



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS  
DE EDUCACIÓN**

**ESCUELA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

*USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO UNA HERRAMIENTA EN  
PROCESOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL*

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
PSICÓLOGA ORGANIZACIONAL**

**AUTORA: MARCELA ELIZABETH OCHOA SERRANO**

**DIRECTOR: MST. CAROLINE ÁVILA NIETO**

**CUENCA, ECUADOR**

**2016**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a todas aquellas personas que han caminado junto a mí en este reto, en especial a mi esposo e hijo quienes han sido mi inspiración. Así mismo, a mis padres quienes a lo largo me han apoyado incondicionalmente.

## **AGRADECIMIENTOS**

Sin duda, es el trabajo en equipo el que determina el éxito de un proyecto. No solamente depende de la persona que lo pensó, lo creó, y lo vio crecer, más bien es un esfuerzo compartido que hoy me gustaría reconocer. Es por ello; que ante todo doy gracias a mi familia que estuvo conmigo y fue un pilar fundamental en esta lucha, sin su ayuda, nada de esto hubiese sido posible.

La investigación sobre el uso de la red social Facebook como herramienta en procesos de selección, representa una ardua pero gratificante tarea, que nació inspirada por aquellos profesores quienes con pasión, en las aulas, entregaron sus conocimientos.

Por ello les agradezco, y en especial a mi Directora de tesis: Caroline Ávila Nieto, por ser cómplice de esta idea hoy transformada en realidad.

Gracias

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de Contenidos .....	iv
Índice de Ilustraciones .....	v
Índice de Anexos .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
Introducción .....	1
Capítulo 1: Marco Teórico .....	4
1.1 La selección de personal .....	5
1.2 Las redes sociales y sus características .....	7
1.3 Facebook en Ecuador .....	9
1.4 Facebook y la selección de personal .....	9
Capítulo 2: Marco Metodológico .....	12
Capítulo 3: Resultados .....	15
3.1 Análisis de contenidos de Facebook .....	15
3.2 Encuesta .....	21
Capítulo 4: Discusión .....	27
Conclusiones .....	34
Bibliografía .....	37
Anexos .....	39

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Registro de datos en Facebook .....	15
Gráfico 2	Búsqueda de contactos .....	16
Gráfico 3	Biografía de un perfil de Facebook .....	18
Gráfico 4	Información de un perfil de Facebook .....	19
Gráfico 5	Menú de fotos en un perfil de Facebook .....	20
Gráfico 6	Información relevante dentro de un perfil de Facebook para procesos de selección .....	22
Gráfico 7	Elementos importante dentro de un perfil de Facebook para procesos de selección .....	23
Gráfico 8	Cuadro comparativo entre la importancia de los elementos de Facebook para procesos de selección y el cargo a seleccionar .....	25

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1	Cuestionario de preguntas “Uso de la Red Social Facebook para Procesos de Selección” .....	40
Anexo 2	Lista de empresas encuestadas .....	45

## **RESUMEN**

En vista de los requerimientos actuales en los procesos de selección de personal se ha visto la necesidad de encontrar herramientas para dichos procesos que estén de acuerdo a los avances tecnológicos del momento, es por ello, que el objetivo del estudio busca determinar si la red social Facebook representa una herramienta de apoyo válida para procesos de selección de personal. Para ello se cuenta con un estudio de metodología mixta que incluye un análisis de contenidos de la página de “Facebook” y una encuesta aplicada a 57 empresas del Parque Industrial de la ciudad de Cuenca. Este estudio permitió recopilar información relacionada que valida a la red social como una herramienta de apoyo para procesos de selección de personal, así como identificó los principales atributos e información relevante dentro de un perfil de “Facebook”

## ABSTRACT

Due to the current requirements in the recruitment processes, it is necessary to find tools for these processes according to the new technological advances. Therefore, the aim of the study is to determine whether Facebook social network is a valid tool to support personnel selection processes. For this purpose, a mixed methodology study that includes an analysis of contents of the "Facebook" page, and a survey to 57 companies in the industrial park of the city of Cuenca were performed. This study facilitated the collection of related information to validate the social network as a support tool for personnel selection processes, as well as identified the main attributes and relevant information within a "Facebook" profile.



  
Translated by,  
Lic. Lourdes Crespo

## INTRODUCCIÓN

Hoy en día la Psicología Organizacional está avanzando a pasos agigantados, es por ello que es imperativo el apoyo de herramientas que permitan una adaptación adecuada a los cambios tecnológicos y al estilo de vida que son parte de la sociedad actual. Cada uno de los procesos que forman parte de esta ciencia, se encuentran en la búsqueda de elementos y protocolos que permitan una mayor precisión en temas de la Gestión del Talento Humano.

Hace mucho tiempo que se ha venido trabajando en una psicología organizacional que cumpla con procedimientos claros y confiables, que estén de acuerdo con las necesidades del mundo de hoy, pero lastimosamente no siempre se pueden obtener resultados confiables cuando se trata de estandarizar el factor humano en las organizaciones. Está claro que cada persona es un mundo, y que es muy difícil predecir su comportamiento basándose en la limitada información que aportan los procesos de selección de personal regulares.

Dicho esto, debemos aclarar que la problemática radica en que el rol del psicólogo organizacional está variando considerablemente, ya que los avances en los conocimientos tecnológicos y sociales están generando cambios importantes en la manera en que se realizan los procesos dentro de la Psicología Organizacional. Para una organización se vuelve imperativo el uso de herramientas más precisas que permitan adaptarse al mundo de hoy y que sean adecuadas para evolucionar hacia métodos rápidos y confiables.

Podemos observar que a medida que avanza el tiempo emergen nuevos aspectos determinantes para los profesionales en reclutamiento y selección de personal que se encuentran determinados por: innovación tecnológica muy acelerada y aplicada a todos los ámbitos, desarrollo e implantación de las telecomunicaciones, nuevas formas de empleo y contratación, nuevas posibilidades de evaluación psicológica, rápida evolución de las formas de la organización, internacionalización de las empresas y nuevas titulaciones universitarias (Blasco, 2004).

Con todos estos cambios, el reclutamiento y selección de personal representa uno de los grandes retos a nivel organizacional. Este proceso es vital para el correcto funcionamiento de cualquier empresa y el logro de sus objetivos; pero sin duda, el tratar de predecir la conducta de un ser humano representa un gran desafío. Hasta hoy, los procesos de selección de personal siguen un lenguaje rutinario dedicado a obtener la mayor cantidad de información posible de un aspirante, mediante métodos cuantitativos y cualitativos. Estas herramientas están destinadas a recolectar datos informativos relevantes solamente de primera mano, centrándose en entrevistas a profundidad, observaciones, referencias y tests (Blasco, 2004); haciendo que la información obtenida venga exclusivamente del entrevistado y sus referencias. Dicho testimonio puede estar sesgado ocasionando una asimilación inadecuada de la información y posteriormente una decisión de selección insatisfactoria, sobre todo al momento de intentar predecir el desempeño laboral y la adaptación a la cultura organizacional.

En general, el principal problema en un proceso de selección de personal es la incapacidad de generar información desde fuentes externas y confiables, que no sean susceptibles a una manipulación a corto plazo y que aporten con información adicional que pueda ser vinculada directamente con el estilo de vida del aspirante. Esta ausencia de información generalizada e inalterada causa una selección incorrecta que genera problemas empresariales, como lo indica Brenda Manjarrez en su artículo “Las consecuencias de un mal reclutamiento”, en el cual el retraso en el cumplimiento de objetivos, la baja productividad, la repetición de procesos, un mal clima laboral y costos elevados; están directamente relacionados con la incapacidad de reclutar a la persona idónea (Manjarrez, 2015).

Una vez que hemos establecido la verdadera problemática, y ya que los procesos de reclutamiento y selección de personal aportan, en su mayoría, información procedente de una sola fuente, hemos visto la necesidad de buscar apoyo en nuevos recursos que permitan obtener información directamente relacionada con el candidato y su entorno, este es el caso de la red social “Facebook”.

Una página de “Facebook” podría aportar información sobre el día a día de una persona, y su estilo de vida, transformándose en una herramienta de apoyo para este complejo

proceso dentro de la Psicología Organizacional. Esta red social, mantiene características específicas importantes que pueden ser utilizadas para pronosticar la adaptación de una persona al puesto.

Es así, que este estudio está diseñado para determinar si la red social “Facebook” representa una herramienta adecuada de apoyo para procesos de reclutamiento y selección de personal. Para ello se han planteado los siguientes objetivos.

- a. Identificar los principales atributos de Facebook para procesos de selección de personal
- b. Determinar la información relevante dentro de un perfil de Facebook para procesos de selección de personal
- c. Reconocer las características deseables dentro de un perfil de Facebook para poder determinar candidatos aptos para cargos determinados
- d. Conocer el índice de uso de Facebook en las empresas cuencanas como herramienta de selección

Para cumplir con dichos objetivos, se ha diseñado una metodología mixta que incluye: un análisis de contenidos de la red social que puedan ser relevantes en los procesos de selección; así como una encuesta estructurada aplicada a 57 empresas pertenecientes a la Asociación de Empresas del Parque Industrial de la Ciudad de Cuenca (AEPIC), que cuenten con personal encargado de selección de personal y tengan más de diez empleados.

Con ello, se pretende corroborar la hipótesis de que: “el uso de la red social Facebook representa una herramienta válida para realizar procesos de selección de personal” centrándose en la propuesta de determinar los principales atributos de esta herramienta, así como señalar la información relevante y deseable dentro de un perfil.

# **CAPÍTULO 1**

## **Marco teórico**

Hoy en día, el campo de la psicología organizacional, en especial en el área de talento humano, está atravesando una etapa de cambios muy importante. Los avances tecnológicos, las telecomunicaciones, las nuevas formas de empleo y contratación, el cambio en la evolución de las empresas, nuevas titulaciones universitarias, etc.; forman parte de una reingeniería institucional globalizada, que debe seguir avanzando para cumplir sus objetivos fundamentales de la gestión (Blasco, 2004). Dicho esto, se ha visto la necesidad de utilizar la mayor cantidad de herramientas rápidas y confiables que permitan adaptarse a todos estos cambios, de manera que las organizaciones puedan estar preparadas para una renovación permanente en los procesos de gestión de talento humano.

Para lograr este sentido de adaptación al cambio, es necesario tomar en cuenta que los procesos de reclutamiento y selección de personal forman una parte fundamental del conjunto de actividades en el área de la psicología organizacional, a la vez que se debe entender que estos elementos deberán ser tratados bajo el mismo enfoque tecnológico que rige a otras ciencias. Por esta razón, se ha propuesto incluir el uso de la red social “Facebook” como herramienta de apoyo para determinar eficiente y eficazmente al candidato idóneo para el puesto. Para corroborar la validez en el uso de este portal web como herramienta de selección, se deberá primero analizar detalladamente el área de talento humano con su proceso de reclutamiento de personal, las herramientas utilizadas actualmente por reclutadores y la metodología aceptada. Así mismo se deberá conocer las características y el rol de las redes sociales, los datos particulares de la red social “Facebook”, la información relevante que ésta presenta y su aceptación en el país como herramienta de selección.

## **1.1 La selección de personal**

Como se ha mencionado anteriormente, para entender mejor la importancia de la adaptación al cambio en los procesos de recursos humanos, debemos conocer qué es en realidad la gestión de talento humano, sus elementos, sus desafíos, y sus procesos. A lo largo de los años, los recursos humanos se han transformado hasta llegar a un concepto de gestión del talento humano, en el cual el empleado pasa de ser un elemento secundario a ser un ente primordial de la empresa. Según nos indica Chiavenato, las empresas están cambiando sus estilos gerenciales para invertir en sus empleados. Esto a su vez genera una conciencia en la cual los trabajadores han pasado a considerarse por sus esfuerzos como los “nuevos socios de las empresas”, basándose en las actividades que realizan, su inteligencia, sus habilidades, sus destrezas, etc. (Cabarcas, 2009). Para considerar a los trabajadores como parte fundamental de una organización, ésta debe generar un sentido de pertenencia orientado a mejorar cada uno de los procesos de la administración del recurso humano, siendo el mayor desafío el llegar a una relación de ganar-ganar tanto para trabajadores como para empleadores.

Como hemos mencionado anteriormente, la gestión de talento humano ha aportado la novedosa idea de considerar lo humano antes que lo productivo y, dentro de este esquema, se acoplan diferentes unidades relacionadas directamente con el manejo del grupo de trabajo como elemento principal, como son: el análisis, diseño y descripción de cargos, el reclutamiento y selección de personal, la contratación de candidatos seleccionados, la inducción de nuevos funcionarios, la administración de cargos y salarios, la evaluación de desempeño, la capacitación y desarrollo, la seguridad ocupacional entre otros (Chiavenato, 2009). Todos estos elementos se centran en seis procesos claros que incluyen la admisión, la aplicación, la compensación, el desarrollo, el mantenimiento y la evaluación de personal según explica Chiavenato en su recopilación del año 2005.

De acuerdo a lo anteriormente estipulado, podemos observar que la gestión del talento comprende varios pasos destinados a la administración del factor humano empresarial, en cuya base se encuentran los procesos de reclutamiento y selección, los mismos que representan un pilar fundamental al proporcionar el personal adecuado para que el resto de pasos, dentro de la gestión de talento, puedan alcanzar un punto máximo. Dicho esto,

podemos acotar que para comprender mejor este proceso debemos empezar definiendo los conceptos básicos de reclutamiento y selección:

- Reclutamiento: “Conjunto de actividades encaminadas a atraer candidatos potencialmente calificados y competentes, capaces de ocupar los cargos vacantes dentro de la organización (Jerez, 2010, pág. 24)
- Selección de personal: acción de “escoger entre los candidatos reclutados los más adecuados para ocupar los cargos existentes en la empresa, tratando de mantener o aumentar la eficiencia y el desempeño personal, así como la eficacia de la organización” (Bachenheimer, 2007, pág. 1).

Una vez que hemos definido la terminología, es necesario entender las fases del proceso de reclutamiento y selección de personal. Según Jerez (2010), anteriormente la introducción de personal a una empresa se realizaba de una manera metódica sin incorporar los avances de la época. En una selección tradicional, el reclutador realizaba el siguiente procedimiento: reclutaba personal mediante canales regulares, luego preseleccionaba basado en las mejores hojas de vida y entrevistas, para después evaluar con pruebas psicológicas. Una vez evaluados, se procedía a verificar referencias y tomar una decisión mediante elección directa del gerente. Finalmente se daba la contratación cumpliendo con el marco legal. Como se puede observar, este proceso estaba claramente orientado a la necesidad de personal de manera completamente genérica, sin tomar en cuenta un análisis previo de los puestos.

En la actualidad esta técnica está siendo desplazada por la altamente aceptada selección por competencias según explica Martha Alicia Alles en su libro “Selección por Competencias”, quien manifiesta que “no se trata de seleccionar a un aspirante de acuerdo a los parámetros organizacionales sino a la mejor persona que se pueda contratar” (Alles, 2006). Dentro de este nuevo método se toma en cuenta una fase de planeación destinada al análisis de los manuales de puestos que incluyan competencias específicas para el mismo, luego se realiza el reclutamiento por diversos canales seguido de una etapa de preselección que compara la hoja de vida con las competencias deseadas. Posteriormente, se pone en marcha una fase de evaluación tomando en cuenta pruebas psicotécnicas y

conductuales basadas en las habilidades y destrezas requeridas, para finalmente tomar la decisión en base de los porcentajes del cumplimiento de perfil de cada candidato (Jerez, 2010).

A pesar de esta innovación, los procesos de selección siguen parámetros rutinarios destinados a obtener una buena cantidad de información que pueda ser comparada con las competencias deseadas, es por ello que si bien se obtienen datos desde la metodología cualitativa y cuantitativa, todos provienen de primera mano, es decir, tanto las entrevistas, referencias, test, u observaciones están basadas en afirmaciones personales y no en hechos históricos (Blasco, 2004).

Es por ello que después de haber analizado las características relevantes a la gestión de talento humano, es evidente que se requiere de una herramienta de apoyo que sirva como vínculo entre la obtención de información de primera mano y la información de tipo histórico. Este modelo de información se encuentra contenido en las redes sociales como “Facebook” a manera de perfiles, que aportan gran cantidad de datos históricos que no son fácilmente alterados en un tiempo corto.

## **1.2 Las redes sociales y sus características**

Para poder entender mejor el alcance de esta herramienta es necesario conocer la definición de las redes sociales, su funcionamiento, sus principales características y la información que se maneja en esta clase de sitios web. Así mismo, es imperativo reconocer la incidencia de “Facebook” en la vida de las personas y su relevancia en el país. Finalmente, es importante determinar las cualidades de este portal ante procesos organizacionales.

Cuando hablamos de redes sociales, hablamos de un mecanismo o servicio por el cual grupos de personas interactúan entre sí, olvidándonos que en realidad estas son estructuras de personas las cuales están conectadas por una o varias relaciones que pueden ser de amistad, laboral, intercambios económicos o cualquier otro interés común. Existe una gran diferencia entre la infraestructura tecnológica que permite el contacto y lo que

en realidad son las redes sociales. Partiendo de esto, debemos mencionar que existen varios tipos de plataformas, entre las cuales están: Las redes sociales estrictas denominadas así por incluir contenido especializado como: el Microblogging dedicado a mensajes cortos como en el caso de twitter y las redes sociales completas como el caso de “Facebook” (de Haro, 2012).

Desde el punto de vista de este trabajo nos centraremos en aquellas redes completas que proporcionan a los usuarios la oportunidad de estar conectados a una base que permite una relación de “muchos a muchos” que según explica Jesús Flores en su artículo “Nuevos Modelos de Comunicación, Perfiles y Tendencias en las Redes Sociales” las redes no son solo un juego, son “espacios virtuales organizados para desarrollar proyectos, integrar comunidades de otra manera, tomar decisiones en tiempos complejos”, etc. (Flores, 2009). Estas herramientas permiten una interacción con un número masivo de personas que forman en sí una red de contactos sólida en la cual se comparten una variedad de datos de todo tipo, en donde además se pueden compartir elementos digitales muy variados.

Esta versatilidad, es una de las características principales de “Facebook”, el cual permite establecer lazos de amistad mutua que brindan acceso a un perfil de otro usuario con el cual interactúa a través de comentarios, fotos, juegos, etc. De acuerdo con su reporte del último trimestre, la red social cuenta con mil ciento cincuenta y cinco millones de usuarios, que interactúan entre sí (Guevara, 2013). Mientras mayor sea el número de perfiles “amigos” mayor información será transmitida por este canal, dando paso a un verdadero cúmulo de información valiosa en distintos ámbitos. Se ha comprobado que, a partir de 150 usuarios, la red de “Facebook” comienza a activarse (de Haro, 2012) de manera que la información fluye generando un proceso de retroalimentación que provoca participación a través de comentarios y actividades en general.

Según estudios realizados en la Universidad de Santiago de Compostela, existen básicamente dos tipos de contenidos dentro de un perfil de Facebook, el primero radica en información de relación (amistad, intercambio de mensajes y fotos, etc.) y el segundo de tipo informativo y entretenido que incluye juegos, opiniones, etc. (Campos, 2008). Como parte de la información que se maneja en esta red, se encuentra un perfil completo

que cuenta con información de estudios realizados, experiencia laboral, gustos y preferencias, ciudades de residencia, estado civil, familiares cercanos, idiomas, creencias religiosas, ideologías políticas y sobre todo comentarios y fotos personales que son la ventana de la personalidad. Toda esta información está directamente relacionada con los requerimientos de datos de un proceso de reclutamiento y selección de personal.

### **1.3 Facebook en el Ecuador**

Una vez que hemos analizado los conceptos básicos de las redes sociales, y las características que presenta “Facebook”, es importante determinar el grado de aceptación y uso de este sitio web en nuestro país. Para ello, podemos anotar lo manifestado en la página de la Compañía Formación Gerencial que indica que “De los 8,5 millones de usuarios de Internet en Ecuador, “**Facebook**” continúa siendo el líder absoluto habiendo captado a **8,1 millones** de usuarios en el país al 22 de enero de 2015” (Alcazar, 2015). Esto se compara con los datos del Diario El Comercio de Ecuador que en el año 2013 explicaba que existían alrededor de cinco millones y medio de usuarios regulares (El Comercio, 2013). Como se puede observar, en los últimos años la red ha incrementado notablemente el número de usuarios en el país, convirtiéndola en un instrumento de importancia dada su capacidad de llegar a gran parte de la población.

### **1.4 Facebook y la selección de personal**

Así mismo, una parte fundamental de la investigación pretende comprobar la validez y la calidad de la información presentada en este medio, y que ésta represente en realidad aquellos rasgos individuales necesarios para una selección adecuada y adaptada a cada cultura organizacional. Según estudios realizados por la Pontificia Universidad Católica de Chile, esta práctica está ya aceptada por reclutadores quienes admiten el uso de redes sociales como medio para obtener información de sus postulantes. Según el profesor Daniel Halpern "Para las empresas, la información que entregan estos medios es relevante ya que permite hacer un perfil más completo de los postulantes con datos que no aparecen

necesariamente en el currículum vitae, pero que son capaces de mostrar, entre otros aspectos, las actividades sociales de los potenciales empleados" (Halpern, 2013, Pag.1)

Como se ha podido observar los datos disponibles en "Facebook" están directamente relacionados con la información requerida en la gestión del talento humano, al punto que algunos reclutadores en diversos países deciden si aceptar o no a una persona para el puesto de acuerdo a su perfil en la red. Según el artículo publicado en la página web mercado.com, esta práctica se está convirtiendo en un factor importante en las decisiones de contratación, y aunque algunos actores están en desacuerdo, no se puede negar que la información que se obtiene por este medio es invaluable para la persona encargada de selección. (Mercado, 2012, pág. 1). Así mismo, para Adam Grant; citado en el artículo de mercado.com, la red social Facebook permite "ver al solicitante en su día a día y las decisiones que toma frecuentemente. Es una ventana al mundo del individuo para saber cómo éste es propenso a actuar".

Es evidente que en muchos países esta práctica está siendo estandarizada al punto que, en Estados Unidos, se está pensando en investigar las mismas por ser consideradas discriminatorias. Dentro de un estudio realizado por la Pontificia Universidad Católica de Chile, se ha encontrado que "Facebook" está en capacidad de mostrar aspectos de las actividades sociales de los potenciales empleados y que es altamente aceptado por el 48% de las empresas encuestadas quienes manifiestan haber utilizado informalmente esta herramienta como una guía de selección. (Halpern, 2013)

Por otro lado, los perfiles de Facebook permiten una aproximación para determinar rasgos personales agradables o desagradables para los puestos. Según la revista "A Bordo", es posible determinar los rasgos de las personas por su foto de perfil ya que dentro de la pantalla de esta red cada usuario decide la manera de mostrarse al mundo (Guevara, 2013). Cada día el usuario va formando una "hoja de vida" resultante de cada uno de sus rasgos de personalidad, en otras palabras, "Facebook" no es solo una red social, es un lugar donde se construye una identidad, en la cual se pueden observar diversas facetas de la vida de un individuo.

Para reforzar un poco más esta idea, es importante mencionar los datos obtenidos del artículo “Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Non Self-Idealization” publicado por la revista APS, en el cual se mantiene que los perfiles en esta red social reflejan la personalidad del usuario, mediante la exposición de diversos factores tales como pensamientos propios, expresiones faciales, y comportamiento social (Back, 2010). De la misma manera, los “amigos” o contactos del dueño del perfil validan mediante sus comentarios la información expuesta en el muro y que aparece en las publicaciones.

Finalmente, este sitio web está en capacidad de proporcionar información a corto plazo que incluye datos históricos, personales, laborales y niveles de interacción social

## **CAPÍTULO 2**

### **Marco metodológico**

Para corroborar nuestra hipótesis de que: “la red social Facebook representa una herramienta válida para realizar procesos de selección de personal”, fue necesario obtener información de primera mano para conocer aspectos determinantes tales como: la incidencia del uso de Facebook en las organizaciones, las ventajas de su uso, los rasgos que se pueden deducir de un perfil, entre otros.

Debido a que no existen estadísticas ni información relevante sobre el uso de Facebook como herramienta de selección en el país, se ha decidido plantear una investigación exploratoria con un enfoque cuantitativo. Una investigación exploratoria se considera un estudio para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos que determinarán tendencias, identificarán relaciones potenciales o explicativas y son la base de investigaciones posteriores más rigurosas (Heredia, 2011). En este caso, la investigación aportará información que podrá ser analizada para responder los cuestionamientos de este trabajo y a la vez puede utilizarse en estudios más complejos.

Por otro lado, para obtener datos relevantes a nuestra investigación se ha visto la necesidad de plantearse un estudio con una metodología mixta, que: “representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 546). Estos datos serán obtenidos mediante un análisis de contenidos de la red social y por medio de encuestas orientadas a reclutadores de las empresas del Parque Industrial de Cuenca.

En primer lugar, se realizó un análisis de contenido de la página de “Facebook”, su estructura, componentes, etc.; que permitió acercarnos a los primeros dos objetivos de

esta investigación, y fue la base tanto para la encuesta como para el análisis comparativo posterior.

En segundo lugar, como se ha mencionado anteriormente se decidió aplicar un cuestionario estructurado que estuvo orientado a responder las preguntas planteadas y que fue congruente con el planteamiento del problema y de la hipótesis (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). Este cuestionario estuvo compuesto de tres preguntas abiertas destinadas a obtener datos generales y quince preguntas cerradas orientadas a obtener información sobre la incidencia de uso de la red social y sus características (Ver anexo1).

El cuestionario se aplicó mediante la “administración por entrevista personal”, que implica que una persona calificada (entrevistador) aplique el cuestionario directamente a cada encuestado, transformándose en un filtro entre la herramienta y la persona (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Esta encuesta se aplicó a los representantes de Talento Humano que se encuentran vinculadas con la AEPIC (Asociación de Empresas del Parque Industrial de Cuenca), tomando en cuenta que tengan una persona destinada para procesos de selección y que cuenten con más de diez trabajadores. Para ello, antes de aplicar dicho instrumento se procedió a realizar una indagación telefónica previa para determinar las empresas que cumplieran con estos criterios de inclusión y deseaban participar.

Luego de realizar la investigación telefónica a las 125 empresas en la nómina de la AEPIC, se determinó que 57 cumplieran con el perfil requerido para realizar las encuestas y tenían la apertura para participar. Estas organizaciones representan el 46% de la población total, pero debido a que algunos grupos empresariales en la lista comparten el mismo personal de selección, se aplicó el cuestionario a 47 representantes encargados de seleccionar al personal (Anexo 2).

Finalmente, para el análisis de resultados de la encuesta, se realizó el ingreso de datos en una tabla de Excel para luego realizar las comparaciones respectivas.

Como se ha podido observar, el marco metodológico estuvo destinado a responder las preguntas de investigación, y permitió contar con información fiable para determinar si

la red social “Facebook” representa una buena alternativa para mejorar los procesos de reclutamiento y selección de personal en la ciudad de Cuenca.

## CAPÍTULO 3

### Resultados

#### 3.1 Análisis de contenidos de Facebook

Para entender mejor a la red social “Facebook”, es necesario describir exhaustivamente sus contenidos, así como también sus características principales. Para ello se ha procedido a evaluar un perfil personal desde el inicio de sesión, para observar todos los elementos del mismo.

En primer lugar, para poder acceder a un perfil de Facebook se debe poseer una cuenta activa, mediante el registro de datos en la página web de la red social: [www.facebook.com](http://www.facebook.com) (Gráfico 1).

Gráfico 1. Registro de datos en “Facebook”

facebook

Dirección de correo electrónico  Contraseña  Entrar

No cerrar sesión  ¿Olvidaste tu contraseña?

Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida.

Regístrate

Es gratis (y lo seguirá siendo).

Nombre:

Apellidos:

Tu correo electrónico:

Vuelve a escribir tu correo:

Contraseña:

Sexo: Selecciona el sexo:

Fecha de nacimiento: Día:  Mes:  Año:

¿Por qué tengo que proporcionar mi fecha de nacimiento?

Regístrate

Crear una página para una celebridad, un grupo de música o un negocio.

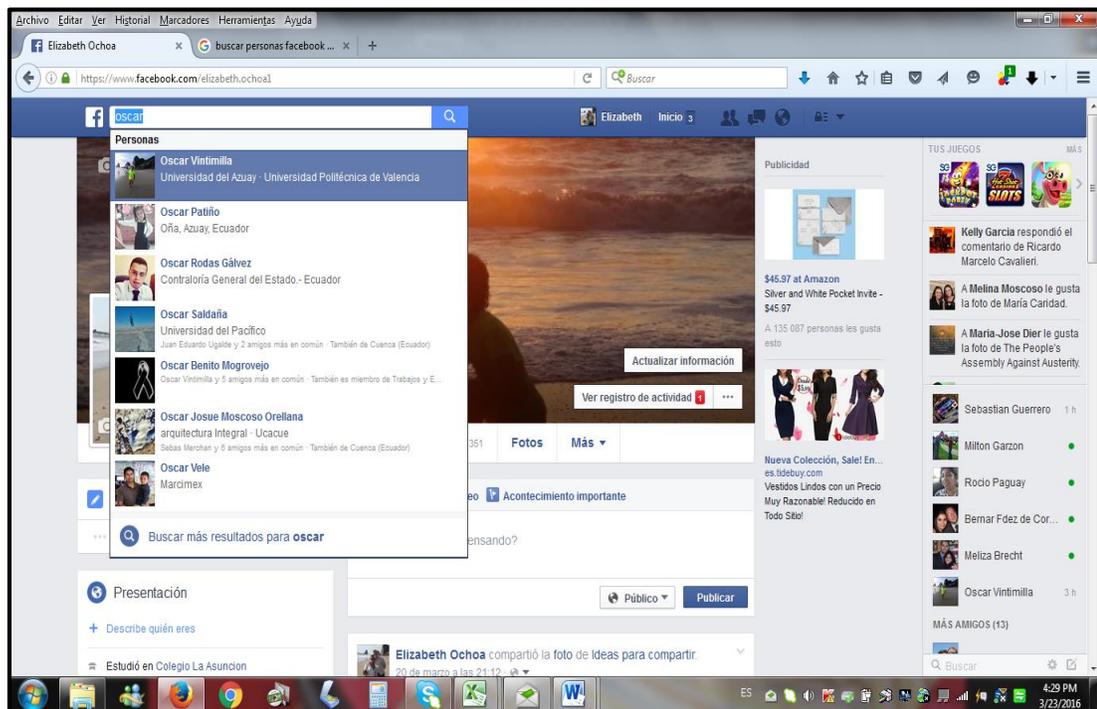
Español Español (España) English (US) Português (Brasil) Français (France) Deutsch Italiano العربية हिन्दी 中文(简体) ...

Fuente: <https://www.facebook.com/>

Una vez que se ha creado una cuenta de usuario, inmediatamente se puede iniciar a interactuar con el resto de usuarios registrados. La información que se podrá observar del resto de usuarios que utilizan este sitio, dependerá de la configuración personal de los mismos, es decir, cada usuario decide qué mostrar y a quién. En general, para tener acceso a la información completa se deberá enviar una solicitud de amistad que será o no aceptada. Son estos “contactos” con los que se va formando una línea de interacción que permite visualizar una red virtual en la cual varios individuos se encuentran entrelazados, generando un modelo de comunicación paralela entre los usuarios.

Dicho esto, una vez que se ingresa a la cuenta personal, se observan todos los datos y elementos ingresados por el usuario, a este entorno se lo conoce como “muro”, “página” o “perfil” de “Facebook”. Dentro de esta pantalla, y en la parte superior izquierda se visualiza un buscador de “amigos”, éste será el primer paso para encontrar al candidato en la red social (Gráfico 2).

*Gráfico 2. Búsqueda de contactos*



Fuente: Elizabeth Ochoa (2016/03/23) [Imagen] Recuperada de <https://www.facebook.com/elizabethochoa1>

Una vez que hemos encontrado al “contacto” deseado, podemos ingresar a su página personal donde inmediatamente se muestran dos fotografías, una más grande, conocida como “foto de portada” y otra más pequeña denominada “foto del perfil” estas fotos son elegidas por el usuario para representar su página.

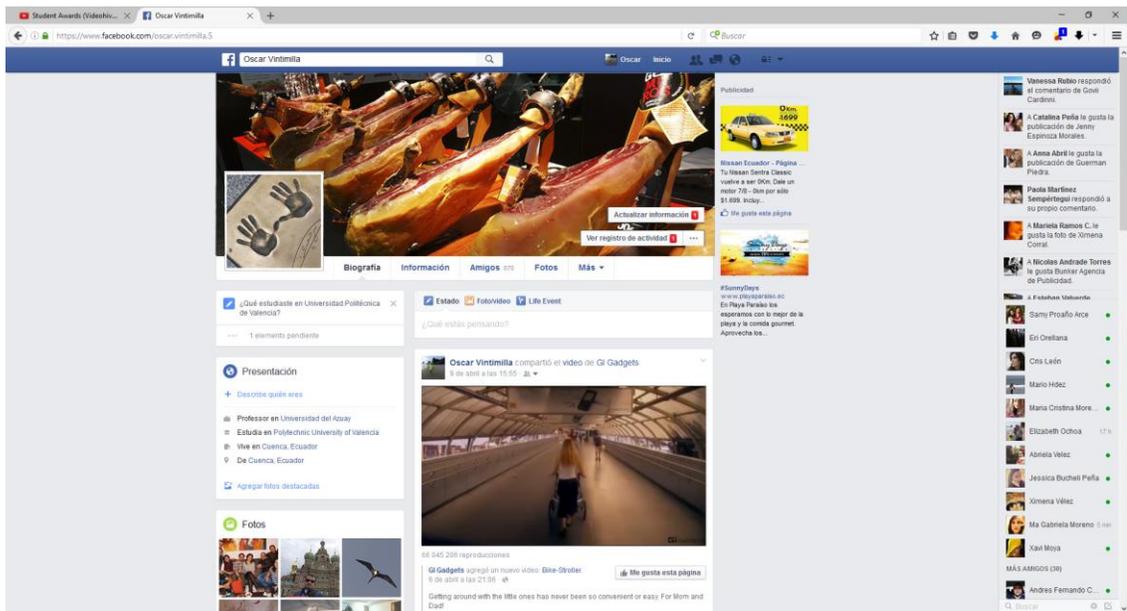
Debajo de estas fotografías se encuentra un menú en el cual podemos señalar el elemento del cual queremos información, entre ellos se encuentran las siguientes opciones: Biografía, información, amigos, fotos y otros. A continuación, detallaremos cada uno de sus contenidos.

En primer lugar, encontramos la viñeta de “biografía” (gráfico 3), la cual representa la página principal del perfil donde se observa una recopilación de la información; en otras palabras, es la página de inicio que resume las principales características del dueño del perfil. Dentro de esta ventana existen básicamente cinco divisiones principales, la primera corresponde al recuadro “presentación” en el cual se encuentran datos personales como: el lugar donde trabaja, el lugar donde estudia, el lugar donde vive, el lugar de nacimiento, el estado civil, entre otros.

Inmediatamente debajo, se encuentra el área de “fotos”, que se refiere a las imágenes en las que el dueño de perfil ha sido etiquetado, es decir aquellas fotografías que han colgado otras personas en sus muros y en las que aparece el dueño del perfil. Si seguimos descendiendo, aparece el recuadro de “amigos” que indica el número total de contactos personales en la red social y si existen “amigos” en común.

Regresando a la parte superior de la pantalla de la biografía tenemos un espacio para realizar comentarios o cargar archivos que se incluirán en el muro de la persona observada. Así mismo, luego de este recuadro, se encuentran todas las publicaciones y comentarios relacionados al perfil, las mismas que están ordenadas de manera cronológica y nos permiten ver directamente las interacciones del contacto. Estos comentarios y publicaciones podrán ser vistos por personas activadas dentro del perfil de acuerdo a la programación personal.

Gráfico 3. Biografía de un perfil de “Facebook”



Fuente: Oscar Vintimilla (2016/04/09) [Imagen] Recuperada de <https://www.facebook.com/oscar.vintimilla.5?fref=ts>

En segundo lugar, tenemos la viñeta de “información” (gráfico 4), en la cual podemos encontrar en un primer recuadro los datos relacionados con la información personal del usuario que incluye: “formación y empleo”, “lugares en lo que vivió”, “información básica y de contacto”, “Familia y Relaciones”, “información sobre...” y “acontecimientos importantes”.

Por otro lado, esta pantalla nos da acceso a conocer los gustos y preferencias del dueño del muro, ya que podemos observar los videos compartidos, las visitas que ha realizado, sus equipos favoritos, su música preferida, sus películas predilectas, los programas de televisión que le gustan, sus sitios favoritos en la web, los eventos a los que le gustaría asistir y grupos a los que pertenece. Es decir, en esta página podemos encontrar todo aquello que identifica al dueño del perfil y el medio ambiente en el que se desarrolla.

Gráfico 4. Información de un perfil de “Facebook”



Fuente: Oscar Vintimilla (2016/04/09) [Imagen] Recuperada de <https://www.facebook.com/oscar.vintimilla.5/about>

Por otro lado, cuando analizamos la viñeta de “amigos” se visualizan todos los contactos invitados y aceptados por parte del dueño del perfil, permitiendo adicionalmente la identificación de amigos en común y los grupos a los que pertenecen. Este componente del perfil es un reflejo de la interacción social del individuo y las redes que se forman en la sociedad desde un punto en común.

Finalmente, la última viñeta (Gráfico 5) representa una galería fotográfica organizada en tres diferentes maneras para presentar la información. La primera de denomina “fotos en las que aparece...” haciendo referencia a aquellas imágenes de otros contactos en las que han etiquetado al dueño del perfil. La siguiente categoría incluye las “fotos de...” que son aquellas que ha colgado deliberadamente el usuario a lo largo del tiempo ordenadas de manera cronológica. Y para terminar se encuentra la parte de “álbumes”, en la cual las fotografías del dueño del muro se encuentran ordenadas en carpetas de acuerdo a parámetros personales.

Gráfico 5. Menú de fotos en un perfil de “Facebook”



Fuente: Oscar Vintimilla (2016/04/09) [Imagen] Recuperada de [https://www.facebook.com/oscar.vintimilla.5/photos\\_of](https://www.facebook.com/oscar.vintimilla.5/photos_of)

En conclusión, hemos podido observar que la red social contiene información de primera mano, generada por el usuario y los contactos de su red, de acuerdo a sus parámetros personales. Cabe destacar que estos datos, se encuentran organizados o divididos en información de: relación o de tipo informativo.

La primera radica en los datos relacionados con la amistad, intercambio de mensajes y fotos; es decir, se refiere a la interacción social que mantiene el dueño del perfil con el entorno. En cambio, la segunda incluye elementos tales como juegos, gustos, opiniones, etc. que representan al individuo de manera intrínseca. En otras palabras, este grupo se refiere más a su identidad como persona.

### **3.2 Encuesta**

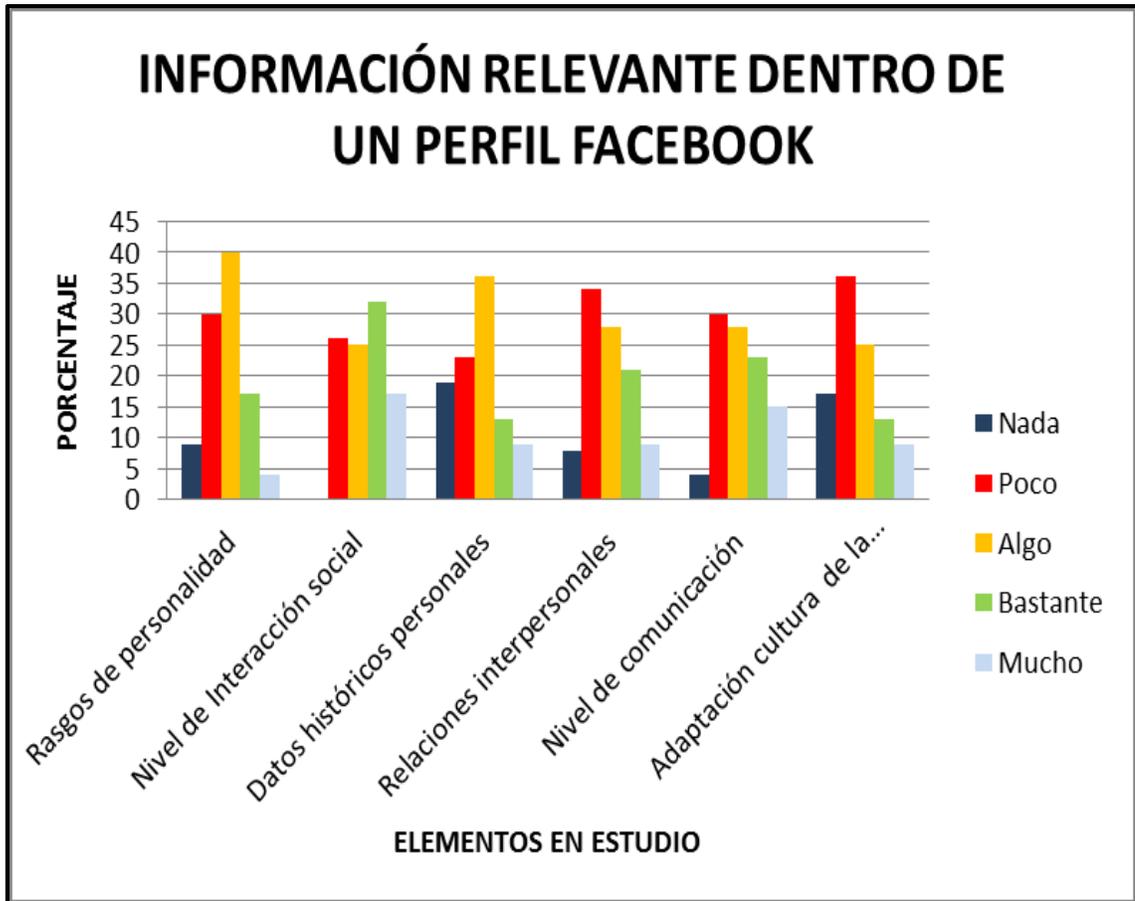
Una vez tabulados los resultados de la encuesta aplicada, es importante analizar ciertos datos demográficos que nos brindarán una mirada general a la población estudiada. Cuando observamos la información relacionada directamente con las personas encuestadas, podemos ver que el 26% de los entrevistados se encuentran entre los 20 a 30 años de edad, el 40% entre los 31 y 40 años y finalmente el 34% se encuentra en el rango de 41 a 58 años. En cuanto al tiempo en el cargo, se puede tener en cuenta que la mayoría de encuestados han permanecido en su puesto de trabajo actual de uno a cinco años, representado con un porcentaje del 49% de la muestra estudiada, el 26% lo ha hecho por un periodo comprendido entre seis y diez años, mientras que el 19% ha trabajado por más de diez años. Apenas 6%, tiene menos de un año en el cargo.

De acuerdo a los datos obtenidos de los cuarenta y siete entrevistados podemos observar que el 100% de ellos está familiarizado con la red social “Facebook”, pero solo el 72% mantienen una cuenta personal activa. Así mismo, el 66% de los representantes de las organizaciones tienen acceso a su perfil en la red social desde su puesto de trabajo, mientras que el 34% no lo tiene. El 45% de las empresas encuestadas cuentan con una página en este sitio web.

En segundo lugar, se analizaron los datos relacionados con los atributos de la red social “Facebook” para procesos de selección, en los cuales encontramos que el 74% de los encuestados (Acuerdo + Totalmente de acuerdo) se muestran favorables a la frase “Facebook es fácil de utilizar”. De la misma manera, ocurre con la afirmación de que la red social “está al alcance de todos” llegando al 66% entre las personas que están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

No sucede lo mismo en la afirmación correspondiente a si “Facebook” contiene información real, en la cual se observa que el 34% de encuestados está en desacuerdo y el 38% se encuentra en total desacuerdo, sumando un 72% de participantes con una inclinación desfavorable hacia la veracidad de la información. No existen personas encuestadas que estén o de acuerdo o totalmente de acuerdo en este ámbito.

Gráfico 6. Información relevante dentro de un perfil de Facebook para procesos de selección



Fuente: Encuesta a empresas de la AEPIC

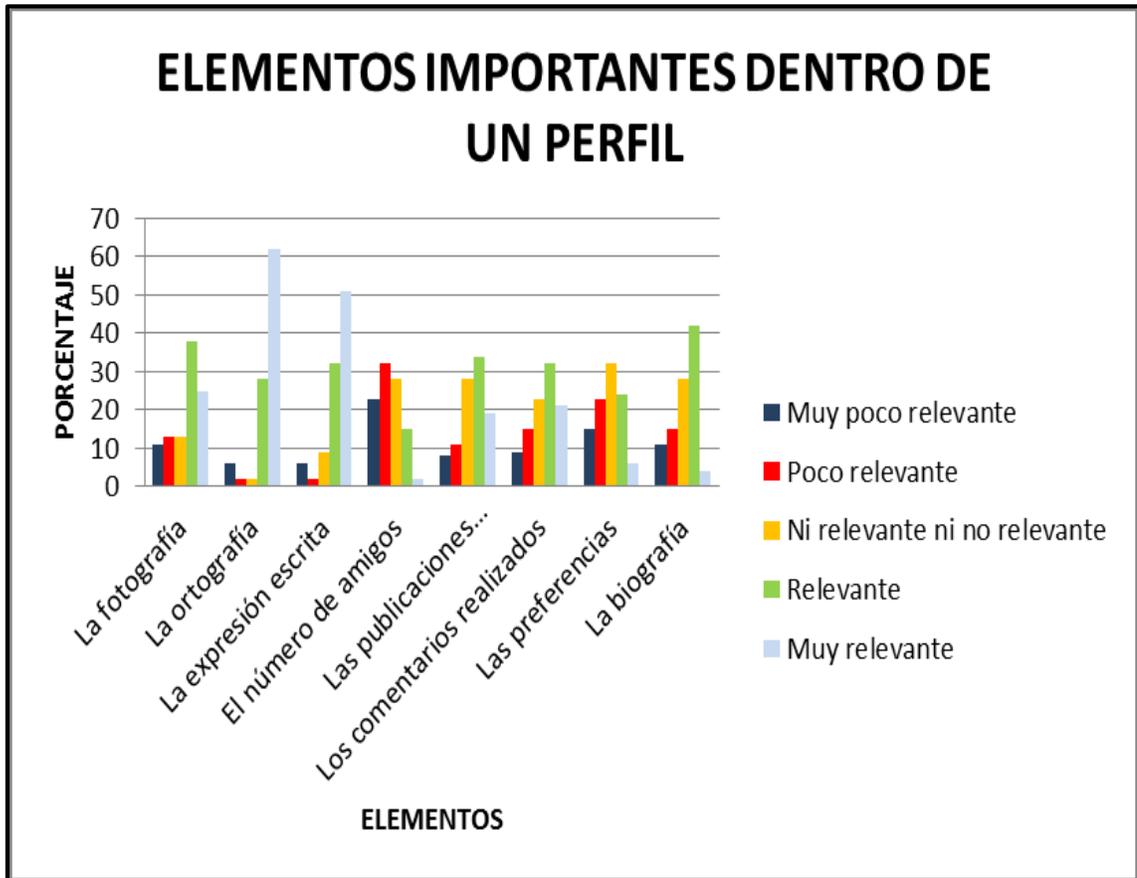
Elaboración: Elizabeth Ochoa

En cuanto a la información relevante que se puede obtener dentro de un perfil de Facebook, como se puede observar en el gráfico 6, la mayoría de participantes manifiesta que “poco” se puede conocer en aspectos tales como las relaciones interpersonales, el nivel de comunicación y la adaptación a la cultura organizacional.

Los datos históricos, personales y laborales así como los rasgos de personalidad; según los entrevistados, pueden determinarse en “algo”, mientras que el nivel de interacción puede determinarse “bastante” según manifiesta el 32% de la muestra.

En tercer lugar, para poder cumplir con los objetivos de la investigación se analizaron los datos referentes a los elementos en un perfil de “Facebook” que son relevantes para un proceso de selección de personal obteniendo los siguientes resultados.

*Gráfico 7. Elementos importantes dentro de un perfil de Facebook para procesos de selección*



Fuente: Encuesta a empresas de la AEPIC

Elaboración: Elizabeth Ochoa

De acuerdo a los datos obtenidos y visualizados en el gráfico 7, podemos observar que tanto la ortografía como la expresión escrita mantienen valores equivalentes 90% y 83% (relevante + muy relevante), indicativos de un alto grado de importancia dentro de un proceso de selección.

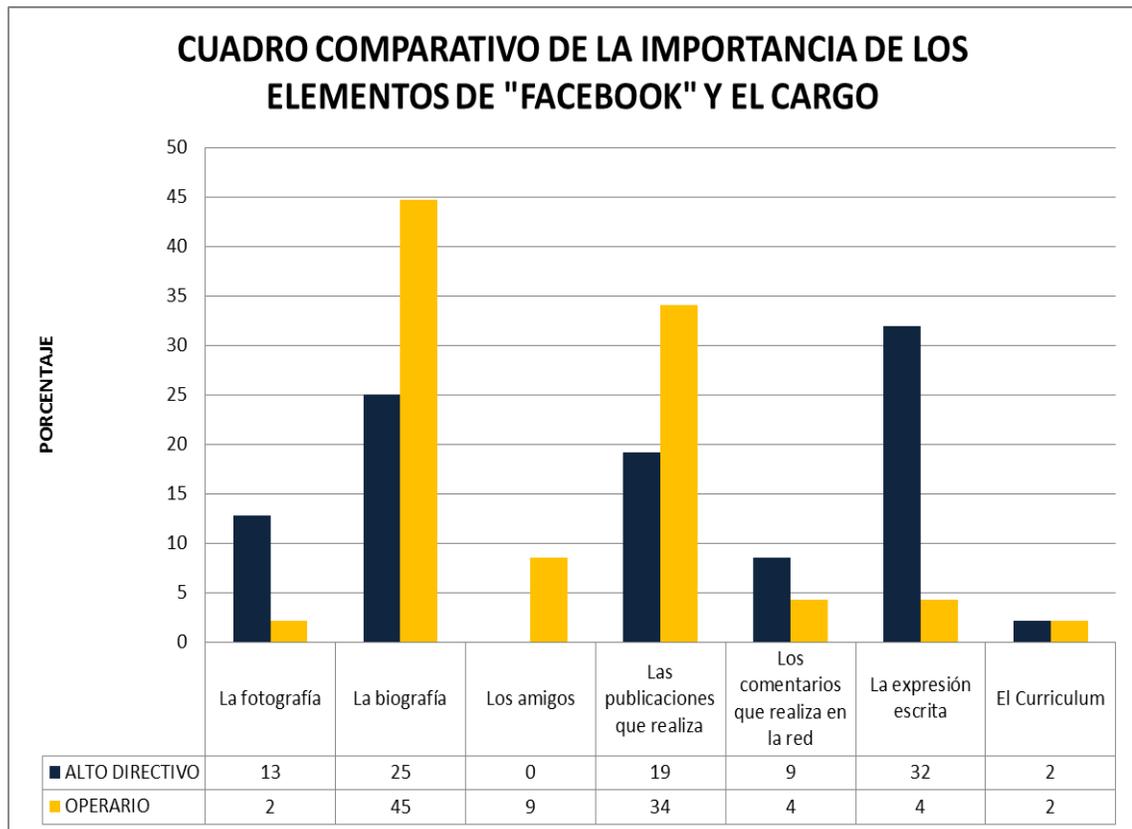
La fotografía, las publicaciones realizadas, los comentarios y la biografía muestran que la mayoría de los entrevistados colocan a estos elementos como aspectos relevantes dentro de un perfil. Más no sucede lo mismo en el caso del número de amigos, aspecto en el cual el porcentaje mayor se obtiene en la escala de “poco relevante” con el 32% de encuestados, seguido por el 28% que lo consideran ni relevante ni no relevante.

Por otro lado, cuando preguntamos ¿Cuál de los aspectos anteriormente mencionados sería más útil al seleccionar un alto directivo?, encontramos que el 32% de los encuestados, considera que la expresión escrita es la más útil, mientras que el 25% estima que es la biografía, el 19% las publicaciones, el 13% la fotografía, el 9% los comentarios en la red, y el 2% indica el currículum. Ningún individuo escoge la opción de “numero de amigos”

Al replantear la pregunta, a: ¿Qué elemento del perfil sería más útil para seleccionar a un operario?, podemos observar que el 45% mantiene que el más útil es la biografía, seguido del 34% que manifiesta que son las publicaciones que realizan, el 9% indica que son los amigos, el 4% los comentarios que realiza en la red y la expresión escrita. Solo un 2% señala la importancia de la fotografía y el currículum.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo de los resultados sobre la importancia de los elementos en el perfil del candidato de acuerdo al cargo.

Gráfico 8. Cuadro comparativo entre la importancia de los elementos de Facebook para procesos de selección y el cargo a seleccionar



Fuente: Encuesta a empresas de la AEPIC

Elaboración: Elizabeth Ochoa

Cuando preguntamos si la foto del perfil puede determinar la personalidad de un individuo, el 53% de los participantes sostienen estar en desacuerdo, el 17% están en total desacuerdo y finalmente el 30% restante se divide en partes iguales entre los que están de acuerdo y los que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Finalmente, para completar la investigación es importante rescatar los índices de uso de Facebook en las empresas participantes. Cuando se preguntó si alguna vez habían utilizado la red social “Facebook” para procesos de selección, apenas 28% de los encuestados contestó afirmativamente, pero cuando se les consultó si la red social puede

ser una herramienta de apoyo el 53% lo hizo de manera favorable; indicando una probabilidad mayor de uso.

Cuando comparamos las estadísticas sobre la probabilidad de que Facebook pueda ser una herramienta de apoyo, solamente con los datos de aquellas personas encuestadas que tienen una cuenta activada en Facebook y pueden accederla desde su lugar de trabajo, el porcentaje de aceptación subió al 74%. Mientras que el 40% de esta muestra mantiene que si ha utilizado el apoyo.

Por otro lado al indagar sobre si el perfil de este sitio web contiene información importante para determinar el candidato idóneo, el 34% de la muestra estudiada contestó que “SI” mientras que el 66% dijo que “NO”. Al comparar con los datos de los encuestados con perfiles activos y con acceso desde el puesto de trabajo se encuentra un 48% de respuestas afirmativas.

Para terminar, en respuesta a la pregunta ¿Utilizaría la red social “Facebook” en sus procesos de selección?, el 30% de los 47 representantes empresariales encuestados respondió que sí lo haría. Si tomamos solamente los datos de aquellas personas con una cuenta activa y con acceso en la red social podemos ver que el 37% de ellos contestó que “SI”.

## CAPÍTULO 4

### Discusión

Para poder responder la hipótesis planteada sobre el uso de la red social “Facebook” en procesos de selección de personal, es necesario analizar detenidamente los datos obtenidos e ir identificando cada uno de los factores potencialmente importantes al momento de determinar la verdadera utilidad de esta herramienta. Para ello es imperativo mencionar que tanto el análisis de contenidos de la página de “Facebook” como las encuestas deben ser complementadas en el contexto propio de la selección de personal.

En primer lugar, dentro de los datos recolectados, tanto en el análisis de contenidos como en la encuesta, podemos observar que uno de los principales atributos de la red social “Facebook”, es que está al alcance de todos, hoy en día la incidencia de las redes sociales es tan grande que se ha masificado de tal forma que personas de toda edad están familiarizadas con este tipo de tecnología web. Es así que dentro de las encuestas realizadas vemos que el 100% de las personas que participaron conocen de la red social, aunque un pequeño porcentaje no mantenga una cuenta activa, incrementando así la posibilidad de que el reclutador encuentre al candidato en la red social.

Así mismo, otro de los atributos de esta plataforma es que es fácil de utilizar. Si observamos la configuración de la página podemos ver que es intuitiva y cada ítem está explicado. No se requiere tener conocimientos adicionales para poder ingresar o navegar a este sitio, por lo que facilita el uso a personas de cualquier edad que sepan manejar un computador. Esta programación sencilla permite tanto al usuario como a las personas que tienen acceso al perfil, poder conocer información de manera inmediata permitiéndonos entrar a la página principal de la red, donde podemos observar las fotografías, publicaciones, relaciones y demás elementos de un perfil.

Por otro lado, encontramos que “Facebook” aporta una variedad de datos personales, tales como relaciones interpersonales, estudios realizados, lugar de residencia, vínculos con organismos públicos y privados, redes de amigos, entre otros. Esta característica, es muy

importante al momento de seleccionar a un candidato ya que en un solo sitio podemos obtener gran información sobre un individuo, es como una hoja de vida muy detallada.

Uno de los principales problemas de un reclutador a la hora de contratar a la persona adecuada para un cargo, es el pronosticar su desempeño basado en la información que aporta el aplicante mediante su hoja de vida y lo que manifiesta en la entrevista. La información presentada proviene de una sola fuente que se interesa por mostrar lo mejor de sí, para lograr ser contratado. Ello representa un problema para el entrevistador quien no tiene manera de cotejar esta información quedándose con los datos presentados aunque estos no fuesen reales. En este punto, una herramienta que contenga información directa del aspirante se vuelve indispensable, por lo que “Facebook”, puede ayudar a correlacionar la información presentada en la entrevista con los datos que se encuentran en el muro de esta página. Por ejemplo, se pueden corroborar: los estudios realizados, datos de filiación, ideologías, costumbres, gustos, etc.

De la misma manera, mediante la información presentada en el perfil de la red social se pueden conseguir nuevas referencias laborales. De acuerdo a lo estipulado en el análisis de contenidos de la página, se observa una interacción entre diversos contactos “amigos” que en si pueden representar una referencia inmediata. Es decir, se podría escoger a un contacto y mediante un mensaje preguntar directamente lo que conocen del candidato. Adicionalmente, dentro de la red de “amigos”, se visualizan contactos en común, a los cuales se puede indagar verdaderas referencias, mayormente significativas que las sugeridas por el interesado en el cargo.

Además, se pueden obtener datos que en un inicio el candidato no consideró importantes para colocarlos en su hoja de vida, este es el caso de aptitudes adicionales como tocar algún instrumento, la práctica de deportes, manualidades, etc. Estas competencias podrían ser un indicativo laboral en el caso de puestos que requieran una destreza manual muy fina o tareas que requieran concentración.

Cuando intentamos determinar si la red social contiene información real, nos encontramos con un dilema. La mayoría de entrevistados manifestó que no considera que Facebook aporte información real; pero aun así, debemos profundizar un poco más al

respecto. De acuerdo con el análisis de contenidos de la página, podemos ver que existe un porcentaje de datos que provienen exclusivamente del dueño del perfil que pueden ser alterados, pero también, existe información que no depende estrictamente de él, al contrario, son fotografías y publicaciones en las que sus contactos lo han etiquetado permitiendo al reclutador un acceso más allá del control del candidato. Así también, las publicaciones y comentarios que comparte el dueño del perfil corresponden a información directamente relacionada con su forma de pensar y como quiere presentarse ante el mundo. Por último, aunque el individuo pueda alterar deliberadamente su página de “Facebook”, la información recolectada a lo largo de los años desde la creación del mismo puede ser un indicativo valioso a la hora de reclutar a un empleado. Es por ello que podemos decir que puede no contener información real pero si información importante para el proceso de selección.

Por otro lado, desde el punto de vista de la selección regular mediante una entrevista, el candidato está en capacidad de presentarse de una manera muy distinta a su realidad; es decir, el aspirante se muestra al reclutador de una manera en la que incrementa sus probabilidades de contratación, aunque esta no refleje su realidad. De esta manera también estaríamos diciendo que los métodos regulares no siempre aportan información real, con lo que el uso de la red social se encuentra plenamente justificado.

Una vez que hemos determinado que “Facebook” aporta con información importante, debemos también analizar aquellos atributos de “Facebook” directamente relacionados con los elementos que pueden determinarse observando un perfil. Es decir, aquella información estrictamente relevante en un proceso de selección, tal como rasgos de personalidad, nivel de interacción social, datos académicos y laborales, relaciones interpersonales, nivel de comunicación y adaptación a la cultura organizacional. Para ello, debemos colocar en contexto los resultados de las encuestas en las cuales no se llega a desvirtuar el hecho de que “Facebook” permite conocer los rasgos de personalidad de un individuo, lo que indica cierta concordancia con lo estipulado en la revista “A Bordo” en su artículo citado anteriormente que manifiesta que la foto de perfil puede llevarnos a determinar la personalidad del individuo. De la misma manera se ha observado, que

mediante este sitio web es posible determinar el nivel de interacción social y los datos históricos relevantes del candidato.

Para desarrollar un poco más este aspecto, debemos mencionar que la red social “Facebook”; en un inicio, permite el acceso a visualizar la foto del perfil, sin necesidad de formar parte de los contactos del candidato. Es por ello la importancia de utilizar esta imagen como fuente de información en la cual se esconden actitudes y comportamientos de cada usuario. Por ejemplo, existen distintas composiciones de imágenes que a continuación pondremos en contexto de la selección de personal. Uno de estos tipos son aquellas fotos tomadas en solitario que muestra a la persona como el único centro de atención en la fotografía. Otro de los tipos es aquel que denota relaciones afectivas tales como fotos con amigos/as, con la pareja, con la familia, con la mascota, etc. Estas últimas proporcionan información directa de la cercanía con las personas de la imagen y que importancia tienen en la vida del candidato.

De la misma manera una imagen puede demostrar introversión, extroversión, apertura mental, neuroticismo, afabilidad, etc. No es lo mismo que el entrevistado mantenga en su perfil una foto en una fiesta con amigos, que otra en un parque con la familia.

Es importante destacar que no existe una apariencia adecuada o inadecuada, esta debe ser directamente relacionada con el puesto. Es decir, para ciertos cargos es mejor una persona extrovertida y para otros una introvertida.

Por otro lado, en cuanto a determinar la adaptación a la cultura organizacional, encontramos que las personas entrevistadas indicaron que “poco” se podía conocer en este aspecto, lo que puede indicar un desconocimiento del término “Cultura Organizacional”, ya que las personas entrevistadas proceden de una variedad de cargos que no necesariamente están familiarizados con la terminología. Al respecto, cabe indicar que según el análisis de contenidos, se puede observar varios elementos indicativos de este fenómeno, tales como las fotografías, las publicaciones, los comentarios, entre otros. Por ejemplo, si se busca contratar una persona para un puesto de gobierno, pero en el perfil se observan varias publicaciones y comentarios en contra, se puede pronosticar una

dificultad para adaptarse a la cultura organizacional. Dicho esto, podemos considerar este factor como uno de los atributos de “Facebook” al momento de seleccionar un candidato

En resumen, los principales atributos de la red social “Facebook” son: está al alcance de todos, es fácil de utilizar, aporta una variedad de datos personales, permite determinar rasgos de la personalidad, permite determinar el nivel de interacción social, permite obtener datos históricos y permite pronosticar la adaptación a la cultura organizacional.

Una vez establecidos los atributos de la red, es necesario determinar la información relevante dentro de un perfil y cuáles son las características deseables dentro del mismo para reconocer a un candidato idóneo. Para ello es importante referirnos directamente a los resultados de las encuestas que establecen como más relevantes a la ortografía, expresión escrita, fotografía, publicaciones y comentarios realizados.

Desde el punto de vista de la selección de personal, podemos decir que cada uno de estos elementos aporta gran cantidad de información al proceso, ya que generalmente un candidato entrega una hoja de vida en la que muy poco se puede observar su nivel de escritura y ortografía. Así mismo; generalmente, la foto en su currículo no tiene la capacidad de mostrar al individuo en su entorno ni sus rasgos de personalidad, al contrario las fotografías en la red social cuentan una historia personal, cuentan quienes están cerca, y como quieren presentarse al mundo, etc.; sin duda una herramienta adicional a lo que regularmente el postulante al cargo proporciona.

Por otro lado, las publicaciones y comentarios proporcionan gran información al reclutador para conocer los elementos que gustan y disgustan al candidato. A la hora de seleccionar a la persona adecuada para un puesto es imperativo conocer la mayor cantidad de información personal que permita pronosticar su desempeño en la empresa. En este caso, el perfil de “Facebook” aporta con información de primera mano relacionada con creencias religiosas, ideologías políticas, gustos personales, lugares que se frecuentan, etc.; en general, todo tipo de publicaciones y comentarios que permite ver al solicitante en su día a día.

Una vez que hemos determinado los elementos que pudieran ser importantes en un perfil, debemos analizar las características deseables dentro del mismo para determinar a un

candidato idóneo. Para ello debemos regresar a la información relevante dentro de un muro que muestra la importancia de la expresión escrita, la ortografía, las publicaciones, etc.

Sin duda todo reclutador busca un candidato con un perfil de “Facebook” que mantenga características positivas generales, es decir un buen nivel de comunicación, ortografía adecuada, fotos que muestren su realidad, publicaciones acorde a la cultura organizacional, etc.; pero ninguno de los elementos anteriormente mencionados aporta información relevante si no son considerados en virtud de cargo al que aplica. Es decir, estos puntos no aportan información por si solos; al contrario, se debe mencionar que no existe un perfil general adecuado ya que este debe ser cotejado directamente con el puesto.

Por ejemplo, para seleccionar a un directivo se podría poner más atención en la redacción y ortografía que para un operario. Así mismo, si se busca una persona para ventas, se esperaría que su perfil de “Facebook” revele una persona extrovertida.

Como se puede observar lo que es adecuado para un cargo es inadecuado para otro, es por eso que es oportuno conocer los requerimientos y competencias necesarias para un puesto, los cuales deben cotejarse con los elementos en la página de “Facebook” del candidato. De esta manera cada reclutador decidirá lo que es positivo o negativo para pronosticar el desempeño de un empleado.

Finalmente, para analizar el índice de uso de la red social en procesos de selección tomaremos los datos obtenidos de la encuesta realizada a las empresas de la AEPIC. Como se puede observar en los resultados, existe una diferencia considerable entre los datos obtenidos de la población general y los obtenidos de aquellos representantes que tenían una cuenta activa y acceso a la red social desde su puesto de trabajo. Para los fines de estudio, se tomarán en cuenta los resultados de este segundo grupo ya que es muy difícil que personas que no mantengan una cuenta y que no tengan acceso puedan utilizar y evaluar la herramienta.

De esta manera podemos observar que existe gran acogida a que la red social pueda ser una herramienta de apoyo en procesos de selección, así como podemos ver que un 40%

de empresas ya la ha utilizado, correlacionando el estudio realizado en Chile que indica el uso informal de la red social en un 48% de la población estudiada.

Luego de analizar todos estos aspectos sobre la red social, es importante reconocer que si bien existe acogida a la hipótesis de que “Facebook” es una herramienta válida para procesos de selección, también existe un porcentaje importante de entrevistados que mantienen dudas acerca de la viabilidad de su uso. Esto en su mayoría, orientado por la idea de que la información de la página no es del todo real, y que no se puede pronosticar la adaptación a la cultura organizacional.

A pesar de ello y apoyados en el análisis de contenidos podemos decir que el uso de la red social aporta gran información de apoyo para cumplir con las expectativas de un proceso de selección.

## CONCLUSIONES

Luego del análisis de las variables estudiadas podemos concluir que existen datos investigativos que prueban la veracidad de la hipótesis planteada, los cuales corroboran que la red social “Facebook” representa una herramienta válida para realizar procesos de selección de personal.

Como se ha podido observar, los datos que la red social proporciona están directamente relacionados con el proceso de selección, los reclutadores están en capacidad de investigar al candidato en su interacción diaria mediante su ventana al mundo. Esto en sí representa un gran avance en los procesos de selección que hasta ahora se han basado en las entrevistas, referencias y tests.

Para dar valor a esta afirmación, se procedió a identificar los principales atributos de “Facebook”, se determinó la información relevante dentro de un perfil así como sus características deseables, para finalmente abordar datos sobre la incidencia del uso de esta página en procesos de selección, los cuales detallamos a continuación.

En primer lugar; posterior al análisis de los datos, se determinó que los principales atributos de la red social radican en las siguientes afirmaciones: está al alcance de todos, es fácil de utilizar, aporta variedad de datos personales e información importante. Por otro lado, también representan un pilar fundamental a la hora de determinar rasgos de personalidad, nivel de interacción social, datos históricos individuales y la adaptación a la cultura organizacional.

De esta manera, quedan identificados los principales atributos de “Facebook” para procesos de selección, los mismos que generan aceptación entre la población estudiada y hacen más fácil que se pueda encontrar información directamente relacionada con el candidato al puesto. De la misma manera, este sitio está en capacidad de mostrarnos un rango amplio de información que antes nos era desconocida.

En segundo lugar, una vez que hemos determinado los atributos de la red social “Facebook” podemos identificar mejor la información que es valiosa para el proceso y aquella que no es tan relevante.

El perfil personal contiene información, que de acuerdo al puesto, puede utilizarse para pronosticar el desempeño en la organización, este es el caso de: el nivel de comunicación escrita, las fotografías, publicaciones y comentarios personales. Estos representan una herramienta que permite mostrar aspectos del individuo que analizados objetivamente nos pueden servir de apoyo a la hora de elegir un candidato, y nos permite una aproximación para determinar rasgos personales acordes con el cargo. Es importante mencionar que no existe un perfil bueno o malo, al contrario este debe ser cotejado con el cargo para determinar los rasgos importantes y necesarios para cada puesto, ayudados de la selección por competencias.

En tercer lugar, podemos concluir que existen empresas que ya están utilizando las redes sociales para sus procesos de selección aunque exista cierta preocupación sobre la veracidad de la información en el muro de un candidato. Así mismo, la mayoría de entrevistados que mantienen una cuenta activa y tienen acceso a esta desde su lugar de trabajo manifiestan que la red social puede apoyar los procesos de selección.

Finalmente, podemos decir que un perfil de “Facebook”, representa la imagen que un individuo quiere mostrar al mundo, en la cual día a día va construyendo su propia identidad, la que acompaña al ser humano en cada una de sus facetas ante la vida, permitiéndole compartirla con contactos alrededor del mundo.

Sin duda esta tecnología es compatible con los objetivos planteados dentro del estudio. De acuerdo a los datos obtenidos, “Facebook” representa una herramienta potencial para los procesos de reclutamiento y selección de personal, aunque cabe destacar que ésta no debe utilizarse por sí sola, sino como un instrumento de apoyo al sistema regular.

En ningún momento se plantea que esta herramienta sea la base del proceso de selección, ni se recomienda como único elemento decisivo a la hora de contratar a una persona. Si bien la información en el muro de un individuo es importante para conocer su entorno, no debe usarse con fines discriminatorios ni excluyentes. Al contrario esta herramienta

debe orientarse a pronosticar el éxito en el puesto, acompañada de un proceso completo de reclutamiento y selección de personal. De esta manera el perfil de “Facebook” de un candidato se convierte en un elemento importante al momento de determinar a la persona idónea para un cargo, más no un elemento concluyente.

Finalmente, cabe destacar que los resultados obtenidos han sido el primer paso para futuras investigaciones en este ámbito. Los datos generados, son una muestra de lo importante que puede ser el uso de redes sociales para procesos de selección en distintos colectivos empresariales. Esta vez se han investigado empresas en el sector productivo dejando la incógnita de que si estos resultados pueden ser replicados para otros sectores. Además, sería interesante determinar la incidencia del uso de “Facebook” para procesos de selección en otras ciudades del Ecuador.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcazar, J. d. (27 de Enero de 2015). *Ranking y estadísticas redes sociales ecuador*. Recuperado el 24 de Marzo de 2016, de Formación Gerencial:  
<http://blog.formaciongerencial.com/2014/05/16/ranking-redes-sociales-ecuador-mayo-2014/>
- Alles, M. (2006). *Selección por Competencias*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Bachenheimer, H. (2007). *Selección de Personal: Politecnica Universidad Xaveriana*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2013, de Politecnica Universidad Xaveriana:  
[http://drupal.puj.edu.co/files../OI050\\_Herman\\_0.pdf](http://drupal.puj.edu.co/files../OI050_Herman_0.pdf)
- Back, S. (2010). Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Non Self-idealization. *Psychological Science*, 1-3.
- Blasco, R. D. (2004). Reclutamiento y Selección de Personal y nuevo Rol del Psicólogo. 4, 99.
- Cabarcas, N. (2009). *ucateci.edu.do*. Recuperado el 15 de Noviembre de 13, de Ucateci.edu.do:  
[http://scholar.google.es/scholar?q=gestion+de+talento+humano&btnG=&hl=es&as\\_sdt=0%2C5#](http://scholar.google.es/scholar?q=gestion+de+talento+humano&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5#)
- Campos, F. (2008). Las Redes Sociales Trastocan los Modelos de los Medios de Comunicación Tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Colombia: McGraw Hill.
- de Haro, J. (2012). Redes Sociales en Educación. 2.
- Flores, J. (2009). Nuevos Modelos de Comunicación, Perfiles y Tendencias en Redes Sociales. *Comunicar*.
- Guevara, C. (2013). Taxonomía del Feis. *A bordo*, 144-158.
- Halpern, D. (2013). *Pontificia Universidad católica de Chile*. Recuperado el 2013, de UC:  
[http://comunicaciones.uc.cl/la-facultad-de-comunicaciones-uc-presento-el-primer-estudio-de-social-recruiting-en-chile/prontus\\_fcom/2013-10-17/182112.html](http://comunicaciones.uc.cl/la-facultad-de-comunicaciones-uc-presento-el-primer-estudio-de-social-recruiting-en-chile/prontus_fcom/2013-10-17/182112.html)
- Heredia, M. (2011). *Metodología de la Investigación*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2013, de Monografias.com: [www.monografias.com/trabajos58/metodologia-investigacion/metodologia-investigacion2.shtml](http://www.monografias.com/trabajos58/metodologia-investigacion/metodologia-investigacion2.shtml)

Hernández, R., Fernadez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.

Jerez, A. (2010). *Procesos Básicos de la Gestión del Talento Humano*. 24.

Manjarrez, B. (21 de Enero de 2015). *Las consecuencias de un mal reclutamiento*. Recuperado el 3 de Marzo de 2016, de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/las-consecuencias-de-un-mal-reclutamiento-brenda-manjarrez>

Mercado. (20 de Abril de 2012). *Marcado Management*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2013, de Mercado.com.ar: <http://www.mercado.com.ar/notas/management/372058/facebook-ya-es-herramienta-para-seleccin-de-personal>

## **ANEXOS**

## Anexo 1. Cuestionario de preguntas “Uso de la Red Social Facebook para Procesos de Selección



### USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK PARA PROCESOS DE SELECCIÓN

#### **Estimado Representante en Procesos de Selección**

Hoy en día, uno de los retos más grandes en el proceso de selección de personal es determinar la veracidad de la información presentada; es por ello, que como parte del estudio de tesis de grado de Psicología Organizacional, se ha planteado el objetivo de determinar si la red social "Facebook" representa una herramienta de apoyo válida para procesos de Selección de Personal, y debido a que su opinión es importante para nosotros, encarecidamente solicitamos su colaboración como representante de la empresa en temas de contratación.

La información obtenida será de gran valor para identificar nuevas herramientas de apoyo, mientras que los datos recolectados serán estrictamente confidenciales y no podrán ser utilizados fuera del contexto de la investigación.

Gracias por participar en esta encuesta. Sus comentarios son importantes.

Atentamente,

**Elizabeth Ochoa Serrano**  
Egresada de Psicología Organizacional  
Universidad del Azuay



## USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK PARA PROCESOS DE SELECCIÓN

### 1. DATOS INFORMATIVOS

Cargo que desempeña  
en la Empresa o  
Institución

Tiempo en el Cargo

Edad

2. ¿Está familiarizado con la red social "Facebook"? Si la respuesta es no, usted ha terminado la encuesta, caso contrario continúe con la pregunta 3.

- SI  
 NO

3. ¿Posee usted una cuenta activa de "Facebook"?

- SI  
 NO

4. ¿La empresa o Institución a la que usted representa, mantiene una cuenta activa de "Facebook"?

- SI  
 NO

5. ¿Tiene usted acceso a la red social "Facebook" desde su puesto de trabajo?

- SI  
 NO

6. ¿Alguna vez ha utilizado el apoyo de la red social "Facebook" en procesos de selección de personal?

- SI  
 NO

7. ¿Considera que "Facebook" puede ser una herramienta de apoyo en procesos de selección de personal?

- SI
- NO

8. Indique el grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones relacionadas a la Red Social "Facebook"

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Está al alcance de todos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es fácil de utilizar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contiene información real	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aporta una variedad de datos personales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Permite acceso a formas de comportamiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿En que medida, los siguientes elementos pueden ser determinados observando un perfil de "Facebook"?

	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
Rasgos de personalidad	<input type="radio"/>				
Nivel de interacción social	<input type="radio"/>				
Datos históricos (académicos o laborales)	<input type="radio"/>				
Relaciones interpersonales	<input type="radio"/>				
Nivel de comunicación	<input type="radio"/>				
Adaptación a la cultura de la organización	<input type="radio"/>				

10. ¿Qué tan relevantes son los siguientes elementos dentro de un perfil personal de facebook, en un proceso de selección de personal?

	muy poco relevante	Poco relevante	Ni relevante ni no relevante	Relevante	Muy relevante
La fotografía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La ortografía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La expresión escrita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El número de amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las publicaciones realizadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los comentarios realizados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las preferencias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La biografía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Determine su grado de acuerdo con respecto a las siguientes afirmaciones

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
La foto del perfil de "Facebook" puede determinar la personalidad de un individuo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La expresión escrita del candidato en su perfil de "Facebook" puede determinar la calidad en su nivel de comunicación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La información del Perfil de "Facebook" puede pronosticar la adaptación a la cultura de la Organización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Si estuviera seleccionando a un alto directivo, ¿qué elemento del perfil personal del candidato le sería mas útil?

- La fotografía
- La biografía
- Los amigos
- Las publicaciones que realiza
- Los comentarios que realiza en la red
- La expresión escrita

Otro (especifique)

13. Si estuviera seleccionando a un operario, ¿qué elemento del perfil personal del candidato le sería mas útil?

- La fotografía
- La biografía
- Los amigos
- Las publicaciones que realiza
- Los comentarios que realiza en la red
- La expresión escrita

Otro (especifique)

14. ¿Considera usted que "Facebook" contiene información importante para determinar al candidato idóneo dentro de un proceso de selección de personal?

- SI
- NO

15. Considera que la red social "Facebook" aporta con información confiable para pronosticar el desempeño laboral?

- SI
- NO

16. ¿Utilizaría la red social "Facebook" en sus procesos de Selección de Personal?

- SI
- NO

**MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 2. Lista de empresas encuestadas

<b>Empresas participantes</b>
Adapaastro
Buffet y algo más
Cámara de la Pequeña Industria
Chivit Ecuador
Cicla
Citep
Dist. Víctor Moscoso
Ejeproy Cia. Ltda.:
Italimentos
Fibroacero / Fundiciones y Trabajos Técnicos
Grupo Peña / Hormicroto Cia. Ltda.
Nitro llanta / Isollantas
Platería Narváez
Proarmetal
Etapa
Agua Pura Las Rocas
Trans Azuaya
Corporación Azende
Arup. Corp. De Recicladores
Caucho Industrias
Grupo Cartopel
Carpintería y Tapicería Internaciones / Colineal /Madeclas / Bodegas Colineal
Megalimpio
Templavid
Muebles Carrusel
Lácteos San Antonio
Tintes y Pinturas VHP
Agrosad
Auto-Parts Japonesa / Baterías Yuasa
c-3
Duramás / Inserkota / Prefabricados de C. Tiger
Fábrica Orellana
Industria de Alimentos La Europea
Keramikos SA.
Metalmeida
Mopalex
Pastificio Nilo

Grupo Ortiz (Adheplast, Resorpedic, Lamitex, Ilansur, Dinastic, Telartec, Sintecuero, Extroplast, Isomet, Ecuaspumas, Embuandes, Coral Hipermarket, Motsun, Fimitex, HormiAzuay)
Embutidos La Cuencana
Pastificio Tomebamba
Bermeo Hermanos
Granistone / Señal X
Importadora Lartizco
Insermet
Holcim
Continental Tire Andina
Mundiplast