

LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA PARA PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL CAPITAL HUMANO EN LOS SUPERMERCADOS DE AUTOSERVICIO DEL CORPORATIVO SÁNCHEZ, S. A DE C.V. EN LA CIUDAD DE VILLAHERMOSA, TABASCO, MÉXICO

Fecha de recepción: 13/12/2024 Fecha de aceptación: 02/01/2025

María Patricia Torres Magaña

Dra. Tecnológico Nacional de México/
Instituto Tecnológico de Villahermosa
Departamento de Ciencias Económico
Administrativas
Villahermosa, Tabasco, México.

ABSTRACT: Recruitment within organizations is one of the most important processes to develop, because it allows the identification of the ideal human resource that the company requires for the correct performance of its activities and future needs. We agree that in the business world there are a series of fundamental aspects that each organization must continuously manage to be as well prepared for any situation. To do this, it is essential to have highly qualified personnel in each area with the right profile. It is worth mentioning that the recruitment of workers and the processes to attract the best candidates has been changing over the years, all this according to new technologies and mainly with the use of social networks.

KEYWORDS: Social Networks, Integration Process, Human Capital, Supermarkets, Self-Service.

INTRODUCCIÓN

El objetivo del proyecto es elaborar una metodología de las diferentes redes sociales a través de su análisis para el procedimiento de reclutamiento y selección de talento humano como herramienta integral para facilitar las publicaciones de vacantes y captar mayores y mejores candidatos en el área de Recursos Humanos dentro del Corporativo Sánchez S.A de C.V.

Debido al avance de las tecnologías de la información, y comunicación, es importante en Grupo Sánchez estar preparados para las nuevas formas de reclutamiento, al paso de los años las nuevas generaciones buscan obtener más beneficios en las nuevas tecnologías, y cada día obtener más provecho al tiempo que se utiliza en internet. Según Mondy y Noé (2005, en Díaz, 2009:3), el reclutamiento a través del uso de internet se ha vuelto muy popular a nivel mundial, si se considera la velocidad y la amplia cartera de talentos que se pueden obtener

por este medio, permitiendo lograr un reclutamiento más eficiente y rentable, tanto para el candidato como para el reclutador. En este mismo sentido, Méndez y García (2009:1) exponen que las personas tienen la necesidad de encontrar un empleo y cada vez menos utilizan los medios tradicionales; de hecho, pronostican que en un futuro dejen de hacerlo.

Este Proyecto dará presencia a Grupo Sánchez en diversas redes sociales como medio de reclutamiento, creando una vía más activa, y dinámica para el departamento de Recursos Humanos a tal grado de crear una herramienta clave para el proceso de reclutamiento y selección.

El Proyecto reducirá los tiempos de reclutamiento y selección, agilizando el proceso, y facilitando al candidato y a los reclutadores una comunicación más efectiva.

Para ello con este Proyecto busca dar fin a la escasez de difusión dentro de las diferentes redes sociales que son utilizados por cada reclutador, es decir reestructurar y dar diseño a tal grado de que el medio de reclutamiento dentro del Corporativo Sánchez sea más atractivo e impacte a más personas y futuros colaboradores.

Hoy en día, los candidatos usan las redes sociales para conocer más a una empresa, les interesa saber sobre cómo es la cultura organizacional, enterarse de las vacantes disponibles, averiguar las direcciones de sus distintas ubicaciones, percatarse de la relación de la empresa con la sociedad. Con el avance de la tecnología, las redes sociales se han convertido en una herramienta para buscar a candidatos, esto siendo un beneficio importante para las organizaciones, las redes sociales se han convertido en una herramienta para la búsqueda, difusión, y selección de candidatos, ya que con ellas se puede mantener una conversación directa con candidatos pasivos, es decir, quienes no están en una búsqueda activa de empleo. De igual manera, como reclutador se puede tener al alcance mayor información no solo profesional sino personal que ayudará a saber si el candidato puede ajustarse al perfil solicitado. Asimismo, los reclutadores pueden acceder a un número mayor de candidatos sin importar la distancia y en consecuencia implican una disminución de costos sobre todo para las empresas.

MÉTODOS

Todos los procesos de reclutamiento tienen vital importancia para encontrar al candidato ideal para el puesto requerido, y es la integración de todos los procesos implementados en el área de recursos humanos, que logra ese objetivo, ahora bien, este proyecto se centrará en el Área de Reclutamiento y selección de personal

En este proceso de reclutamiento y selección es donde se implementarán mejoras para hacer más eficiente la manera de difusión actual.

Es importante seleccionar al candidato ideal que cuente con las habilidades específicas y necesarias para desempeñarse dentro del puesto en cuestión, de lo contrario seleccionar a un candidato que no cumpla con los requisitos provoca ineficiencia en sus

puestos de trabajo y provoca la rotación de personal dentro de la organización.

Antes de determinar al candidato ideal, se debe tener los perfiles de puestos específicos para saber que requisitos, y habilidades requiere el puesto que se va a desempeñar.

En corporación Sánchez, se manejan tres modelos de negocios diferentes los cuales permiten tener una amplia variedad de puestos ofertados los cuales deben ser ocupados por candidatos mediante el debido proceso de reclutamiento y selección.

La **cultura Organizacional** dentro de corporación Sánchez, se distingue por ser una empresa socialmente responsable, interesada por el bienestar social y por supuesto con el de empleados.

Las redes sociales han surgido a lo largo del avance de las tecnologías de la información, como medio de comunicación, y así mismo como espacio de entretenimiento, pero estas aplicaciones conocidas como redes sociales pueden tener un uso estratégico en el área de reclutamiento y selección.

Actualmente de acuerdo a una investigación realizada por el sitio web redstation (2022), existen diversas redes sociales, y las principales son:

Facebook, es la red social más versátil y completa. Un lugar para generar negocios, conocer gente, relacionarse con amigos, informarse, divertirse, debatir, entre otras cosas. Para las empresas, es prácticamente imposible no contar con Facebook como aliado en una estrategia de Marketing Digital, ya sea para generar negocios, atraer tráfico o relacionarse con los clientes.

Instagram fue una de las primeras redes sociales exclusivas para acceso móvil. Es cierto que actualmente es posible ver las actualizaciones en la computadora, pero el producto está destinado para ser usado en el celular. Es una red social de compartir fotos y videos entre usuarios, con la posibilidad de aplicación de filtros

LinkedIn es la mayor red social corporativa del mundo. Se asemeja bastante a las redes de relaciones, pero la diferencia es que su foco son contactos profesionales, es decir, en lugar de amigos, tenemos conexiones, y en lugar de páginas, tenemos empresas. Es utilizado por muchas empresas para reclutamiento de profesionales, para el intercambio de experiencias profesionales en comunidades y otras actividades relacionadas al mundo corporativo

Twitter se utiliza principalmente como una segunda pantalla, en la que los usuarios comentan y debaten lo que están viendo en la televisión, publicando comentarios sobre noticias, reality shows, juegos de fútbol y otros programas.

WhatsApp es la red social de mensajería instantánea más popular, es una aplicación de chat para teléfonos móviles de última generación, los llamados smartphones. Sirve para enviar mensajes de texto y multimedia entre sus usuarios.

Las redes sociales han marcado un hito en materia de difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual. Son utilizadas tanto por individuos como por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva

y dinámica. Durante los últimos años, han surgido muchos tipos de redes sociales, tanto en el ámbito social o general, como en el corporativo, para efectos de negocios, o bien en temas específicos de interés de grupos o segmentos determinados. Sin embargo, el objetivo común se cumple en el tanto se logra una comunicación fluida y eficaz con grupos específicos de interés, incluyendo esto desde la posibilidad de atender la necesidad de pertenencia social hasta facilitar la proyección y posicionamiento de empresas, bienes, servicios, o incluso para ser utilizadas en campañas políticas.

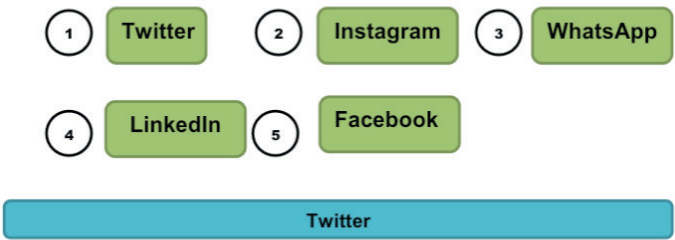
Las redes sociales para reclutar personal es una estrategia muy útil para las empresas.

Los canales digitales más empleados para llevar a cabo este método son: LinkedIn, Facebook y Twitter.

Las ventajas que tienen los reclutadores al usar las redes son conocer más a fondo a los candidatos. La mejor referencia para la empresa es el perfil y todo lo que se muestra en él. Hay rapidez en la comunicación. Aprovechar el uso de las redes sociales para reclutar personal tiene muchas ventajas, ya que el tiempo de búsqueda de un candidato se acorta. La empresa y los candidatos pueden interactuar inmediatamente y los procesos de selección son más sencillos y rápidos.

Existe mayor número de candidatos. Ofertar las vacantes en diferentes plataformas, permite ampliar la red de interesados y da la posibilidad de contactar con profesionales de diferentes sectores, incluso a los que no estén en búsqueda de empleo. Disminuye costos. Existen muchas plataformas en las cuales no es necesario pagar para llevar a cabo los procesos, lo cual beneficia a la empresa.

Las siguientes redes sociales son las más usadas en México en 2021.



• **Construir una reputación en las redes sociales:**

Realizar publicaciones sobre la empresa, para que los usuarios conozcan a la empresa y deseen trabajar para ella, es el objetivo más importante. Hay que ofrecer grandes beneficios y proyectos empresariales a los posibles candidatos.

- **Usar contenidos visuales:**

Realizar Publicaciones que sean a través de imágenes o video es el formato con el que los usuarios de las redes sociales tienen más probabilidades de participar

La razón es que el cerebro humano es capaz de procesar la información visual 60.000 veces más rápido que el texto. La mezcla de mensajes no verbales, lenguaje corporal, sonido e imágenes genera un mensaje más completo con el que hacer entender al candidato cómo es la empresa y qué perfil se busca para el puesto solicitado (*Bizneo,2022*).

- **Unirse a los grupos en diversas redes.**

Son comunidades especiales para reclutar sectores específicos donde se puede ver fácilmente las publicaciones de los puestos que se necesitan reclutar, facilitando la comunicación directa entre el reclutador y los interesados en el puesto.

- **Compartir distintos recursos y contenidos de calidad**

Crear artículos, infografías, vídeos, recursos multimedia que puedan interesar a potenciales talentos. Por otra parte, si se genera contenido de calidad, la empresa se convertirá en un referente del sector y potenciar la imagen de marca, creando tráfico en la red sobre la empresa.

- **Publicidad en redes sociales**

Las empresas pueden utilizar los anuncios digitales para segmentar el público potencial al que va dirigido el anuncio, por ejemplo, una oferta de trabajo destinada al grupo que hemos escogido.

CREACIÓN DE UNA PÁGINA OFICIAL GENERAL PARA EL RECLUTAMIENTO

Presentar la creación de una página oficial en diversas redes sociales, Como, por ejemplo: Twitter, Instagram, y LinkedIn, todo basándose en la Investigación realizada para publicar vacantes de puestos más específicos Con más grado académico, como: ingles, diplomados, maestrías y cursos Especializados.

CONCLUSIONES

El área de reclutamiento y selección es de vital importancia para cualquier empresa, siendo este proceso el que aporta a todas las organizaciones personal adecuado para desempeñar las actividades dentro de sus respectivos puestos, contar con un buen equipo de trabajo es una necesidad porque así es como se construye al capital humano idóneo

para en conjunto trabajar para lograr los objetivos de la empresa, y hacer de ella una empresa competitiva ante las demás.

En corporación Sánchez, el proceso de reclutamiento y selección es realizado por personal calificado para seleccionar a los candidatos que cumplan con las características y habilidades para cada puesto, pero antes es importante plantear la siguiente interrogante, ¿Como encontrar al candidato ideal para el puesto?, este proceso se lleva a cabo en diferentes medios como: Posteo, Volanteo, perifoneo, y redes sociales, siendo la última en mencionar quien aporta más alcance para cumplir con la función de difusión.

Actualmente muchos procesos han evolucionado sientio optimizados por las nuevas tendencias, es por este motivo que es importante cada día actualizar los procesos, y hacer uso de las nuevas tecnologías. Las redes sociales son una herramienta clave que mejora los métodos tradicionales para publicar las vacantes ofertadas en corporación Sánchez, el uso estratégico dentro del área de recursos humanos mejora la difusión logrando tener más alcance con un mayor número de posibles candidatos para los diversos puestos.

Un perfil social más atractivo dentro de Facebook o en alguna otra red social aparte de cumplir su principal función la cual se basa en encontrar al personal adecuado también funciona como un medio para crear valor a la empresa, dándola a conocer a más personas sin importar el lugar geográfico en que estas se encuentren, con un menor costos ante los otros medios.

Las redes sociales agilizan la difusión de las vacantes, logrando captar más candidatos con las habilidades requeridas para el puesto ofertado, reduce los tiempos para el intercambio de información, y genera una comunicación más dinámica entre el reclutador y los candidatos interesados en los puestos.

Utilizar otras redes sociales es una herramienta clave para captar candidatos con grados académicos específicos los cuales son necesarios para desempeñar ciertos puestos, al tener mayor alcance a más diversidad de personas, se tiene la oportunidad de encontrar personas más preparadas con habilidades que destacan ante los demás con perfiles más talentosos.

RECOMENDACIONES

Actualizarse siempre en las diversas redes sociales tiene un importante beneficio en el área de reclutamiento y selección, tales como: Agilizar los procesos al mantener una comunicación activa entre el reclutador y las personas interesadas, se tiene la capacidad de captar un mayor número de personal con más capacidades profesionales, es por este motivo que conforme las tecnologías avancen Corporación Sánchez debe hacer uso de estas como una herramienta estratégica.

La recomendación se basa de implementar un apartado en la página web como medio de reclutamiento y selección, Una bolsa de trabajo donde los interesados puedan

postularse automáticamente realizando un cuestionario breve y con la opción de adjuntar el curriculum Vitae o Solicitud Empleo, para así cualquier usuario que busque a Grupo Sánchez en la web y visite la página pueda ver ese apartado en caso de buscar empleo.

REFERENCIAS

Bayo, A., y Merino, J. (2002). Gestión de Recursos Humanos, Estrategia y Desempeño Operativo España. Fuente Negocios Premier

Bouissiere, Y. (2021, 4 noviembre). Los orígenes de LinkedIn: la historia de la red social. Proinfluenc. <https://www.proinfluenc.com/es/red-social-historia-linkedin/>

Cabrera Piantin. (2011). El impacto de la Rotación de Personal. 2022, de Universidad Autónoma de Nuevo León Sitio web: <https://www.redalyc.org/pdf/3536/353632025006.pdf>

Cahun, A. (2018, 13 febrero). Así nació WhatsApp. Xataka México. <https://www.xataka.com.mx/aplicaciones/asi-nacio-whatsapp>

Carroll, A. (1979). "Un modelo conceptual tridimensional de desempeño corporativo", Academy of Management

Cera, C. (2021, 20 abril). *Definición de candidato en Recursos Humanos*. appvizer.es. <https://www.appvizer.es/revista/recursos-humanos/reclutamiento/definicion-de-candidato-en-recursos-humanos>

Chiavenato I. (2017). Administración de Personal. Quinta edición. Bolilla.

Chiavenato, I. (1993): Administración de Recursos Humanos McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2000). Administración de Recursos Humanos. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

Chiavenato (2009). Reclutamiento de personal. En Administración de recursos humanos. Quinta Edición: Bolilla.

Circle k. (2022). Circle k México. 2022, de mx Sitio web: <https://www.circlek.com.mx/>

Dessler, Gary. Administración de Recursos Humanos. 5ta edición, México. 2011. Pearson

DocuSign. (2021, marzo 26). Reclutamiento 4.0: ¿qué es y cómo realizarlo? <https://www.docusign.mx/blog/reclutamiento-40-que-es-y-como-realizarlo#:~:text=Se%20conoce%20por%20reclutamiento%204.0,son%20necesarios%20en%20cada%20%C3%A1rea.>

Empresas usan redes sociales para emplear. (2020, 2 diciembre). Semana Com. <https://www.semana.com/empresas/articulo/empresas-usan-redes-sociales-para-reclutar-talento/193297/>

Fernández, M. (2018, 27 agosto). Instagram para el reclutamiento y la selección de personal. HRTRENDS. <https://empresas.infoempleo.com/hrtrends/instagram-reclutamiento-seleccion>

Fierro M. (2013). LA CULTURA ORGANIZACIONAL, VARIABLE IMPORTANTE PARA OBTENER VENTAJA COMPETITIVA. 2022, de Nueva Granada Sitio web: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10669/GutierrezFierroMelissa2013.pdf;jsessionid=2025214E75978DE0E72C92E86EE5745E?sequence=1>

Gallego, J. (2010) Tecnologías de la información y la comunicación. Madrid: Editex

Gatica Barrientos. (2016). Procesos de reclutamiento y las redes sociales. 2022, Sitio web: <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498153966004.pdf>

Gil, C. (2021, 25 febrero). Historia de WhatsApp: cómo se creó la app que ha revolucionado la comunicación social. Marketing 4 Ecommerce. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-whatsapp/>

HR. (2021b, mayo 14). Cómo atraer talento a través de las redes sociales. Blog de Recursos Humanos de Bizneo HR: práctico y actual. <https://www.bizneo.com/blog/social-recruiting/>

Hütt Herrera, Harold. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. 2022, de Universidad de Costa Rica Sitio web: <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Las redes sociales para reclutar personal y buscar empleo -. (2021, 7 agosto). CIW. <https://www.ciw.edu.mx/las-redes-sociales-para-reclutar-personal-y-buscar-empleo/#:%7E:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20Social%20Recruiting,%3A%20LinkedIn%2C%20Facebook%20y%20Twitter>

Liquidano, Silva. (2014). Reclutamiento y selección a través de las redes sociales Facebook y LinkedIn. 2022, de Revista OIKOS Sitio web: <file:///C:/Users/52993/Downloads/Dialnet-ReclutamientoYSeleccionATravesDeLasRedesSocialesFa-6025686.pdf>

Molina, D. (2021, 9 noviembre). Historia de Facebook: nacimiento y evolución. Thinking for Innovación. <https://www.iebschool.com/blog/auge-y-declive-de-un-imperio-llamado-facebook-redes-sociales/>

Neto. (2022). Tienda Neto. Jun 22, de Tiendas Súper Precio, S.A. de C.V Sitio web: <https://tiendasneto.com.mx/>

O. Rafael. (2020, 23 noviembre). ¿Cómo reclutar perfiles TI en Twitter? Blog Hireline. <https://hireline.io/blog/como-reclutar-perfiles-ti-en-twitter/>

Oxxo. (2022). FEMSA. <https://www.oxxo.com/>

Pereira Burgos, Mórela (2020). Caleidoscopio de las Ciencias Sociales. Universidad del Zulia/High Rate Consulting. Venezuela. 130p. ISBN 978-980-402-294-4 DOI: <https://doi.org/10.38202/caleidoscopio>

Randstad. (2021, 8 octubre). Redes sociales como estrategia de reclutamiento y selección. México RANDSTAD. <https://www.randstad.com.mx/noticias-rh/employer-branding/redes-sociales-como-estrategia-de-reclutamiento/>

RD Station. (2022). ¿Qué son las Redes Sociales? Mx. <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>

Reclutamiento y selección: impacto de las redes sociales. (2020). Conexión ESAN. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/reclutamiento-y-seleccion-impacto-de-las-redes-sociales>

Ricart, Joan E. (2009). Modelo de Negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica. 2022, de Madrid, España Sitio web: <https://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf>