www.laborum.cl/>
- Linkedin. (2015). Obtenido de https://www.linkedin.com/legal/user-agreement?trk=hb_ft_userag
- (s.f.). *Manual práctico de benchmarking*. Cámara de Comercio, Instrudria y navegación de Santiago De Compostela.
- McDaniel, C., & Gates , R. (2011). Investiigación De Mercados. En *Capitulo 5: Investigación Cualitativa* (Octava edición ed., pág. 694). México: CENGAGE Learning.
- Owyang, J. (2010). *Altimeter* . Obtenido de <http://www.altimetergroup.com/2010/07/altimeter-report-the-8-success-criteria-for-facebook-page-marketing/>
- Porter, M. (1982). Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. En *Estrategia Competitiva*. Nueva York: Free Press.
- Rockart, J., & Bullen , C. (1981). *A Primer On Critical Succes Factors*. Massachusetts Institute Of Technology.
- Rodriguez, Y. (2011). *Lineamientos y recomendaciones para el uso de los medios sociales en el Estado Colombiano*. Ministerio de tecnologías de las información y comunicación.
- Rodriguez, Y. (2011). *Universidad de Caldas*. Recuperado el 13 de 03 de 2015, de http://www.ucaldas.edu.co/docs/redes_sociales/redes_sociales_lineamientos_2011.pdf
- Spendolini, M. J. (1994). El concepto de benchmarking. En *Benchmarking*. Norma.
- Watts, D. (2002). *Seis Grados De Separación: La ciencia de las redes en al era del acceso*. Barcelona, España: Paidos.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario Aplicado

1. Cuáles de los siguientes medios has utilizado con mayor frecuencia para buscar trabajo?
 - a. Prensa
 - b. Portales de empleo
 - c. Redes profesionales
 - d. Consultores de recursos humanos
 - e. Referidos
 - f. Otro, ¿Cuál? _____

2. En cuáles de los siguientes portales ha buscados empleo:
 - a. El empleo
 - b. LinkedIn
 - c. Computrabajo
 - d. El SENA
 - e. Otro, ¿Cuál? _____

3. Sigue a través de alguna red social las empresas mencionadas anteriormente?
 - a. Si,
 - b. No

Si la respuesta anterior fue afirmativa continúe con la pregunta 4, de lo contrario pase a la pregunta número 6.

4. A través de que redes sociales sigue a estas empresas?
 - a. Facebook
 - b. Twitter
 - c. Instagram
 - d. Otra, ¿Cuál? _____

5. ¿Qué tipo de información prefiere que estas empresas publiquen en sus redes sociales?
- a. Oferta de vacantes disponibles
 - b. Noticias del entorno del mercado laboral
 - c. Consejos de empleabilidad y motivación laboral
 - d. Información sobre ferias laborales
 - e. Temas fuera del contexto laboral
 - f. Otra, ¿Cuál? _____
6. Considera que este tipo de sitios web han facilitado su proceso de búsqueda.
- a. Si ¿Por qué? _____
 - b. No ¿Por qué? _____
7. Como es su participación en los portales de en los que está registrado:
- a. Activa
 - b. Indiferente
 - c. Inactiva
8. Ha pagado por alguno de los servicios adicionales que ofrecen estas páginas:
- a. Si
 - b. No

Si su respuesta es sí,
¿Por cuáles servicios? _____ En cuál portal? _____

9. Considera que estos portales ofrecen vacantes en las empresas reconocidas de la ciudad de Cali:
- a. Si
 - b. No

10. Califique qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones, donde 5 es muy de acuerdo y 1 es muy en desacuerdo.

La información proporcionada por estos sitios es confiable	5	4	3	2	1
Los portales de empleo publican variedad de ofertas	5	4	3	2	1
Hay rapidez en la publicación de vacantes	5	4	3	2	1
Permiten la aplicación a vacantes de manera simultanea	5	4	3	2	1
Proporcionan información completa de los perfiles solicitados y sus requerimientos	5	4	3	2	1
El diseño de la página es organizado y facilita el acceso a sus servicios	5	4	3	2	1

11. ¿Ha conseguido empleo utilizando los sitios web especializados para este fin?

a. Si, ¿A través de cuál? _____

b. No

12. ¿Cómo ha sido su experiencia de búsqueda a través de los portales de empleo?

a. Positiva

b. Negativa

¿Por qué?

13. Califique qué tan buena es la gestión de los siguientes portales de empleo, donde 5 es excelente y 1 muy mala

EL Empleo	5	4	3	2	1
LinkedIn	5	4	3	2	1
Computrabajo	5	4	3	2	1
SENA	5	4	3	2	1

14. Asigne una calificación de 1 a 3 a los portales mencionados con respecto a los siguientes atributos claves, donde 3 es excelente, 2 regular y 1 mala.

Portal \ Atributo	Actualidad	Portafolio de empresas	Agilidad
El Empleo			
Computrabajo			
Sena			

15. Recomendaría a amigos, familiares o conocidos estos medios para buscar empleo:

- a. Si
- b. No

Datos personales:

Nombre: _____ Edad: _____

Celular: _____