

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



**“ANÁLISIS DEL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES
COMO PLATAFORMAS DE EMPLEABILIDAD EN EL SALVADOR”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:
MARTÍNEZ MEJÍA, KATHERINE ELIZABETH
PADILLA JIMÉNEZ, REBECA SARAÍ
RODRÍGUEZ TOBAR, LILIAM ANDREA**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO (A) EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**DOCENTE DIRECTOR:
LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTÍNEZ CRUZ**

**NOVIEMBRE, 2019
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL**



**“ANÁLISIS DEL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES
COMO PLATAFORMAS DE EMPLEABILIDAD EN EL SALVADOR”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:
MARTÍNEZ MEJÍA, KATHERINE ELIZABETH
PADILLA JIMÉNEZ, REBECA SARAÍ
RODRÍGUEZ TOBAR, LILIAM ANDREA**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIADO (A) EN MERCADEO INTERNACIONAL**

**DOCENTE DIRECTOR:
LICDA. GEORGINA MARGOTH MARTÍNEZ CRUZ**

**NOVIEMBRE, 2019
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA**

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector:	Msc. Roger Armando Arias Alvarado
Vice-Rector Académico:	PhD. Raúl Azcúnaga
Vice-Rector Administrativo:	Ing. Juan Rosa Quintanilla
Secretario General:	Ing. Francisco Antonio Alarcón Sandoval

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Decano:	Msc. Nixón Rogelio Hernández Vásquez
Vice-Decano:	Msc. Mario Wilfredo Crespín Elías
Secretaria:	Licda. Vilma Marisol Mejía Trujillo
Administrador Académico:	Lic. Edgar Antonio Medrano Meléndez
Coordinador General de Procesos de Graduación:	Lic. Mauricio Ernesto Magaña Menéndez
Director de Escuela de Mercadeo Internacional:	Lic. Miguel Ernesto Castañeda Pineda
Docente Director:	Licda. Georgina Margoth Martínez Cruz
Asesora Especialista:	Licda. Mariel Ayala Hernández

NOVIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA.

AGRADECIMIENTOS

Principalmente dar gracias a Dios por haberme permitido alcanzar una meta más en mi vida, por darme salud y sabiduría para culminar mi carrera, a mis queridos padres Elsy Jiménez y Bartolo Padilla por su amor, cariño, consejos y apoyo a lo largo de todos estos años de estudio. A mis hermanos Cristian, Ester y Oliver por brindarme su ayuda compartiendo sus conocimientos y su incondicional apoyo moral, les agradezco inmensamente por estar para mí siempre que los he necesitado. A mis compañeras y amigas Andrea y Kathy por haber confiado en mí para realizar el trabajo de graduación. A toda mi familia y amigos en general que estuvieron pendientes, apoyándome y motivándome directa o indirectamente a seguir adelante ¡Muchas Gracias!

Rebeca Saraí Padilla Jiménez

Gracias a Dios por permitirme ser perseverante, paciente e iluminarme en mis decisiones, a mi mamá Lidia Mejia, quien desde siempre ha sido mi modelo a seguir y mi mayor inspiración para ser quien soy ahora, a toda mi familia que siempre me ha animado a seguir adelante, a Guillermo Palacios por apoyarme incondicionalmente, a mi novio Juan Olmedo por motivarme a dar siempre lo mejor de mí y a trabajar duro para lograr mis metas.

A mis compañeras y amigas Andrea Tobar y Rebeca Padilla, por su dedicación y profesionalismo, estoy segura que sin ellas este logro no habría sido posible.

A mi querida Universidad de El Salvador, por abrirme sus puertas y permitir formarme profesionalmente, a mis asesoras Georgina Martinez y Mariel Ayala por su compromiso, talento y pasión por su trabajo, reflejado en este trabajo de investigación.

Y para finalizar agradezco a mis compañeros de clases quienes, sin duda me permitieron llegar a esta tan anhelada meta.

¡Gracias infinitas a todos!

Katherine Elizabeth Martinez Mejia

Agradezco inmensamente a Dios por permitirme culminar esta etapa, por guiarme a lo largo de este camino y poniendo personas maravillosas en mi vida a quienes dedico este logro.

A mi esposo Salvador Tobar que siempre ha estado ahí apoyándome en cada paso, por siempre creer en mí e incentivarme a seguir, eres el mejor compañero que puedo tener este logro es nuestro mi amor, a mi hijo amado Emilio quien me impulsa a seguir cada día para ser su ejemplo.

A mi madre amada Ana Guillen que a pesar de la distancia siempre me brindó su apoyo incondicional, esto es para ti madre gracias por creer en mí anhelo que te sientas orgullosa.

A mis hermanas Julieta, Elisa y Anita por siempre estar ahí para mí por su ayuda ferviente por animarme en todo momento y hacer suyo cada uno de mis fracasos y logros las amo con todo mi corazón, a mis sobrinos y mis cuñados por su ánimo, a mis compañeras por hacer fácil este proceso son el mejor equipo y grandes amigas para la vida. ¡¡Infinitas gracias a todos!!

Liliam Andrea Rodríguez Tobar

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPÍTULO I	1
EVOLUCIÓN DE LA BÚSQUEDA DE EMPLEO POR MEDIO DE INTERNET Y GENERALIDADES DE LAS PLATAFORMAS: TECOLOCO, COMPUTRABAJO Y LINKEDIN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Formulación del problema	3
1.3 Enunciado del problema	3
2. ANTECEDENTES	4
2.1 Evolución del proceso y selección del personal	4
2.2 Ventajas de la búsqueda de empleo en plataformas digitales	5
2.3 Métodos de búsqueda de empleo más utilizados en España	5
2.4 Impacto de las plataformas digitales en la búsqueda de empleo	6
2.5 Las nuevas tendencias de búsqueda de empleo	6
3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
3.1 Limitantes o viabilidad del estudio	7
4. OBJETIVOS	9
4.1 Objetivo General	9
4.2 Objetivos Específicos	9
5. HIPÓTESIS	10
5.1 Hipótesis General	10
5.2 Hipótesis Específicas	10
5.3 Operacionalización de las Hipótesis	11

6. MARCO TEÓRICO	15
6.1 Marco Histórico	15
6.1.1 Internet.	15
6.1.2 Internet en Latinoamérica.	16
6.1.3 Reclutamiento de talento humano.	17
6.1.4 Métodos de búsqueda de empleo.	19
6.2 Marco Conceptual	25
6.3 Marco Normativo	30
6.3.1 Ley Especial contra Delitos Informáticos y Conexos.	30
6.3.2 Reglamento General de Protección de Datos.	31
6.3.3 Ley de Propiedad Intelectual.	32
6.3.4 Regulaciones Comercio Electrónico en El Salvador.	32
6.3.5 Condiciones de uso de Tecoloco.	33
6.3.6 Condiciones de uso de LinkedIn.	34
6.3.7 Condiciones de uso CompuTrabajo.	34
CAPÍTULO II	35
RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS	
ENCUESTA, ENTREVISTA Y FOCUS GROUP	35
7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	35
7.1 Método de Investigación	35
7.2 Tipo de Investigación	36
7.3 Diseño de Investigación	36
7.4 Enfoque de Investigación	37
7.5 Fuentes de Investigación	38
7.5.1 Primaria.	38
7.5.2 Secundaria.	38
7.6 Técnicas e Instrumentos de investigación	39
7.6.1 Cuantitativa.	39

7.6.2 Cualitativa.	40
7.7 Diseño de Instrumentos de Investigación	42
7.7.1 Encuesta dirigida a profesionales de El Salvador.	42
7.7.2 Grupo Focal dirigido a profesionales de El Salvador.	55
7.7.3 Entrevista dirigida a empresas usuarias de plataformas.	57
8. UNIDADES DE ANÁLISIS	61
8.1 Determinación de unidad de análisis	61
8.2 Sujetos de investigación	61
8.2.1 Graduados en educación superior.	61
8.2.2 Empresas	61
8.2.3 Plataformas digitales	62
9. DETERMINACIÓN DE UNIVERSO Y MUESTRA	62
9.1 Cálculo muestral	63
9.1.1 Cálculo muestral de la primera unidad de análisis.	63
9.1.2 Cálculo muestral de la segunda unidad de análisis.	66
9.2 Tipo de muestreo	67
9.2.1 Tipo de muestreo de la primera unidad de análisis.	67
9.2.2 Tipo de muestreo de la segunda unidad de análisis.	67
9.3 Fórmula a utilizar	68
9.4 Justificación de los valores en la fórmula	68
CAPÍTULO III	69
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN ENCUESTA, FOCUS GROUP Y ENTREVISTA	69
10. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	69
10.1 Cuantitativa	69
10.1.1 Encuesta dirigida a profesionales de El Salvador.	69
10.2 Cualitativa	122

10.2.1 Grupo Focal dirigido a profesionales de El Salvador.	122
10.2.2 Entrevista dirigida a encargados del reclutamiento y selección de personal.	129
10.2.3 Entrevista dirigida ha encargado de plataformas digitales.	134
11. PLAN DE SOLUCIÓN	136
11.1 Revista	136
11.2 Conclusiones	160
11.3 Recomendaciones	161
12. REFERENCIAS	163
13. ANEXOS	168

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Hipótesis General	11
Tabla 2: Hipótesis Específica 1	12
Tabla 3: Hipótesis Específica 2	13
Tabla 4: Hipótesis Específica 3	14
Tabla 5: División de muestra estratificada	65
Tabla 6: División de muestra estratificada	66
Tabla 7: Características de la muestra	123
Tabla 8: Población de Empresas	170
Tabla 9: Número de graduados por universidad del 2007 al 2017	171

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Total anual de graduados en educación superior 2007-2017.	8
Figura 2: Evolución en la internet.	17
Figura 3: Métodos de búsqueda tradicionales vs nuevos medios.	21
Figura 4: Inicios y actualidad de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn.	24
Figura 5: Ilustra el diseño de la investigación seleccionado.	37
Figura 6: Portada principal de la revista.	136
Figura 7: Ficha técnica de la investigación.	137
Figura 8: Muestra seleccionada por género.	138
Figura 9: Nivel académico de los sujetos de estudio encuestados.	139
Figura 10: Nivel de uso de los principales medios de búsqueda de empleo.	140
Figura 11: Principales dispositivos utilizados para acceder a plataformas de empleo.	141
Figura 12: Fechas de inicio de las plataformas de empleo en estudio.	142
Figura 13: Número de usuarios por plataforma.	143
Figura 14: Análisis del uso de Tecoloco.	144
Figura 15: Nivel de usabilidad de Tecoloco.	145
Figura 16: Análisis del uso de CompuTrabajo.	146
Figura 17: Nivel de usabilidad de CompuTrabajo.	147
Figura 18: Análisis de uso de LinkedIn.	148
Figura 19: Nivel de usabilidad de LinkedIn.	149
Figura 20: Ventajas del uso de plataformas de empleo.	150
Figura 21: Desventajas del uso de plataformas de empleo.	151
Figura 22: Empresas usuarias de las plataformas de empleo para reclutamiento de personal.	152
Figura 23: Principales hallazgos de las empresas sobre las plataformas de empleo en estudio.	153
Figura 24: Efectividad del uso de las plataformas de empleo.	154

Figura 25: Beneficios del uso de las plataformas para graduados en educación superior.	155
Figura 26: Nivel de uso de las plataformas por profesionales y empresas usuarias.	156
Figura 27: Conveniencia del uso de plataformas digitales de empleo.	157
Figura 28: Recomendación dirigida a profesionales y empresas, para el mejor uso de las plataformas.	158
Figura 29: Recomendación para el mejoramiento de las plataformas digitales de empleo.	159
Figura 30: Métodos de búsqueda de empleo más utilizados en España.	168
Figura 31: Impacto de las bolsas de trabajo en internet y redes sociales en la búsqueda de trabajo.	169
Figura 32: Logotipo de LinkedIn, Tecoloco y CompuTrabajo.	170
Figura 33: Análisis Psicológico Parte 1.	182
Figura 34: Análisis Psicológico Parte 2.	183

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación realizada sobre el análisis del uso de herramientas digitales como plataforma de empleabilidad en El Salvador, tiene como finalidad principal conocer el punto de vista de los graduados en educación superior con respecto a las plataformas de empleo y los demás medios de búsqueda.

Se desarrollan tres capítulos que abonan información significativa a la misma, permitiendo recolectar y analizar datos de relevancia a la investigación de las herramientas digitales de empleabilidad por medio del método científico.

Como principal sujeto se tiene a los graduados en educación superior de las universidades en El Salvador, desde otra perspectiva están las empresas que utilizan las plataformas de empleo y una de las plataformas que son la conexión de las empresas con el profesional.

Evaluar la eficiencia de este tipo de herramientas digitales de empleabilidad es poco común, permitiendo mostrar como resultado infográficos de los datos recolectados por medio de la encuesta, entrevista y grupo focal, con la participación de los usuarios de las plataformas de empleabilidad.

INTRODUCCIÓN

El Internet ha cambiado actividades del día a día para que sean en su mayoría a nivel digital, como es el caso de la búsqueda de empleo, a través de los años ha dado un cambio al proceso, facilitando a los usuarios un acceso inmediato a las ofertas del mercado laboral, en igual medida muchas de las empresas en El Salvador utilizan herramientas digitales de forma exclusiva o como apoyo a los métodos tradicionales para la captación de su talento humano.

La presente investigación analiza el uso de las herramientas digitales: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn, y su influencia en la obtención de empleo para las personas que residen en El Salvador. Obteniendo la información por medio del método científico, de forma no experimental, combinando el enfoque cuantitativo y cualitativo. Definiendo a los profesionales como las principales fuentes de información, además, se busca tener una visión generalizada y ahondar en la temática contrastando la perspectiva desde las empresas usuarias, permitiendo determinar si tanto demandante como ofertante consideran que el uso de las plataformas investigadas son herramientas de empleabilidad eficientes.

La eficiencia de las herramientas digitales en la búsqueda de empleo es un tema poco explorado en El Salvador, por ello se emplearon métodos de muestreo tanto probabilístico como no probabilísticos, aportando la perspectiva estadística con datos medibles y fáciles de comprender, detectando puntos de mejoras o aportes importantes a la temática por medio de la creación de un plan de solución, fundamentado en la detección de necesidades percibidas, así como recomendaciones. Se muestra la recolección de datos resultante de cada una de las técnicas e instrumentos administrados, tanto a graduados en educación superior, reclutadores de las diferentes empresas y las plataformas en estudio, para finalmente presentar como plan de solución un informe estadístico que de manera infográfica detalla los hallazgos más importantes del uso de las herramientas digitales en la empleabilidad de El Salvador.

CAPÍTULO I: EVOLUCIÓN DE LA BÚSQUEDA DE EMPLEO POR MEDIO DE INTERNET Y GENERALIDADES DE LAS PLATAFORMAS: TECOLOCO, COMPUTRABAJO Y LINKEDIN

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Ante una tasa de desempleo de 4.4% en El Salvador (Organización Mundial del Trabajo, OIT, 2019), la obtención de empleo se convierte en un reto diario para la población, que independientemente cuente con experiencia previa o inicie en el mercado laboral debe considerar aspectos como: la competencia para una misma posición, el número de habilidades exigidas y el medio adecuado para realizar la búsqueda de ofertas, entre otros; y así mejorar el enlace con las empresas de interés.

En El Salvador existen diversos medios disponibles para buscar ofertas laborales los tradicionales como: el periódico, ferias, contactos personales, entrega de currículum en empresa de interés. También aquellos que han surgido con la tecnología: las redes sociales, portales de empleo y sitios empresariales, que además de ser innovadores son accesibles a las personas y las empresas al reclutar su personal, siendo necesario conocer si logran funcionar con la misma o mejor efectividad que los medios tradicionales.

Es importante también considerar como las herramientas digitales de empleo funcionan para las empresas, que buscan mejorar e innovar su proceso de reclutamiento utilizando los nuevos medios disponibles, con el fin de promover sus plazas de manera más amplia y estratégica accediendo a varias opciones de perfiles que facilite la selección del candidato ideal, optando

muchas veces de manera instintiva por el medio que a su criterio considera más efectivo y adecuada a su presupuesto, sin considerar otros aspectos debido a la falta de información.

Cada vez son más los sitios creados para la búsqueda de oportunidades laborales que pretenden conectar de manera eficaz la oferta y demanda laboral, convirtiéndolas en una opción atractiva tanto para la población como para empresas de cualquier tamaño o sector. Plataformas como: Tecoloco, líder en el mercado de bolsa de trabajo con presencia en cuatro continentes, CompuTrabajo, web de empleo que enlaza la oferta y demanda de oportunidades de crecimiento profesional, con evaluaciones en test de competencias laborales y LinkedIn que se enfoca en experiencias laborales del usuario promoviendo su marca personal.

A pesar de tener diversos métodos para resaltar los perfiles de los candidatos, estas tienen la misma finalidad; lograr que las empresas encuentren al talento humano más capacitado y con las características ideales para adaptarse rápidamente al ambiente laboral, a su vez resaltar las capacidades y aptitudes de sus usuarios que impulse el nivel de empleabilidad en el menor tiempo posible para encontrar un empleo acorde a sus necesidades.

Estas plataformas digitales poseen un gran número de usuarios activos, sin embargo, hasta la fecha se desconocía la verdadera efectividad de su uso en el mercado salvadoreño, siendo importante saber el nivel de influencia que han tenido en la obtención de empleo, como intermediarios clave y lograr visualizar sí a través de su modelo de negocio han impactado de manera positiva a la reducción del desempleo.

1.2 Formulación del problema

- ¿Cuál es el nivel de uso de las herramientas digitales para la búsqueda de empleo?
- ¿Son las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn medios convenientes para buscar empleo?
- ¿Son efectivas las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn para las personas que buscan empleo?
- ¿Brindan las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn diferentes categorías de ofertas de empleo adecuadas al interés de las personas?
- ¿Consideran los reclutadores de talento humano que las plataformas, Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn son efectivas?

1.3 Enunciado del problema

¿Cómo influye el uso de las herramientas digitales en la obtención de empleo de las personas en El Salvador?

2. ANTECEDENTES

2.1 Evolución del proceso y selección del personal

Craig Dempsey Gerente y fundador de “Biz Latin Hub” describe la evolución de los procesos de reclutamiento: Inicialmente el reclutamiento 1.0 se destacaba por webs estáticas y principalmente para lectura, no se permitían comentarios por parte de los internautas y únicamente partía de bases de datos personales de cada empresa. Haciendo que los procesos fueran más complicados y con mayores limitantes.

Posteriormente en el 2.0 se experimentó la llegada de las redes sociales, el reclutador empezó a utilizarlas como medio para encontrar candidatos y cubrir sus ofertas de empleo además se incluyeron los teléfonos móviles, surgiendo la necesidad de adaptación de las páginas web a diversos dispositivos. Actualmente, el acceso a la información y la inmediatez hacen que el proceso sea más eficaz dando paso a redes sociales profesionales, portales de empleo online, permitiendo tener acceso inmediato a los perfiles y medir los esfuerzos en tiempo real (LinkedIn, 2019).

Según una entrevista realizada en febrero de 2019 por elsalvador.com a Ana de Granadino, gerente de país de Tecoloco, la forma de contratar de las empresas está cambiando, debido a que las personas que buscan empleo dedican gran parte de su tiempo a estar conectados en medios digitales a través de distintos dispositivos, las hojas de vida deben estar también disponibles en plataformas en las que empresas interactúen con los futuros empleados frecuentemente.

2.2 Ventajas de la búsqueda de empleo en plataformas digitales

El periódico RRHH digital detalla las ventajas que ofrece la búsqueda de empleo por medio de plataformas en línea: Es un proceso rápido, se realiza desde el hogar eliminando costos de transporte, barreras geográficas, la comunicación es óptima, utiliza varios modelos de currículum y se adapta según lo requiere la oferta, búsqueda más amplia y precisa, las probabilidades aumentan debido a la posibilidad de aplicar a más ofertas, entre otras (2018).

2.3 Métodos de búsqueda de empleo más utilizados en España

En una investigación realizada en España titulada “Barómetro de empleabilidad y empleo universitario”; en la que se encuestó a 6,738 personas que habían finalizado sus estudios en España, se identificó que los métodos de búsqueda de empleo más utilizados son: Los portales de empleo 59,37%, auto presentación y contacto directo 56,92% y contactos personales 54,42% (Ver anexo 1).

Se calculó la proporción de uso y logro de empleo de cada método de búsqueda, los que obtuvieron mayor tasa de efectividad fueron los contactos personales 83,62% de los casos, promoción interna 81,09%; donde de cada 10 personas que emplearon dichos métodos, aproximadamente 8 consiguieron empleo. Sin embargo, el método más utilizado por los profesionales “los portales de empleo”, apenas ocupa el octavo lugar con el 50.74% (Michavila, *at al.*, 2017).

El informe sobre redes sociales y mercado laboral en España muestra que un 78% de las personas que buscan empleo utilizan las redes sociales como un medio esporádico o complementario, manteniendo como medio principal los portales web que son visitados por el 98%; en el caso de uso de redes LinkedIn, especializada en el ámbito profesional, es la que recibe una mejor valoración de los usuarios (71%). (Infoempleo, 2017)

2.4 Impacto de las plataformas digitales en la búsqueda de empleo

La revista Merca2.0, en el 2016 realizó un estudio sobre *“Impacto de las bolsas de trabajo en internet y redes sociales en la búsqueda de trabajo”* revelando el segmento de personas que utilizan el internet para encontrar empleo. El 43% de las personas entre 25 a 35 años, prefieren buscar a través del internet; bolsas de trabajo virtual o redes sociales, considerándose personas con educación avanzada y caracterizados por estar familiarizados con la tecnología. Únicamente el 23.7% entre 19 a 24 años de edad y el 18.4% de las personas entre 35 a 44 años utilizan estos canales (Ver anexo 2), teniendo una menor inclinación por utilizar el internet para encontrar empleo, siendo las posibles causas la falta de conocimiento y manejo de los sitios web e internet y la falta de confianza en la efectividad de estos, que impulsa la preferencia por los medios tradicionales.

Según informe presentado por el observatorio laboral del gobierno de México, denominado *“Búsqueda de empleo por Internet en México, 2017”* el 70% de las personas que buscan empleo por medios digitales tienen estudios de nivel superior, con conocimientos básicos de informática, pues utilizan estos medios también para mejorar el éxito de su vida profesional a través de ofertas educativas, para este fin se conectan a diferentes sitios web, los cuales presentan variedad de opciones, así también el documento indica que un 38% utiliza dispositivos smartphone, mostrando que los usuarios apuestan por recursos que les brinden fácil acceso y movilidad.

2.5 Las nuevas tendencias de búsqueda de empleo

La investigación realizada por estudiantes de la Universidad Dr. José Matías Delgado en 2014 sobre las nuevas tendencias de búsqueda de empleo para jóvenes de la carrera de ciencias de la comunicación, indica que empresas reclutadoras tienen como fuente de captación los sitios digitales, entre los que se destaca, LinkedIn que es considerado como la base profesional más visitada a nivel mundial y un medio que brinda mayor oportunidad a los usuarios de encontrar

un puesto laboral acorde a sus conocimientos y aéreas especializadas. Esta plataforma no se considera un portal de empleo como tal, se considera uno canal para conexiones laborales, impulsando la marca personal en el ámbito profesional de sus usuarios, a través de la oportunidad de contactar con otros profesionales y resaltar aptitudes o también obtener más conocimientos.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Limitantes o viabilidad del estudio

Los diferentes estudios sobre los cambios surgidos a partir de la tecnología y como toda actividad se han llevado al ámbito digital son limitados, especialmente el caso de la creación de plataformas dedicadas a presentar la demanda y oferta laboral. La investigación brinda un aporte novedoso, por ser medios de uso frecuente. Por ello, la importancia de conocer si cuentan con un desempeño óptimo al conectar a profesionales con las empresas y sobre el uso de estas herramientas, así como a los encargados de las plataformas en cuanto a mejoras detectadas. Se determinan como sujetos de análisis las siguientes plataformas digitales: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn. A partir de información de sus sitios web y la proporcionada directamente por Tecoloco, así también con datos obtenidos de los usuarios y empresas. Considerando diversos factores que favorezcan la factibilidad de la investigación como la ubicación geográfica, el rubro de la empresa, entre otros.

3.2 Alcance de estudio

Para el año 2017 los profesionales graduados en educación superior ascendieron a 19,044 representando un 36% más que hace 10 años atrás (Ministerio de Educación, MINED, 2019) (Ver figura 1) en consecuencia, la demanda en el mercado laboral incremento y con ello las exigencias para lograr éxito en la obtención de empleo, entre estas la optimización del método de búsqueda.

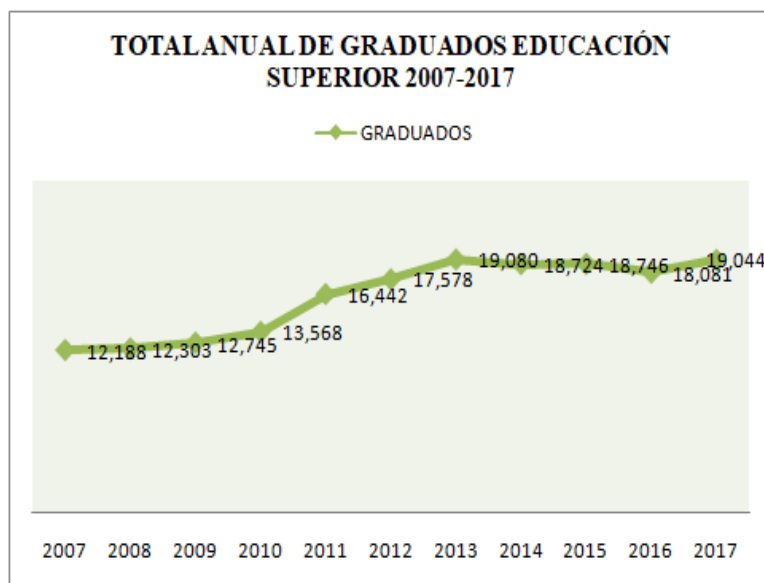


Figura 1: Total anual de graduados en educación superior 2007-2017.

Fuente: MINED, 2019

Es por esta razón la necesidad de conocer la influencia del uso de herramientas digitales para graduados en educación superior, día a día se encuentran interesados en las ofertas de estos sitios especializados y a su vez utilizan estos medios para mejorar su marca personal a través de publicar su perfil profesional, competencias, habilidades y otras, con el propósito de tener mayor probabilidad de encontrar un empleo.

Se recopiló información para conocer las plataformas más utilizadas por personas con educación superior y medir su efectividad en la empleabilidad, también se realiza un análisis descriptivo de las plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn. Identificando las características y el aporte que cada una brinda a los objetos de estudio, realizando un informe estadístico infográfico, cuantitativo y cualitativo sobre el aporte de las plataformas, para que sirva como guía en futuras investigaciones y en la toma de decisiones relacionadas a la forma de buscar empleo en El Salvador.

La investigación se basó en el análisis del uso de las herramientas digitales para la búsqueda de empleo en El Salvador, su importancia radica en que es un tema con poca información, abordando puntos que no habían sido observados anteriormente.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Analizar el uso de herramientas digitales de empleabilidad para graduados en educación superior en El Salvador.

4.2 Objetivos Específicos

- Identificar el nivel de uso en las plataformas digitales de empleo por los graduados en educación superior y las empresas.
- Determinar la conveniencia de las plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn para los graduados en educación superior en la búsqueda de empleo.
- Presentar un informe estadístico infográfico del uso de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn.

5. HIPÓTESIS

5.1 Hipótesis General

El uso de herramientas digitales como plataformas de empleabilidad para graduados en educación superior en El Salvador tiene un mayor nivel de efectividad para realizar el proceso de búsqueda de empleo.

5.2 Hipótesis específicas

- El nivel de uso que dan los graduados en educación superior y las empresas a las plataformas digitales se debe a las ventajas que ofrecen estos medios y al aumento de la posibilidad de acceder a una amplia base de información, acorde al usuario.
- Las plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn son convenientes para los graduados en educación superior por la optimización en la usabilidad de su sitio web, requiriendo un menor nivel de esfuerzo para su uso.
- El informe estadístico infográfico, presenta un panorama sobre la efectividad de las plataformas en estudio como medio para la búsqueda de empleo a través de la percepción de sus usuarios.

5.3 Operacionalización de las hipótesis

Tabla 1

Hipótesis General

Tema	Enunciado del Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensión		Indicadores
					Independiente	Dependiente	
“ANÁLISIS DEL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE EMPLEABILIDAD EN EL SALVADOR”	¿Cómo influye el uso de las herramientas digitales en El Salvador para las personas que buscan empleo?	Analizar el uso de herramientas digitales de empleabilidad para graduados en educación superior en El Salvador.	El uso de herramientas digitales como plataformas de empleabilidad para graduados en educación superior en El Salvador, tienen un mayor nivel de efectividad para realizar el proceso de búsqueda de empleo.	Plataformas de empleabilidad	Contenido		Variedad de candidatos.
					de plataformas.		Variedad de empresas ofertantes. Variedad de plazas ofertadas Datos de los candidatos.
							Tiempo de respuesta de aplicaciones.
				Efectividad en la búsqueda de empleo.	Proceso de búsqueda.		Número de convocatorias a entrevistas. Contrataciones obtenidas.
							Número de aplicaciones por visitas.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

Tabla 2

Hipótesis Específica 1

Tema	Enunciado del Problema	Objetivo Específico 1	Hipótesis Específica 1	Variable	Dimensión	Indicadores
“ANÁLISIS DEL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE EMPLEABILIDAD EN EL SALVADOR”	¿Cómo influye el uso de las herramientas digitales en El Salvador para las personas que buscan empleo?	Identificar el nivel de uso en las plataformas digitales de empleo por los graduados en educación superior y las empresas.	El nivel de uso que dan los graduados en educación superior y las empresas a las plataformas digitales se debe a las ventajas que ofrecen estos medios y al aumento de la posibilidad de acceder a una amplia base de información, acorde al usuario	Nivel de uso de las plataformas	Medios utilizados para buscar empleo.	Independiente
						Variación de medios de búsqueda de empleo. Reconocimiento de las plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn. Principal plataforma utilizada. Frecuencia de uso.
				Ventajas del uso de las plataformas digitales de empleo	Características de la plataforma.	Dependiente
						Información de candidatos. Filtros de búsqueda. Tiempo de respuesta. Notificaciones de plazas. Seguimiento de aplicaciones.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

Tabla 3

Hipótesis Específica 2

Tema	Enunciado del Problema	Objetivo Específico 2	Hipótesis Específica 2	Variable	Dimensión	Indicador	
“ANÁLISIS DEL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE EMPLEABILIDAD EN EL SALVADOR”	¿Cómo influye el uso de las herramientas digitales en El Salvador para las personas que buscan empleo?	Determinar la conveniencia de las plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn para los graduados en educación superior por la optimización en la usabilidad de su sitio web, requiriendo un menor nivel de esfuerzo para su uso.	Las plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn son convenientes para los graduados en educación superior por la optimización en la usabilidad de su sitio web, requiriendo un menor nivel de esfuerzo para su uso.	Conveniencia de las plataformas digitales.	Independiente	Tiempo Invertido	
					Beneficios de las plataformas.	Accesibilidad de cualquier dispositivo.	
					Costo.		
					Ofertas fuera del país.		
					Dependiente	Proceso para registrarse.	
						Navegación sencilla por el sitio.	
					Optimización de la usabilidad.	Facilidad de uso del sitio web.	Facilidad para aplicar a las ofertas.
							Nivel de responsive.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

Tabla 4

Hipótesis Específica 3

Tema	Enunciado del Problema	Objetivo Específico 3	Hipótesis Especifica 3	Variable	Dimensión Independiente	Indicador
“ANÁLISIS DEL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE EMPLEABILIDAD EN EL SALVADOR”	¿Cómo influye el uso de las herramientas digitales en El Salvador para las personas que buscan empleo?	Presentar un informe estadístico infográfico del uso de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn.	El informe estadístico infográfico, presenta un panorama de la efectividad de las plataformas en estudio como medio para la búsqueda de empleo a través de la percepción de sus usuarios.	Informe estadístico infográfico.	Resultados a presentar.	Principales medios para buscar empleo.
				Toma de decisión.	Efectividad de las plataformas	Herramientas digitales de empleo.
						Dispositivos digitales de acceso.
				Facilidad de uso.		
Variedad de ofertas.						
Amplitud de la base de datos.						
Porcentaje de personas que han encontrado empleo.						

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

6. MARCO TEÓRICO

6.1 Marco histórico

6.1.1 Internet.

Con la creación del Word Wide Web y los navegadores en Estados Unidos para la década de 1990 (Colindres, 2009), internet se convirtió en la herramienta más revolucionaria de los tiempos. Cada vez son más los usuarios que cuentan con un acceso fácil e inmediato; quienes se avocan con mayor frecuencia a diferentes sitios para la toma de diferentes decisiones en su vida cotidiana, por ejemplo: qué auto comprar, como buscar empleo, que inversiones realizar, que lugares visitar, entre otros (Kotler, 2008).

a. Evolución en el internet.

Web 1.0 apareció en 1990, exclusiva para consumir contenido, es decir, sin realizar ninguna interacción, considerándose como la web más limitada, seguido apareció Web 2.0 acuñada por O'Reilly en 2004 de conexión persona a persona, donde se accedía a una amplia gama de servicios como: las redes sociales, los blogs, los chats, foros, entre otros que facilitarían el intercambio de información, era caracterizada por ser dinámica, interactiva, de lectura y escritura, dinamizando la comunicación (Dr. Latorre, 2018).

Para 2006 apareció un nuevo término, Web 3.0 como la crítica realizada por Zeldman. Incluyendo el concepto de aplicaciones, que buscan enriquecer la experiencia de las personas, logró su plus a través del “data web”, dando control para hacer cambios y modificando directamente las bases de datos, se caracterizaba por gestionarse en la nube y ejecutada desde cualquier dispositivo, con alto grado de complejidad y personalización, es decir, ingreso a información exacta; acoplada a necesidades y gustos. Por último, apareció la web 4.0 que dio

inicio a partir del 2016, se centró en ofrecer un comportamiento más inteligente, con la implementación de nuevas herramientas como: asistentes de voz; que atienden solicitudes específicas (Dr. Latorre, 2018).

La evolución del internet cobra relevancia con su estrecha relación al diario vivir, que a su vez exige mayor cualificación para mejorar la adaptabilidad a partir del grado de experiencia y familiaridad con la tecnología. (Molero, 2014). Relacionado a esto surgió en el Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT) entre 2008 y 2009 el término “Internet de las cosas” (IdC), teniendo como antecedente, que para 2003, de aproximadamente 6.3 mil millones de habitantes en el mundo, existían 500 millones de dispositivos con internet, pasando a 12.5 mil millones para 2010, reflejando la omnipresencia de internet y su impacto en cualquier actividad del ser humano (Evans, 2011).

6.1.2 Internet en latinoamérica.

Los primeros países en conectarse a la red fueron México y Brasil en 1989 y Costa Rica en 1993 en el caso de Centroamérica, gracias al proyecto REDHUCYT (Red Hemisférica Universitaria de Ciencia y Tecnología). El Salvador obtiene los primeros servidores web entre 1995 y 1996, comenzando a funcionar los primeros sitios web de la Universidad de Don Bosco (UDB) y la Universidad Centroamericana en febrero de 1996, para que en abril del mismo año lo obtuviera también la Universidad de El Salvador (UES) (Colindres, 2009), es así como El Salvador da paso a una nueva era que se encuentra presente en cualquier área de la vida.



Figura 2: Evolución en la internet.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación con datos de Dr. Latorre, 2018

6.1.3 Reclutamiento de talento humano.

La identificación de talento es el proceso de ubicar a candidatos capacitados para llenar las vacantes de una organización. Para lograr el éxito de la actividad, los reclutadores deben tener claro aspectos fundamentales, tales como: tipo de recurso humano requerido, tiempo disponible y el medio de búsqueda adecuado; sea por reclutamiento interno o externo según la conveniencia (Werther & Davis, 2008).

a. Evolución del reclutamiento humano.

La forma de buscar empleo es una actividad que experimento cambios, trasladando cierta parte al ámbito digital y volviéndose una estrategia de uso frecuente para captación de recurso humano, por esto nace la definición de reclutamiento y selección 2.0. Se inició en Estados Unidos y que está posicionándose con fuerza en países latinoamericanos (Pedro Rojas, 2010).

Reclutar personal a través de plataformas digitales de empleo facilitaba para las empresas la publicación de ofertas, obteniendo una comunicación más efectiva, mejorando las técnicas utilizadas y los procesos de selección superando a otras empresas en la eficiencia (Pérez, Arranz y Lope, 2018).

Esta metodología tiene beneficios, para la pequeña y gran empresa, como: minimización de costos, acceso a una mayor cantidad de potenciales candidatos y la disponibilidad de información, entre otros, para realizar una selección más cualificada, y apoyando esfuerzos internos en el proceso, ahorrando tiempo y dinero (Rojas, 2010).

El desarrollo tecnológico y el progreso que tienen las empresas ha ido de la mano de las nuevas habilidades y competencias de los profesionales, además la formación orientada al uso de tecnologías de la información en los procesos de comunicación dentro de las empresas (Pérez et al., 2018).

b. Ventajas del reclutamiento por medio de internet.

Zamora (2018) mencionaba las ventajas que los reclutadores pueden percibir al utilizar los medios de reclutamiento digitales:

- Medio más barato en comparación con los anuncios en la prensa.
- Un alcance internacional.
- Reducir el tiempo de procesamiento de la información, pues con el empleo de un software especializado, se puede organizar la información de los candidatos en una base de datos, filtrando la información por perfil, rango o distintos parámetros.

- La difusión de la información sobre la empresa, el puesto o un contacto específico está disponible a todos los candidatos.
- Posibilidad de segmentar la información de manera que esté dirigida a un grupo objetivo determinado al poner un anuncio en algún portal especializado.

c. Desventajas del reclutamiento por medio de internet.

(Zamora, 2018) plasmaba en su artículo para la página web liderazgo y mercadeo.com, las desventajas que un reclutador podría presentar al utilizar plataformas digitales para realizar su proceso de reclutamiento y selección:

- La cantidad de personas conectadas a Internet no es la totalidad de la población en la actualidad. Esto influirá más o menos en función del puesto a cubrir porque empleos más cualificados son más fáciles de cubrir debido al perfil de usuarios de Internet.
- No todos los usuarios de Internet lo usan para buscar trabajo.
- Queda aún mucho trabajo por hacer para conseguir redefinir los procesos de la empresa en el departamento de recursos humanos, así como los sistemas de información para poder aprovechar todas las oportunidades que Internet nos ofrece.

6.1.4 Métodos de búsqueda de empleo.

En muchos países ha sido más difícil encontrar empleo, abonado a esto cada año son más los profesionales que se encuentran en busca de una oportunidad en el mercado laboral que cada día se vuelve más exigente y obliga a replantear los métodos para una conexión exitosa parte de esto incluye el procesos de búsqueda que a través del tiempo se ha diversificado e incluyendo

nuevos canales(Ver figura 3), opuestos a los tradicionales para que, a partir de sus limitaciones, habilidades, tipo de trabajo deseado entre otros, pueda aprovechar herramientas que la tecnología tiene a disposición y tomar la decisión de incursionar en nuevas formas de hacer las cosas (Sánchez, Espinosa, Sempere, Marhuenda, & Conca, 2014).

a. Medios tradicionales.

A pesar del auge de las tecnologías en todas las áreas de la vida, sin excepción de los canales de búsqueda de empleo, se percibe que existe una porción de las personas que siguen prefiriendo los medios tradicionales sea por costumbre, dificultad o la efectividad de estos; mostrando que en cierta medida y para un segmento específico el uso de estos medios aún sigue siendo funcional (Merca2.0, 2016).

Es importante mencionar que los canales tradicionales también han sufrido de cambios, por ejemplo existía una técnica antigua que hace unos años era usada frecuentemente, consistía en la elaboración de una lista de empresas objetivo a las que se aspiraba formar parte e identificar los nombres de las personas encargadas del reclutamiento, posteriormente llamar o enviar una carta y dejar pasar el tiempo necesario para que el mensaje llegue a su destinatario, con suerte la persona encargada recibirá la información y se pondrá en contacto (Alles, 2013).

b. Nuevos medios de búsqueda de empleo.

El internet promovió que existieran más formas de buscar empleo, lejos de los medios tradicionales como: periódicos impresos, las revistas y empresas de reclutamiento, las bolsas de trabajo en internet y las redes sociales incursionan en el tema de forma cada vez más notoria, sólo bastaba recordar que la web es una fuente constante y actualizada de información, utilizándola de manera correcta agiliza los procesos y por ende minimiza costos (Merca2.0, 2016).



Figura 3: Métodos de búsqueda tradicionales vs nuevos medios.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación con datos de Sánchez et al., 2014

c. Plataformas digitales de búsqueda de empleo presentes en El Salvador.

Para el objetivo de esta investigación se estudiaron los principales sitios web de búsqueda de empleo en El Salvador, que si identifican en a través de sus logotipos (Ver anexo 3) y se han vuelto de los más reconocidos por los usuarios con referencia al mercado laboral, por lo que han evolucionado desde sus inicios con la ayuda de la tecnología (ver figura 4) donde se muestran detalles de los acontecimientos más importantes sobre el nacimiento de estas plataformas:

- Tecoloco.

Plataforma de empleo virtual que desde 2001 cuenta con presencia en Centroamérica, forma parte de Saon Group, un exitoso grupo europeo líder en el mercado de bolsas de trabajo. Su finalidad es conectar por medio de su sitio a los mejores candidatos de la región con las oportunidades laborales de las empresas.

Cuenta con aproximadamente 1.5 millones de currículums (Tecoloco, 2019). Tiene sus orígenes en Europa, donde opera como StepStone, en C.A., la empresa tiene 3,000 clientes corporativos y entre 1.2 y 1.3 millones de candidatos. La gerente país de Tecoloco El Salvador, Ana Granadino, indicó que la empresa ha realizado un proceso de inversión continua, en los últimos cinco años se duplicaron las operaciones en el país, con más compañías y candidatos en línea. Una de las apuestas de la compañía es que las pequeñas y medianas empresas reconozcan el potencial de buscar talento a través de la plataforma. Cada oferta de empleo publicada tiene alrededor de 150 solicitudes o aplicaciones (El Salvador.com, 2019).

- CompuTrabajo.

Fundada desde 1999 en Edimburgo, Escocia, donde ha tenido su sede durante muchos años. CompuTrabajo la mayor red de empleo en habla hispana con presencia en 19 países de los cuales es líder en 10, ayuda a las personas a conectar con las empresas a través de la publicación de variedad de ofertas y a los reclutadores a encontrar al profesional que mejor encaje con sus exigencias. Con este objetivo ofrece también soluciones innovadoras para la gestión del talento y la digitalización del reclutamiento (CompuTrabajo.com, 2019).

La base de datos para los empleados fue diseñada selectivamente y actualizada en todo momento. Además, ofrece diversas opciones que dan mayor peso a los perfiles como las evaluaciones psicológicas y psicométricas (laeconomia.com.mx, 2019).

La red de CompuTrabajo.com cuenta con más de 1 billón de páginas vistas cada mes y más de 127 millones de visitas mensuales (Datos retomados de Google Analytics, como se citó en CompuTrabajo, febrero 2019).

- LinkedIn.

Según su página (LinkedIn.com, 2019) una red profesional a nivel mundial con 546 millones de usuarios en más de 200 países. Esta plataforma ha sido caracterizada por conectar a profesionales y empresas. LinkedIn nació en el año 2002 en la sala de la casa de Reid Hoffman cofundador, y se lanzó oficialmente el 5 de mayo de 2003. Brinda la oportunidad de encontrar empleo y llevar a otro nivel las relaciones profesionales dando acceso a perfil de miles de usuarios, establece conexiones según los intereses en común. Posiciona la imagen de los usuarios en el área y ante personas de su interés laboral.

Cuenta con un modelo de negocio diversificado e ingresos provenientes de suscripciones de usuarios, publicidad y soluciones para selección de personal. En el mes de diciembre de 2016, Microsoft completó la compra de LinkedIn, lo que unió a la principal nube profesional del mundo con la principal red profesional del mundo. Los usuarios que se vinculan en esta red profesional en su mayoría son personas de 25 a 54 años, que se encuentran en una etapa laboral en auge y profesionalmente activas; 51% son hombres y 49% son mujeres, lo que muestra que no existe distinción de género en los usuarios de la plataforma (Castro, 2013).

Nacimiento de las plataformas digitales de empleo

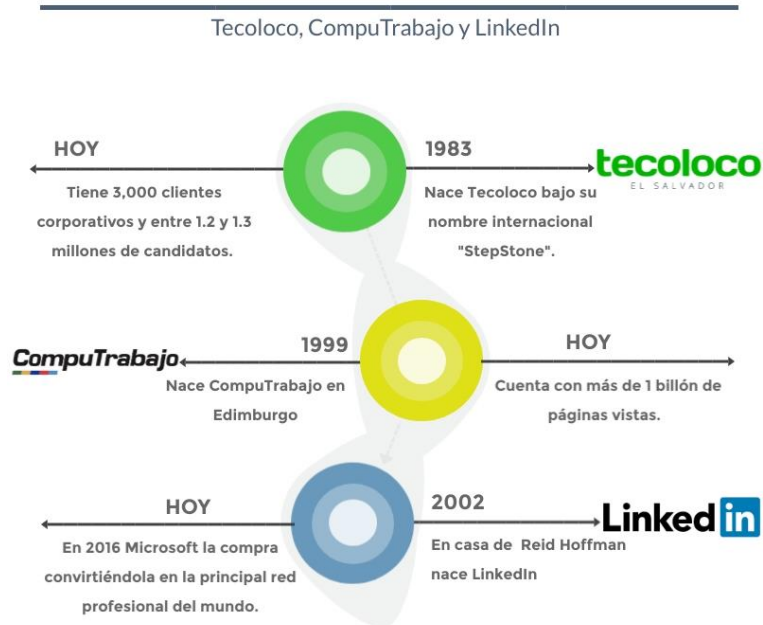


Figura 4: Inicios y actualidad de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn.

Fuente: Sitios web de Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn, 2019.

Nota: Los datos de hoy reflejan los logros más significativos de las plataformas en los últimos años.

d. ¿Dónde buscan trabajo los jóvenes?

Según el informe técnico de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) Américas, denominado "El futuro del trabajo que queremos" desde la perspectiva de los jóvenes, las plataformas como promotoras de empleo han incrementado su importancia sobre los métodos tradicionales; el estudio realizado en Perú, muestra el 26% más para búsqueda en bolsas virtuales que en las presenciales, local/empresa, entre otros, y estando en el mismo nivel de los contactos personales, así también se observó la efectividad de estos mostrando que un 11% de los jóvenes ocupados encontró su empleo en plataforma virtual, en comparación con una bolsa presencial con solo 6% (2018).

6.2 Marco Conceptual

A continuación, se detallan una serie de conceptos y argumentos teóricos básicos que están relacionados directamente con los ejes centrales de la investigación.

a) Internet

Red basada en sistemas de comunicación estándares, sencillos y baratos, donde millones de personas acceden a la misma información y comunican entre ellas a un costo reducido, a cualquier hora, desde cualquier lugar y sin ser un experto en comunicaciones.

Ha supuesto la desaparición de las barreras en aquellas empresas que lo utilizan, ha motivado cambios profundos en toda la cadena de valor, los procesos de las empresas, las relaciones con los proveedores y socios colaboradores, la relación con el cliente, pues aumenta la fidelidad de este. No es solo una tecnología es una forma de hacer negocios. (Portilla, Pérez, Sánchez, 2009)

b) Herramienta digital

Las plataformas en el ámbito digital se definen como sistemas tecnológicos y de mercado donde productos, servicios o tecnologías de una o varias compañías y desarrolladores se reúnen para crear un entorno de ofertas complementarias que aumentan el valor para usuarios y proveedores. Además, la capacidad de adaptación a distintos dispositivos y diversos entornos económicos (Dosdoce.com, 2014).

c) Efectividad

“Se denomina efectividad a la capacidad o facultad para lograr un objetivo o fin deseado, que se han definido previamente, y para el cual se han desplegado acciones estratégicas para llegar a él” (Editorial Definición MX, 2014).

d) Usabilidad

“Grado en el que un producto puede ser utilizado por usuarios específicos para conseguir los objetivos específicos con la eficacia, eficiencia y satisfacción en un determinado contexto de uso” (Calero, Moraga, Piattini, 2010, pág. 63).

e) Satisfacción

Según la Real Academia Española (RAE) 2019, es el cumplimiento del deseo o del gusto. En este caso se refiere al cumplimiento de las necesidades de los profesionales y las empresas por medio de las plataformas digitales.

f) Diseño web responsive

Son las técnicas para crear sitios web optimizados para todas las pantallas. La parte gráfica y funcional del diseño, cambia en función del tamaño de la pantalla. Es también conocido como diseño web reactivo (Aubry, 2014).

g) Tecoloco

Es una plataforma de empleo virtual que desde 2001 cuenta con presencia en Centroamérica (Tecoloco, 2019).

h) CompuTrabajo

La web de empleo líder en Latinoamérica con presencia en 19 países siendo líder en 10 de ellos (CompuTrabajo, 2019).

i) LinkedIn

“Red social profesional, integrada por miembros que buscan, a priori, fortalecer sus contactos de negocio, y que son proclives a las comunicaciones corporativas” (Lázaro, 2014, p. 6).

j) Recurso Humano (RRHH)

Constituye uno de los elementos de mayor importancia en cualquier organización, debido a que toda actividad que se realiza lleva involucrada la intervención de las personas, por consecuencia el logro del éxito esperado está estrechamente relacionado a la capacidad y organización de su recurso humano.

Exigiendo cada día encontrar las mejores formas de administrar el recurso humano, naciendo a partir de esto la siguiente premisa, “La organización que mejor administre a su personal obtendrá los resultados más eficaces y eficientes” (Barquero Corrales, 2005, p. 21)

k) Administración de recursos humanos.

Barquero Corrales, 2005 define “Es la organización y trato de las personas en el trabajo, de manera que desarrollen plenamente sus capacidades y contribuyan al logro de los objetivos de la empresa, y al mismo tiempo obtengan, mediante la actividad que ejecuta, su propia realización como seres humanos.” (p.21)

l) Reclutador

Persona responsable de buscar el talento para diferentes posiciones. Especializada en el dominio de diferentes fuentes de reclutamiento como: redes sociales, bolsas de empleo en internet, bolsas de empleo municipales, ferias de empleo, eventos masivos, entre otros, y que

debe ser capaz de dominar y seguir los siguientes procesos: documentarse sobre la vacante que está ofertando, realizar entrevistas a los candidatos, enviar evaluaciones psicométricas y solicitar investigaciones laborales, entre otras (Sauceda, 2016).

m) Medios de reclutamiento

Se refiere a los canales que las empresas utilizan para hacer saber que existen posiciones vacantes dentro de la misma y atraiga a los posibles ocupantes, pudiendo ser internos o externos (Baca, et al., 2014).

n) Talento humano

El talento está asociado con la habilidad innata y la creación, aunque también puede desarrollarse con la práctica y el entrenamiento; implica saber (conocimientos), querer (compromiso) y poder (autoridad). (Nando, Abad, 2016).

o) Universidad

Institución de enseñanza superior que comprende diversas facultades, y que confiere los grados académicos correspondientes (RAE, 2019).

p) Profesional

Persona que se ha formado académicamente para realizar una ocupación específica, práctica habitualmente una actividad, de la cual vive. Que ejerce su profesión con capacidad y aplicación relevantes, además, aclara que cualquier cosa realizada por profesionales excluye a aficionados o principiantes (RAE, 2019). Por tanto, en la investigación entenderá como profesional a las personas que hayan finalizado completamente los estudios en educación superior y tengan acreditación de ello.

q) Redes Sociales:

Sistemas que agrupan a los usuarios a partir de diferentes criterios, y sirven como medio para que las personas puedan conocerse y relacionarse de manera frecuente, permitiendo que esta red sea abierta, en la cual se logra contactar con cualquier persona alrededor del mundo o también sea cerrada teniendo la opción el usuario de conectar solo con personas de su interés. (Villoria, 2010)

r) Redes profesionales

“Como la norteamericana LinkedIn o la alemana OpenBC. De origen español se destaca Neurona y eConozco. Todas ellas buscan unir profesionales entre sí y están especialmente para perfiles comerciales.” (Villoria, 2010, p. 21)

s) Web laborales

Sitios específicos que conectan a los oferentes de trabajo con las personas en busca de empleo, publicando ofertas en estos sitios y los interesados dejan sus antecedentes y al aplicar al empleo deseado permiten que las empresas visualicen sus datos o puedan también buscar candidatos por medio de la base de datos. (Alles, 2009)

t) Usuario

La RAE define a un usuario de manera simple como: "que usa algo", es decir la persona que hace uso de algún objeto o es destinataria de algún servicio. (2019)

Para efectos de la presente investigación se denominará usuario a las personas que están registradas, hacen o han hecho uso de herramientas digitales como: Tecoloco, CompuTrabajo, LinkedIn u otros, para buscar ofertas de empleo.

u) Empleabilidad

Son aquellos factores que permiten a las personas estar en sintonía con el mercado laboral y favorecen el aprovechamiento de las oportunidades, las cuales pueden ser: la edad, la clase social, personas dependientes, entre otras. Otro actor que influye en la empleabilidad es la competencia laboral, la cual incluye todas las habilidades, destrezas, actitudes, aptitudes y todos los conocimientos con los que cuenta una persona. (Fernández, 2006)

6.3 Marco Normativo

6.3.1 Ley Especial contra Delitos Informáticos y Conexos.

En El Salvador existe la Ley Especial contra Delitos Informáticos y Conexos en el Artículo 1 tiene por objeto:

Proteger los bienes jurídicos de actos delictivos realizados a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, así como la seguridad y sanción aquellos delitos cometidos en los datos almacenados, procesados o transferidos; los sistemas, su infraestructura o cualquiera de sus componentes, o estos afecten de alguna u otra forma la identidad, propiedad, intimidad de imagen de las personas naturales o jurídicas. (Ley n° 260, 2017) La finalidad ha sido proteger los datos que almacenan las diferentes plataformas digitales de aquellas personas que pudieran utilizarlas para hechos delictivos u otro fin.

La información que se introduzca en sitios web, plataformas digitales, entre otros; será únicamente utilizado por estas, de lo contrario se sancionará de acuerdo a lo establecido en el Artículo 24: Las personas que introduzcan información en las plataformas digitales tienen protegidos los datos personales pero aquella persona los utilice violando sistemas de

confidencialidad y seguridad, cambiando o modificándolos, tendrá que pagar una condena de cuatro años de prisión. (Ley n° 260, 2017)

6.3.2 Reglamento General de Protección de Datos.

Las plataformas digitales de empleo Tecoloco, LinkedIn y CompuTrabajo están regidas por el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) que proporciona derechos relacionados con los datos personales de los miembros de cada una de ellas.

El Reglamento del Parlamento Europeo y la Consejo de la Unión Europea en el Artículo 1 dice:

“Toda persona que comparte datos personales debe tener la garantía que estos están protegidos debido a que los datos de carácter personal es un derecho que como persona natural debe tener. (Ley n°1725, 2018) La privacidad de la información que los usuarios deciden compartir en sus cuentas es un derecho, en el caso de las plataformas es una obligación.”

Las plataformas digitales deben tener el consentimiento de los usuarios para utilizar la información que en ellas se incluya, evitando que la privacidad de las personas se vea perjudicada, según el Artículo 7 dice: Cuando una plataforma o sitio web desee utilizar la información de uno de sus usuarios debe demostrar que el propietario ha dado la autorización respectiva para el tratamiento de dichos datos. (Ley n°1725, 2018) En cada una de las plataformas de empleo cuando las personas ingresan los datos para formar parte de este, aceptan los términos y condiciones, donde se especifica cómo son utilizados los datos que introduce el usuario.

Además, el Artículo 14 explica que: “la protección otorgada por el presente Reglamento debe aplicarse a las personas físicas, sin importar su nacionalidad o lugar de residencia desde

donde aplican a este tipo de plataformas digitales, en relación con el tratamiento de sus datos personales” (Ley n°1725, 2018). Dicho reglamento protege los datos en general de todas las personas que sean usuarios de estas plataformas digitales de empleo.

6.3.3 Ley de Propiedad Intelectual.

Todos los datos, archivos, fotografías, videos, libros, entre otros, publicados en las plataformas son explícitamente para uso de ellas. Según el Artículo 1: Esta ley ha sido creada para proteger la Propiedad Intelectual de forma efectiva, creando bases que respalde y aseguren el correcto tratamiento de la información compartida. (Ley n°611,2017) La información que se publica en plataformas u otro sitio, es elaborada por una persona en específico, y ninguna otra tiene permiso de utilizarla como propia, a menos que se explique el lugar de donde se extrajo.

6.3.4 Regulaciones Comercio Electrónico en El Salvador.

Los portales de empleo son parte del comercio electrónico en El Salvador al brindar servicio de reclutamiento para las empresas, por lo tanto, deben también regirse por las regulaciones establecidas, entre las cuales se encuentran las reformas a la ley de protección al consumidor (LPC), reformada en 2019, la cual establece las obligaciones para proveedores de bienes y servicios mediante comercio electrónico previo, contratación. Entre algunas disposiciones se tienen: Confidencialidad de la información brindada por el usuario, prohibiéndose la difusión o transmisión a terceros, con excepción que exista autorización previa o aceptación condiciones de los sitios web, que exista certificación de seguridad de los sitios web que confirmen la confiabilidad de estos, tener de forma visible los detalles de la entidad propietaria con toda su información. (LPC, art. 21-A)

6.3.5 Condiciones de uso de Tecoloco.

A continuación, se detallaron las condiciones establecidas por Tecoloco para el uso de su sitio web, los cuales deben ser aceptados por los usuarios (candidato/empresas) para registrarse. Algunos de los apartados son los siguientes:

Acceso, contraseña y confiabilidad: Tecoloco puso a disposición de los usuarios una cuenta de acceso que le permite a través del menú navegar por la página y disponer de los servicios, a su vez se debe considerar que la confiabilidad de la contraseña es responsabilidad del usuario, debiendo notificar a la página si se sospecha que está siendo utilizada por terceros, sin autorización. (Tecoloco, 2019)

Responsabilidad sobre contenidos, enlaces y ofertas a terceros: el contenido encontrado en el sitio web, no es controlado por Tecoloco, al ser publicado por terceros, desvinculándose cualquier responsabilidad por contenido no garantizado, ilegal amoral, inexacto, entre otros reservándose el derecho de eliminar a empresas o postulantes sin previo aviso, si lo considera pertinente. (Tecoloco, 2019)

Propiedad intelectual: todo archivo contenido en el sitio es propiedad de www.tecoloco.com, siendo prohibida su duplicación, reproducción o difusión sin consentimiento previo, de lo contrario se pueden ejercer acciones legales. (Tecoloco, 2019)

6.3.6 Condiciones de uso de LinkedIn.

Las actualizaciones realizadas por la página entraron en vigor a partir del 8 de mayo de 2018, estableciendo cambios en las condiciones de uso, las cuales deben ser aceptadas por sus usuarios, si desean continuar utilizando los servicios.

Entre las disposiciones establecidas, se mencionaron: no crear la cuenta bajo información falsa, el uso de una licencia para compartir, procesar y usar contenido, la legislación aplicable para los usuarios de El Salvador, la cual indica será de aplicable en California (EE. UU.), y las prácticas no admitidas, las cuales son detalladas en las “Políticas para la comunidad profesional”, entre otros. (LinkedIn, 2018)

6.3.7 Condiciones de uso CompuTrabajo.

Las condiciones de uso fueron divididas en diferentes apartados, entre ellos un preámbulo con generalidades de la página, estableciendo la edad permitida para acceder al sitio la cual debe ser de 16 años o más y al ser menor de 18 años debe ser supervisado por un adulto. Otro de los apartados detallaba las obligaciones a las que se condiciona el usuario al acceder a la suscripción entre las cuales se encuentran: respeto a derechos de terceros, no reproducir, difundir, bloquear o inutilizar contenido del sitio, así también se exime de cualquier responsabilidad por información publicada por los usuarios, entre otras regulaciones establecidas por la página están las relacionadas a publicaciones de los profesionales, de los ofertantes de empleo, servicio de pago y funcionamiento y terminación del uso de los servicios (DGNET LTD, 2019).

CAPÍTULO II: RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS ENCUESTA, ENTREVISTA Y FOCUS GROUP

7. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

7.1 Método de Investigación

La metodología aplicada en la investigación fue principalmente de fuentes primarias, con herramientas cuantitativas como el cuestionario e incluyendo el enfoque cualitativo a través de entrevista y un grupo focal en línea que aportaron información complementaria y la mejor comprensión de los datos estadísticos obtenidos, logrando un análisis más amplio.

El método utilizado fue el científico, siguiendo un proceso ordenado a través de los lineamientos establecidos en las referencias de autores consultados desde la definición de la problemática, hasta la recolección y análisis de los datos, obteniendo resultados más objetivos, comprensibles. Según (Muñoz, 2015): el aplicar el método científico garantizaba el conocimiento objetivo y lo más perfecto posible, obteniendo resultados temporales que en el futuro pueden ser reemplazados por alternativas mejores, convincentes y más cercanos a la realidad.

La investigación fue desarrollada de forma deductiva, comenzó con una revisión teórica como panorama general, sobre desempleo, plataformas digitales de empleo establecidas en el país, reclutamiento, leyes aplicables al tema, entre otras, derivando expresiones lógicas, las hipótesis fueron sometidas al proceso de prueba y finalmente se obtuvieron resultados específicos sobre la relación del rendimiento de las plataformas que son utilizadas para obtener empleo y aquellas empresas que buscan su talento humano en ellas (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014).

7.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación aplicado fue no experimental, solamente se observaron los fenómenos que ocurrieron durante la investigación (Sampieri, 2014) se recolectó información sobre la opinión de los usuarios con experiencia en el uso y funcionamiento de las plataformas. A través de estos datos, se realizó el análisis de la influencia del rendimiento y el aporte de estos medios, en el mejoramiento del proceso de búsqueda y la manera que se aprovecharan las ventajas que ofrecen y aumentan la probabilidad de obtener empleo. Además, se completó el análisis con la información brindada por parte de las empresas usuarias que publicaron ofertas de empleo, y realizaron su proceso de reclutamiento por estos medios.

7.3 Diseño de investigación

Se siguió la línea del tipo no experimental transversal, los datos en la investigación se recolectaron en un único momento (Sampieri et al., 2014) en el periodo de 2019, a través de graduados en educación superior y de reclutadores de talento humano (ver figura 5).

La línea transversal, fue correlacional-causal, definida por (Sampieri et al, 2014) como la descripción de relación entre dos o más variables, relacionando las siguientes en la investigación: los beneficios y ventajas de las plataformas, la facilidad de uso, medios utilizados para buscar empleo, características, proceso de búsqueda y el contenido de las plataformas estudiadas como parámetros de la relación entre el uso de las herramientas digitales de empleo con el mejoramiento del proceso de búsqueda, así como su influencia en la empleabilidad y definir como las plataformas a través de sus herramientas resaltan las aptitudes de los usuarios para que sean más atractivos, aumentando la probabilidad de ser contratados.

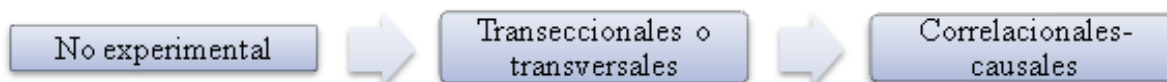


Figura 5: Ilustra el diseño de la investigación seleccionado. Basado en los parámetros de la metodología de la investigación de Sampieri 2014.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

Se estructuró un cuestionario hacia los graduados en educación superior y una entrevista semi estructurada para las empresas que utilizan estas plataformas para ofertar plazas, además una entrevista al gerente de las plataformas investigadas, obteniendo diferentes puntos de vista, logrando el fin de determinar el rendimiento de las plataformas y la relación que tienen en la obtención de empleo.

7.4 Enfoque de investigación

El enfoque aplicado a la investigación fue mixto: cuantitativo y cualitativo, obteniendo datos más amplios al considerar diversas fuentes, datos, entre otros, que enriquecieron el análisis. (Todd, Merlinch y Mckeown, 2014) citado en (Sampieri et al., 2014, p. 537) predominando el cuantitativo, debido al proceso sistemático que se persigue y que indica el método científico, tomando como mayor fuente de información, los datos estadísticos obtenidos con la técnica del cuestionario, siendo los resultados de este, el parámetro principal para el análisis de las plataformas en estudio.

Con el fin de mejorar la interacción del enfoque cuantitativo y cualitativo se aplicó el diseño anidado o incrustado concurrente de modelo dominante (DIAC). El cual fue explicado por (Sampieri et al., 2014, p.559) como “El método que posee menor prioridad es anidado o insertado dentro del que se considera central. Tal incrustación puede significar que el método secundario responda a diferentes preguntas de investigación respecto al método primario”. Con

el objetivo de enriquecer la investigación se usó el enfoque cualitativo de manera simultánea, recolectando datos a través de la entrevista siempre con relación al método cuantitativo, es decir con preguntas que abonaron a la mejor comprensión de lo resultado a través del cuestionario.

7.5 Fuentes de Investigación

7.5.1 Primaria.

Los datos recolectados de las fuentes primarias fueron de investigación de campo a través de una encuesta y un focus group, ambas realizadas de manera virtual, determinando como población graduados en educación superior de universidades de El Salvador, así como de 2 entrevistas una dirigida a empresas que realizan su proceso de reclutamiento con las plataformas digitales de empleo y otra a la representante de marketing regional de Tecoloco.

Definidas por (Sampieri, et al., 2014) como: los datos que el investigador obtiene de primera mano debido a que se encuentra familiarizado con el entorno donde realiza la investigación, por ejemplo: material de bibliotecas, filmotecas y bancos e información.

7.5.2 Secundaria.

Se constituye la investigación con fuentes secundarias por ser consideradas: “compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área de conocimiento en particular, es decir, reprocessan información de primera mano”. (Chinchilla, 2007, p.75) se consultaron libros, revistas y fuentes digitales, informes, entre otros, que dieron el panorama general del tema de estudio y guiaron en la mejor comprensión.

7.6 Técnicas e Instrumentos de investigación

7.6.1 Cuantitativa.

- Técnica

La encuesta

Esta técnica de recolección de datos fue utilizada con un cuestionario. Según (Chinchilla, 2007) es “recopilar información en el lugar de los hechos, mediante opiniones de las personas involucradas de alguna manera con la problemática que se investiga” (p.144). Se realizó la encuesta dirigida a los graduados en educación superior en El Salvador, que usaran al menos una de las 3 plataformas en estudio, con experiencia presentaron aportes al análisis del uso de herramientas digitales en la obtención de empleo.

- Instrumento

Cuestionario

El instrumento utilizado fue el cuestionario con una lista de preguntas, basadas en las variables consideradas de importancia para ser medidas (Chasteauneuf, 2009 citado por Sampieri et al., 2014) así como los objetivos perseguidos en la investigación. Estuvo conformado con preguntas de información general de los encuestados seguido de 48 preguntas previamente estructuradas, combinando los diferentes tipos, entre estos, las preguntas dicotómicas, escala y elección múltiple, se reunió información más directa para analizar el rendimiento de las plataformas digitales en la obtención de empleo.

7.6.2 Cualitativa.

- Técnica

Entrevista

La técnica implementada para recolección de datos cualitativa fue la entrevista, mediante una conversación fluida sobre el tema en un periodo aproximado de 30 minutos, que permitió conocer el punto de vista del entrevistado sobre el tema (Sampieri, Collado, & Lucio, 2014) obteniendo como resultado información precisa de las empresas usuarias de las plataformas digitales y con la representante de Tecoloco.

- Instrumento

Guía de preguntas

Se presentaron dos entrevistas semi estructuradas una con 16 preguntas, dirigida a reclutadores de empresas, sobre el uso de estas herramientas para captar talento humano y otra con 14 preguntas, dirigida a representante de Tecoloco, quienes brindaron información sobre aspectos importantes de la plataforma.

- Técnica

Grupo focal en línea

Esta técnica es bastante utilizada en investigación de mercados, consiste en la reunión de un grupo de entre ocho y diez personas, que son expuestas a una temática o fenómeno específico, con el fin de recolectar información sobre experiencias, reacciones y opiniones de manera fluida, pero siguiendo siempre una línea establecida de preguntas guías y variables, obteniendo

datos que se apeguen y aporten a la investigación y así evitar desviarse del tema o tener información irrelevante (Benassini, 2009)

La realización normal de esta técnica es de manera presencial, pero por el carácter de la investigación que sigue la línea del marketing digital, se realizó de manera virtual. Las características de los participantes fueron establecidas en las unidades de análisis, (*ver apartado 8*), no se tuvo la representación de participantes de todas las universidades del país, se consideró la disponibilidad de graduados indiferentemente la universidad procedente.

El proceso para el grupo focal fue convocar a todos los participantes a acceder al enlace por el que se realiza la video llamada grupal, conto con la participación de una Licenciada en Psicología, que se encargó de observar todo el proceso brindando un informe con reacciones, aptitudes y detalles detectados referente a la temática. Cada pregunta fue realizada en un tiempo estimado de ocho minutos para que los siete participantes dieran su opinión. La actividad fue grabada y documentada por medio de notas y fotografías.

- Instrumento

Guía de preguntas

La guía contenía cinco preguntas con el mismo enfoque del cuestionario porque era dirigido a profesionales, con la variación que eran preguntas semiestructuradas, brindaron información adicional a la obtenida en el enfoque cuantitativo, completándose con las opiniones que los participantes expresaron en base a sus experiencias, que enriquecieron el análisis e informe final.

7.7 Diseño de Instrumentos de Investigación

7.7.1 Encuesta dirigida a profesionales de El Salvador.



Universidad de El Salvador
 Facultad de Ciencias Económicas
 Escuela de Mercadeo Internacional



N° ____

Código: 01

Objetivo: Recolectar información de los graduados de educación superior respecto al uso de herramientas digitales como plataforma de empleabilidad.

Indicaciones: Se solicita conteste las siguientes interrogantes marcando con una “x” su respuesta.

Información General.

Edad: a. De 20 a 25 años b. De 26 a 30 años c. De 31 a 35 años

Género: a. Femenino b. Masculino

Nivel de Estudio:

a. Licenciatura, Ingeniería o Arquitectura b. Master c. Doctorado

Universidad en la que se graduó:

- | | |
|--|---|
| a. <input type="checkbox"/> Albert Einstein | o. <input type="checkbox"/> Luterana Salvadoreña |
| b. <input type="checkbox"/> Autónoma de Santa Ana | p. <input type="checkbox"/> Modular Abierta |
| c. <input type="checkbox"/> Capitán General Gerardo Barrios | q. <input type="checkbox"/> Monseñor Oscar Arnulfo Romero |
| d. <input type="checkbox"/> Católica de El Salvador | r. <input type="checkbox"/> Nueva San Salvador |
| e. <input type="checkbox"/> Centroamericana José Simeón Cañas- UCA | s. <input type="checkbox"/> Panamericana |
| f. <input type="checkbox"/> Cristiana de las Asambleas de Dios | t. <input type="checkbox"/> Pedagógica de El Salvador |
| g. <input type="checkbox"/> De El Salvador | u. <input type="checkbox"/> Politécnica de El Salvador |
| h. <input type="checkbox"/> De Oriente | v. <input type="checkbox"/> Salvadoreña Alberto Masferrer |
| i. <input type="checkbox"/> De Sonsonate | w. <input type="checkbox"/> Técnica Latinoamericana |
| j. <input type="checkbox"/> Don Bosco- UDB | x. <input type="checkbox"/> Tecnológica de El Salvador |
| k. <input type="checkbox"/> Dr. Andrés Bello | y. <input type="checkbox"/> Otro (Especifique). |
| l. <input type="checkbox"/> Dr. José Matías Delgado | _____ |
| m. <input type="checkbox"/> Evangélica de El Salvador | |
| n. <input type="checkbox"/> Francisco Gavidia | |

Año en que se graduó:

- a. 2007- 2010 b. 2011- 2014 c. 2015- 2017 d. Otro _____

Situación Laboral: a. Económicamente Activo b. Económicamente Inactivo

Actualmente se encuentra en búsqueda de empleo: a. Sí b. No

Ha utilizado alguna de las siguientes plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo, LinkedIn (*Si su respuesta es no, finalizar*)

- a. Sí b. No

Objetivo Específico 1: Identificar el nivel de uso en las plataformas digitales de empleo por los graduados en educación superior y las empresas.

1. En la siguiente lista, marque los medios por los que ha buscado empleo. (*Puede marcar más de uno*)

Objetivo: Indagar qué medio es más utilizado en la búsqueda de empleo.

- a. Periódicos
 b. Plataformas digitales
 c. Ferias de empleo
 d. Por recomendación
 e. Outsourcing
 f. Entregas de currículum personalmente
 g. Otro (Especifique) _____

2. De los medios que ha utilizado, ¿Cuál es su nivel de preferencia?

Objetivo: Reconocer el nivel de preferencia de las plataformas.

(*Siendo el 1 de menor preferencia y el 10 de mayor preferencia*)

	Menos preferida									Más preferida
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a. Por recomendación										
b. Plataformas digitales										
c. Ferias de empleo										
d. Periódicos										
e. Outsourcing										
f. Entrega currículum Personalmente										

3. En la siguiente lista, marque todas las plataformas digitales de empleo que reconoce y su nivel de preferencia.

Objetivo: Identificar las plataformas digitales de empleo más conocidas por los profesionales.

	Menos preferida									Más preferida
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
a. Tecoloco	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
b. CompuTrabajo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
c. LinkedIn	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
d. Un mejor trabajo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
e. Buscojobs	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
f. Jooble	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. ¿Cuál es la frecuencia de uso de las siguientes plataformas?

Objetivo: Determinar la frecuencia de uso de las plataformas.

	a. Nunca 1	b. Casi nunca 2	c. Algunas Veces 3	d. A Casi siempre 4	e. Siempre 5
a. CompuTrabajo					
b. Tecoloco					
c. LinkedIn					

5. ¿Cuántas veces a la semana visita las plataformas digitales cuando busca empleo?

Objetivo: Detectar el número de veces que usa las plataformas en la semana.

- a. Nunca
- b. 1 a 3 veces por semana
- c. 4 a 6 veces por semana
- d. 7 o más veces por semana

6. En la siguiente lista, seleccione el nivel de dificultad. (Según las plataformas que usa).

Objetivo: Identificar el grado de dificultad al usar las plataformas.

	Muy fácil 1	2	3	4	Muy difícil 5
1. Tecoloco					
a. Completar perfil al registrarse					
b. Actualización foto de perfil					
c. Actualización de datos					
d. Proceso de registro					
e. Complementar sus datos					
2. CompuTrabajo					
a. Completar perfil al registrarse					
b. Actualización foto de perfil					
c. Actualización de datos					
d. Proceso de registro					
e. Complementar sus datos					
3. LinkedIn					
a. Completar perfil al registrarse					
b. Actualización foto de perfil					
c. Actualización de datos					
d. Proceso de registro					
e. Complementar sus datos					

7. ¿Considera que las plataformas digitales muestran de manera amplia sus aptitudes en comparación a un currículum tradicional?

Objetivo: Reconocer si las plataformas resaltan las aptitudes de los usuarios para aumentar la probabilidad de ser contratados.

- a. Sí b. No

8. ¿En las plataformas digitales puede buscar empleo acorde a sus intereses?

Objetivo: Determinar el mejoramiento del proceso de búsqueda a través de filtros que muestren ofertas según el interés del usuario.

- a. Sí b. No

9. ¿Las plataformas digitales le permiten realizar búsqueda de empleo según su ubicación geográfica?

Objetivo: Indicar si las plataformas digitales seleccionan las búsquedas de empleo según la ubicación geográfica.

- a. Sí b. No

10. ¿Usualmente recibe notificaciones de nuevas ofertas? (*Si su respuesta es No, pase a la pregunta 13*)

Objetivo: Identificar las notificaciones de nuevas ofertas en plataformas.

- a. Sí b. No

11. ¿Por qué medios recibe notificaciones de nuevas ofertas?

Objetivo: Enlistar los medios por los que se reciben las notificaciones de ofertas.

- a. Correo electrónico b. Aplicaciones de celular c. Mensajes de texto

12. ¿Con que frecuencia recibe notificaciones de nuevas ofertas?

Objetivo: Determinar la frecuencia de notificaciones.

- a. Diariamente b. Semanalmente c. Mensualmente

13. ¿Ha podido ver el progreso de sus aplicaciones en las plataformas digitales?

Objetivo: Verificar el seguimiento de aplicaciones en plataformas digitales.

- a. Sí b. No

14. ¿Al aplicar a una oferta, puede comparar su perfil con el de los demás aspirantes?

Objetivo: Reconocer la estimulación a la competencia.

- a. Sí b. No

Objetivo Específico 2: Determinar la conveniencia de las plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn para los graduados en educación superior en la búsqueda de empleo.

15. ¿Considera que la inversión de tiempo es menor al utilizar plataformas digitales en comparación con otras formas de búsquedas?

Objetivo: Identificar el ahorro de tiempo que genera el uso de plataformas digitales.

- a. Sí b. No

16. ¿Considera importante el beneficio de poder acceder a cualquier hora a las plataformas para realizar su búsqueda de empleo?

Objetivo: Señalar la disponibilidad de tiempo con que cuentan los usuarios para usar plataformas digitales de empleo.

a. No es importante 1	b. Poco importante 2	c. Neutral 3	d. Importante 4	e. Muy importante 5

17. ¿Está satisfecho con el tiempo de respuesta de sus aplicaciones?

Objetivo: Determinar la satisfacción de respuestas que obtienen los profesionales a entrevistas.

a. Muy Insatisfecho 1	b. Insatisfecho 2	c. Ni Insatisfecho Ni Satisfecho 3	d. Satisfecho 4	e. Muy Satisfecho 5

18. ¿Marque el dispositivo que más utiliza para acceder a las plataformas de empleo?

Objetivo: Demostrar el dispositivo más utilizado por los profesionales para acceder a las plataformas de empleo.

- a. Teléfono Inteligente b. Tabletas c. Computadora

19. Según los dispositivos que utiliza ¿Cómo considera la facilidad de acceso a la plataforma?

Objetivo: Evaluar el nivel de acceso desde cualquier dispositivo.

	a. Muy malo 1	b. Malo 2	c. Regular 3	d. Bueno 4	e. Muy bueno 5
a. Teléfono Inteligente					
b. Computadora					
c. Tableta					

20. ¿La inversión monetaria es menor al utilizar plataformas digitales en comparación con otras formas de búsquedas?

Objetivo: Confirmar sí los usuarios perciben un ahorro económico al utilizar los medios digitales.

- a. Sí b. No

21. ¿Ha encontrado publicaciones de ofertas de empleo para trabajar en otro país? (Sí, su respuesta es no, vaya a la pregunta 23)

Objetivo: Identificar el beneficio de buscar empleo fuera del país por medio de las plataformas digitales de empleo.

- a. Sí b. No

22. ¿Con qué frecuencia aplica a ofertas de empleo en otro país?

Objetivo: Detectar el interés de los usuarios en aplicar a empleos fuera del país.

a. Nunca 1	b. Casi nunca 2	c. Algunas Veces 3	d. Casi Siempre 4	e. Siempre 5

23. ¿Considera confiable brindar sus datos personales al registrarse en plataformas como: Tecoloco, LinkedIn y CompuTrabajo?

Objetivo: Reconocer la confiabilidad percibida por los usuarios de las plataformas.

- a. Sí b. No

24. ¿Cómo calificaría la navegación en el menú de las plataformas?

Objetivo: Detectar la facilidad para navegar en las plataformas Tecoloco, LinkedIn y CompuTrabajo.

a. Muy difícil 1	b. Difícil 2	c. Neutral 3	d. Fácil 4	e. Muy fácil 5

25. Marque cuál de las siguientes características cumplen las plataformas digitales. (Puede marcar más de uno)

Objetivo: Evaluar el cumplimiento de las características de usabilidad.

- a. Rápida b. Simple c. Actualizada d. Ordenada

26. ¿Es fácil aplicar a las diferentes ofertas que son de su interés?

Objetivo: Identificar la facilidad con que los usuarios pueden aplicar a las ofertas.

- a. Sí b. No

27. ¿Qué tan satisfecho está con la adaptación de las plataformas digitales a los teléfonos inteligentes?

Objetivo: Reconocer el nivel responsivo de las plataformas Tecoloco, LinkedIn y CompuTrabajo.

	a. Muy Insatisfecho	b. Insatisfecho	c. Ni Insatisfecho Ni Satisfecho	d. Satisfecho	e. Muy Satisfecho
	1	2	3	4	5
1. Tecoloco					
a. Rapidez al cargar la pagina					
b. El contenido se ve claro					
c. Misma información como en la computadora					
d. Menú completo					
2. CompuTrabajo					
a. Rapidez al cargar la pagina					
b. El contenido se ve claro					
c. Misma información como en la computadora					
d. Menú completo					
3. LinkedIn					
a. Rapidez al cargar la pagina					
b. El contenido se ve claro					
c. Misma información como en la computadora					
d. Menú completo					

Objetivo Específico 3: Presentar un informe estadístico infográfico del uso de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn.

28. ¿Las plataformas son medios que mejoran el proceso de búsqueda de empleo?

Objetivo: Determinar el aporte de las plataformas al momento de buscar empleo.

- a. Si b. No

29. ¿Cree importante evaluar la eficiencia de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn?

Objetivo: Identificar la importancia de realizar un infográfico evaluando las plataformas.

- a. Si b. No (Si su respuesta es no, pase a pregunta 31)

30. ¿Qué debería evaluarse sobre las plataformas? (*Puede marcar más de una*)

Objetivo: Mencionar los puntos a evaluar en el informe.

- a. Características d. Funcionamiento
b. Accesibilidad por dispositivo e. Diseño
c. Otros (mencione): _____

31. ¿Realizar búsquedas de empleo por medios digitales es más rápido que la forma tradicional?

Objetivo: Comparar la rapidez de buscar empleo por medios digitales que por la forma tradicional.

- a. Sí b. No

32. ¿Influye la cantidad de usuarios de las plataformas en su decisión de usarla?

Objetivo: Determinar la influencia de la cantidad de usuarios que tienen las plataformas.

- a. Sí b. No

33. ¿Considera que la cantidad de usuarios de una plataforma determina su funcionalidad?

Objetivo: Evaluar la funcionalidad de la plataforma por medio de la cantidad de usuarios.

- a. Sí b. No

34. ¿Ha dado de baja alguna vez su cuenta en alguna de estas plataformas?

Objetivo: Considerar las bajas de alguna de las plataformas estudiadas.

- a. Sí b. No (*Sí, su respuesta es no, pase a pregunta 36.*)

35. ¿Cuál plataforma dejó de utilizar?

Objetivo: Identificar la plataforma que se dejó de usar.

- a. Tecoloco b. CompuTrabajo c. LinkedIn

¿Por qué? _____

36. ¿Considera que las páginas de plataformas que utiliza tienen un diseño atractivo?

Objetivo: Determinar la facilidad de uso de las plataformas en cuanto a su diseño.

- a. Sí b. No

37. ¿Qué tan fácil o difícil es realizar las siguientes acciones en las plataformas de empleo?

Objetivo: Medir la facilidad de uso en cuanto a su usabilidad.

	a. Muy difícil	b. Difícil	c. Ni fácil Ni difícil	d. Fácil	e. Muy fácil
	1	2	3	4	5
1. Tecoloco					
a. Buscar ofertas de interés					
b. Ver nuevas ofertas					
c. Verificar requisitos de ofertas					
d. Aplicar a nuevas ofertas					
2. CompuTrabajo					
a. Buscar ofertas de interés					
b. Ver nuevas ofertas					
c. Verificar requisitos de ofertas					
d. Aplicar a nuevas ofertas					
3. LinkedIn					
a. Buscar ofertas de interés					
b. Ver nuevas ofertas					
c. Verificar requisitos de ofertas					
d. Aplicar a nuevas ofertas					

38. Al encontrarse en la búsqueda de las empresas de su interés, ¿Ha encontrado la información completa?

Objetivo: Obtener un panorama general de la satisfacción en cuanto a la información de las empresas.

a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas Veces d. Casi Siempre e. Siempre
1 2 3 4 5

--	--	--	--	--

39. Al encontrarse en la búsqueda de empleo en las plataformas, ¿Ha encontrado variedad en las ofertas de su interés?

Objetivo: Medir la satisfacción en cuanto a la variedad de ofertas de empleo que ofrecen las plataformas.

a. Nunca b. Casi nunca c. Algunas Veces d. Casi Siempre e. Siempre
1 2 3 4 5

--	--	--	--	--

40. ¿Ha podido observar alguna opción que le muestre la lista con todas las empresas suscritas?

Objetivo: Evaluar el conocimiento de la variedad de empresas que utilizan las plataformas en sus procesos de reclutamiento.

- a. Sí b. No

41. ¿Considera que dentro de su área de estudios hay variedad de ofertas publicadas en estas plataformas?

Objetivo: Determinar la adaptación que tienen las ofertas de empleo de las plataformas digitales en las diversas áreas profesionales.

- a. Sí b. No

42. ¿Alguna vez ha encontrado empleo por medio de las plataformas digitales? (Sí su respuesta es no, vaya a la pregunta 44)

Objetivo: Concluir el porcentaje de encuestados a los que han encontrado empleo por medio de las plataformas digitales.

- a. Tecoloco
b. CompuTrabajo
c. LinkedIn

	Si	No
a. Tecoloco		
b. CompuTrabajo		
c. LinkedIn		

43. Mencione el cargo por el que fue contratado:

Objetivo: Mostrar la diversidad de ofertas de empleo publicadas.

44. ¿Conoce a alguien que haya sido contratado por medio de las plataformas digitales?**Objetivo:** Mostrar la percepción de funcionalidad de las plataformas en la obtención de empleo.

- a. Tecoloco
b. CompuTrabajo
c. LinkedIn

	Si	No
a. Tecoloco		
b. CompuTrabajo		
c. LinkedIn		

45. ¿Ha realizado proceso de recuperación de contraseña? *(Si su respuesta es no, pase a la pregunta 47)*

Objetivo: Detectar los procesos de seguridad de las plataformas.

- a. Sí b. No

46. ¿Es el proceso de recuperación de contraseña sencillo?

Objetivo: Revelar la facilidad de sus procesos de recuperación de contraseña.

- a. Sí b. No

47. ¿Cómo evaluaría la efectividad de estas plataformas en la obtención de empleo?

Objetivo: Determinar la satisfacción al utilizar las plataformas por medio del indicador de satisfacción del cliente (CSAT).

Muy mala

Muy buena

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

48. ¿Usted recomendaría a sus familiares o amigos la búsqueda de empleo por medio de estas plataformas?

Objetivo: Medir la satisfacción al utilizar las plataformas por medio del indicador Net Promoter Score (NPS).

- a. Sí b. No

Gracias por el tiempo dedicado a la encuesta.

7.7.2 Grupo Focal dirigido a profesionales de El Salvador.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



Guía de preguntas, dirigida a graduados en educación superior de las universidades en El Salvador.

Objetivo: Comprender la efectividad de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn como medio para la obtención de empleo.

Información general

Edad: _____

Género: Femenino Masculino

Situación Laboral: a. Económicamente Activo b. Económicamente Inactivo

Objetivo: Identificar la plataforma digital de empleabilidad que utilizan los participantes

Ha utilizado alguna de las siguientes plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo, LinkedIn ¿Cuál o cuáles?

Preguntas de transición

Objetivo: Especificar el proceso de búsqueda de empleo de los profesionales.

1. ¿Cuál es el proceso que realiza normalmente en la búsqueda de empleo? Tradicional y online

Preguntas específicas

Objetivo: Mencionar las ventajas y desventajas que perciben de los medios tradicionales y plataformas digitales.

2. Mencione una ventaja y desventaja de los medios tradicionales en la búsqueda de empleo como: periódicos, ferias de empleo y recomendaciones personales.

Objetivo: Evaluar la efectividad de las plataformas digitales de empleo.

3. ¿Cómo profesionales, que beneficios han percibido de las plataformas digitales?

Objetivo: Identificar la plataforma donde los graduados obtienen empleo.

4. ¿Ha encontrado empleo por medio de las plataformas? ¿En cuál?

Pregunta de cierre

Objetivo: Mostrar los puntos de mejora de las plataformas.

5. ¿Qué aspectos considera que las plataformas digitales que ha utilizado, podrían mejorar?

7.7.3 Entrevista dirigida a empresas usuarias de plataformas.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



Guía de preguntas, dirigida a encargados del reclutamiento de personal de empresas de El Salvador.

Objetivo: Comprender la efectividad de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn como medio para reclutamiento de talento humano.

Objetivo: Identificar el medio de reclutamiento más utilizado para atraer talento humano.

1. ¿Qué medios de reclutamiento utiliza con mayor frecuencia para atraer talento humano?
¿Por qué?

Objetivo: Determinar la combinación de medios para buscar talento humano.

2. ¿Utiliza combinación de medios digitales y tradicionales para ofertar una misma plaza?

Objetivo: Reconocer la preferencia de la plataforma a usar.

3. ¿Qué plataformas digitales utiliza mayormente?

Objetivo: Enumerar las características principales.

4. ¿Qué características determinan la plataforma a utilizar?

Objetivo: Establecer la frecuencia de uso.

5. ¿Cuántas ofertas de empleo se publican y con qué frecuencia?

Objetivo: Demostrar el nivel de confiabilidad de la base de datos brindada por la plataforma de los candidatos.

6. ¿Qué porcentaje estimado de solicitantes a las ofertas considera que cumplen con el perfil requerido?

Objetivo: Determinar la eficacia de las plataformas para encontrar talento humano.

7. De las veces que ha publicado ofertas en las plataformas digitales, ¿En cuántas encontró al candidato ideal dentro de los solicitantes?

Objetivo: Detallar los principales beneficios que perciben los usuarios de las plataformas.

8. ¿Qué beneficios percibe del uso de las plataformas digitales?

Objetivo: Establecer el costo beneficio al utilizar medios digitales.

9. ¿Considera que el costo monetario al usar plataformas es acorde a los beneficios que recibe?

Objetivo: Determinar la organización de la base de datos que manejan las plataformas.

10. ¿Brindan las plataformas información detallada y ordenada de los candidatos?

Objetivo: Detectar el beneficio en tiempo que brindan las plataformas.

11. ¿Ahorra tiempo en el proceso de reclutamiento en comparación a medios tradicionales?

Objetivo: Mostrar el valor agregado que puedan percibir las empresas.

12. ¿Recibe asesoría de parte de la plataforma que utiliza, para mejorar su reclutamiento?

Objetivo: Distinguir beneficios que brindan los medios digitales.

13. ¿Realiza constante seguimiento de sus ofertas laborales?

Objetivo: Considerar las oportunidades que ofrecen los medios digitales.

14. ¿Guarda perfiles de candidatos, aunque no esté ofertando, pero son atractivos a futuro?

Objetivo: Identificar la eficiencia en cuanto al tiempo del reclutamiento.

15. ¿En cuánto tiempo estimado logra cubrir una plaza?

Objetivo: Justificar el aporte de los medios digitales a la empleabilidad.

16. ¿Las plataformas resaltan de mejor manera el perfil de los candidatos, influyendo en la probabilidad de ser contratados?

7.7.4. Entrevista dirigida ha encargado de plataformas digitales.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADERO INTERNACIONAL



Guía de preguntas, dirigida a representante de plataforma digital.

Objetivo: Determinar el porcentaje de personas que conoce la plataforma.

1. ¿Qué porcentaje de la población estimaría que conoce la plataforma?

Objetivo: Identificar el principal objetivo de la plataforma.

2. ¿Cuál es el principal objetivo de la plataforma?

Objetivo: Establecer el tipo de empresas consideradas como principales usuarios.

3. ¿Qué tipo de empresas considera que son su principal usuario?

Objetivo: Verificar la información proporcionada en la plataforma.

4. ¿Existe alguna verificación de la información proporcionada por las empresas usuarias?

Objetivo: Saber si existen capacitaciones sobre el uso de plataforma a las empresas.

5. ¿Brindan capacitaciones regularmente a las empresas sobre el uso de la plataforma?

Objetivo: Identificar el principal valor agregado de la plataforma.

6. ¿Cuál considera que es su principal valor agregado para las empresas?

Objetivo: Estimar la frecuencia de visitas a la plataforma.

7. ¿Con que frecuencia estimada las personas que buscan empleo visitan la plataforma?

Objetivo: Determinar el método para mantener la información actualizada de los usuarios.

8. ¿Qué método emplean para que los usuarios mantengan la información actualizada?

Objetivo: Definir el principal valor agregado de la plataforma para los profesionales.

9. ¿Cuál es el principal valor agregado para los profesionales en educación superior?

Objetivo: Establecer el impacto del uso de la plataforma para los salvadoreños en la empleabilidad.

10. ¿Cuál es el impacto del uso de su plataforma en la empleabilidad de los salvadoreños?

Objetivo: Examinar si las ofertas de empleo son reguladas para ser ejecutadas solamente en el país.

11. ¿Las ofertas de empleo publicadas en la plataforma están reguladas para ser ejecutadas solamente en el país?

Objetivo: Definir el dispositivo más utilizado.

12. En cuanto a los dispositivos por los cuales los usuarios acceden a la plataforma, ¿Cuál tiene mayor uso? ¿Por qué considera que ese dispositivo tiene mayor uso?

Objetivo: Determinar si la plataforma tiene algún inconveniente para los usuarios.

13. ¿Considera que utilizar la plataforma tiene algún tipo de inconveniente para los usuarios?

Objetivo: Mencionar el principal diferenciador con otras plataformas.

14. ¿Cuál es su principal diferenciador de otras plataformas digitales de empleo?

8. UNIDADES DE ANÁLISIS

8.1 Determinación de unidad de análisis

Las unidades de análisis para efectos de esta investigación fueron: la población de graduados en los años 2007 a 2017 de nivel superior, que utilizaron al menos una de las plataformas Tecoloco, LinkedIn o CompuTrabajo, así como, empresas cuya oficina central este ubicada en San Salvador y Antigua Cuscatlán, giro principal comercio o recursos humanos, que publicaron ofertas en dos o más sitios el mes de mayo en El Salvador y brindaron apoyo al grupo de investigación. Se excluyeron de la investigación los siguientes sujetos: quienes no han culminado sus estudios superiores, graduados antes de 2007, porque existe la posibilidad que desconozcan estas plataformas por la evolución rápida del internet y después de 2017, graduados de institutos especializados o técnicos, que utilizaron solamente medios tradicionales de búsqueda. Las empresas con publicaciones en una sola plataforma digital o la usaron en los meses anteriores o posteriores a mayo.

8.2 Sujetos de investigación

8.2.1 Graduados en educación superior.

Uno de los sujetos investigados fueron los graduados en educación superior de El Salvador, desde el año 2007 a 2017; quienes utilizaron las plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo o LinkedIn para buscar ofertas de empleo y son titulados de las principales universidades de El Salvador.

8.2.2 Empresas

El segundo sujeto estudiado fueron empresas que tienen su oficina central en San Salvador y Antigua Cuscatlán, giro principal comercio o recursos humano, que publicaron ofertas en dos

o más de las siguientes plataformas: Tecoloco, CompuTrabajo o LinkedIn, durante el mes de mayo de 2019, las que brindaron apoyo al grupo de investigación.

8.2.3 Plataformas digitales

Se realizó una entrevista a la encargada de Marketing Regional de Tecoloco, quien aportó información acerca de la plataforma digital de empleo.

9. DETERMINACIÓN DE UNIVERSO Y MUESTRA

Según Chinchilla, población o universo se refiere al total de individuos o elementos que poseen determinadas características en común, y que ameritan ser sujetas a un estudio de investigación, (2007). “La población o universo es el conjunto de personas a las que va referida una investigación estadística” (Pérez, p.9, 2011). Basado en estas definiciones la población utilizada para la investigación fueron los 178,499 profesionales que obtuvieron su titulación entre el 2007 al 2017 en El Salvador, (ver tabla 5), Ministerio de Educación (MINED, 2019).

Para la realización factible de la investigación fue de vital importancia seleccionar a una porción de la población que cumplía con todas las características requeridas por el sujeto de estudio. La muestra seleccionada fue la siguiente:

- a) Profesionales de El Salvador.

Marco de muestreo: graduados de cualquier Universidad de El Salvador reconocida por el MINED, en los años 2007 a 2017, que hayan utilizado las plataformas digitales de empleo. Se

excluyó de la investigación personas que no habían culminado sus estudios superiores, graduados antes de 2007, por la posibilidad que desconozcan estas plataformas por la evolución rápida del internet, graduados de institutos especializados, técnicos o instituciones no reconocidas como universidad, profesionales que nunca hayan utilizado al menos una de las plataformas en estudio.

b) Empresas usuarias de plataformas.

Marco de muestreo: empresas cuyo giro principal es comercio o recursos humanos, con sus oficinas centrales ubicadas geográficamente en San Salvador y Antigua Guatemala, usuarias de al menos 2 de las plataformas en estudio durante el mes de mayo del año 2019. Se excluyó de la investigación a las siguientes empresas: Aquellas con publicación de ofertas en una sola plataforma digital, las que no estuvieron activas durante el mes de mayo, las que no tenían información completa en alguno de los campos requeridos y aquellos que no brindaron acceso a entrevista.

9.1 Cálculo muestral

9.1.1 Cálculo muestral de la primera unidad de análisis.

Tomando un nivel de confianza de 95% y satisfacción del 50%. Se realizó el siguiente cálculo de muestreo probabilístico.

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

Siendo:

z = Nivel de confianza

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación

n = Tamaño de la muestra

Donde:

z = 1.96

p = 50%

q = 50%

N = 178,499

e = 0.05

n =?

Sustituyendo en la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{0.05^2} n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)(178,499)}{((178,499 - 1)0.05^2) + ((1.96^2)(0.5)(0.5))}$$

$$n = \frac{171,430.44}{447.21}$$

$n = 384.33 \approx 384$ Personas a encuestar

Se determinó para la obtención de datos la estratificación de la muestra, a partir del número de graduados por universidad, en la Tabla 5 se muestra el cálculo para cada universidad.

Tabla 5

División de muestra estratificada

Nombre de la institución	Porcentaje	Número de encuestas
Albert Einstein	0%	1
Autónoma de Santa Ana	1%	2
Capitán General Gerardo Barrios (*)	2%	8
Católica de El Salvador (*) (a)	2%	9
Centroamericana José Simeón Cañas- UCA(a)	10%	39
de El Salvador (*) (p)	41%	158
de Oriente (a)	1%	5
de Sonsonate	1%	2
Don Bosco- UDB (a)	4%	15
Dr. Andrés Bello (*)	2%	8
Dr. José Matías Delgado (a)	5%	21
Evangélica de El Salvador (a)	1%	5
Francisco Gavidia (*) (a)	5%	20
Luterana Salvadoreña (*)	1%	3
Modular Abierta (*)	2%	8
Monseñor Oscar Arnulfo Romero	0%	1
Nueva San Salvador	2%	7
Panamericana (*)	3%	10
Pedagógica de El Salvador	1%	5
Politécnica de El Salvador	1%	5
Salvadoreña Alberto Masferrer (a)	10%	40
Técnica Latinoamericana	1%	2
Tecnológica de El Salvador (a)	3%	10
Total general		384

Fuente: Elaboración propia, en base a recopilación de datos en la encuesta a profesionales.

Nota: Se calcula el número de encuestas por universidad, en base al número de graduados en el período de estudio de cada una de ellas.

Adicionalmente, previo a realizar la investigación en el total de la muestra, se realizó una prueba piloto en una pequeña muestra de encuestados de 10 participantes, para identificar y eliminar los problemas potenciales (Malhotra, 2018).

9.1.2 Cálculo muestral de la segunda unidad de análisis.

Para las empresas que utilizan las plataformas como medio de búsqueda de talento humano, se realizó el cálculo de muestra no probabilístico por conveniencia, con el que se obtuvo una muestra de elementos convenientes. Partiendo de la base de 451 empresas activas recientemente en las tres plataformas. Se determinó una muestra de 6 empresas en total (Ver tabla 6)

Tabla 6

División de muestra estratificada

Número de plataformas	Nombre de empresa	Municipio	Rubro
Dos Plataformas	Talento Humano	San Salvador	Outsourcing
Dos Plataformas	uassist.me	San Salvador	Outsourcing
Dos Plataformas	Vidrí	San Salvador	Comercial
Dos Plataformas	Excel Automotriz	San Salvador	Comercial
Tres Plataformas	Contactos y Oportunidades	San Salvador	Outsourcing
Dos Plataformas	Telus	Antiguo Cuscatlán	Outsourcing

Fuente: Elaboración propia, en base a datos obtenidos de Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn.

Nota: Empresas seleccionadas en base al cumplimiento de las características determinadas a conveniencia del investigador.

Se seleccionaron 6 empresas en base a los siguientes criterios considerando la relevancia de la información y evaluando la facilidad de acceso, (ver listado de empresas en anexo 4):

- Publicaron al menos una oferta laboral en el mes de mayo.
- Estén presentes en al menos dos de las plataformas estudiadas.
- Ubicadas geográficamente en San Salvador y Antiguo Cuscatlán.
- Giro principal en comercio y recursos humanos.

9.2 Tipo de muestreo

9.2.1 Tipo de muestreo de la primera unidad de análisis.

Se realizó por muestreo probabilístico para los graduados de universidades de El Salvador seleccionados al azar. No es necesario que cada muestra potencial tenga la misma probabilidad de quedar seleccionada (Malhotra, 2018). Para la obtención de datos se utilizó la muestra estratificada. “Muestreo en el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento” (Sampieri et al., 2014, p. 181).

9.2.2 Tipo de muestreo de la segunda unidad de análisis.

Para el segundo sujeto de estudio se seleccionó una muestra no probabilística “Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización” (Sampieri et al., 2014, p. 189).

Para la obtención de los datos se seleccionó el muestreo por conveniencia, el cual según Malhotra se define como una técnica no probabilística que busca obtener una muestra de elementos convenientes. La selección de las unidades de muestreo se deja principalmente al entrevistador, tomando en consideración criterios con una relevancia para la investigación. (2018) Para esta investigación se recolectaron datos basados en el acceso brindado por las empresas para la entrevista.

9.3 Fórmula a utilizar

Se fundamentó este proceso como indica (Sampieri, 2014) al ser la población mayor a 99,999 fue considerada como población infinita. Se calculó la muestra de la primera unidad de análisis con una población de 178, 499 profesionales, aplicando siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

Para la segunda y tercera unidad de análisis por el uso de un método no probabilístico no se requirió la utilización de fórmulas.

9.4 Justificación de los valores en la fórmula

En la selección de los valores utilizados en la fórmula se tomaron en cuenta aspectos claves para el resultado de un aporte sustancial a la investigación. Se obtuvo el número de la población a estudiar de una base de datos brindada por el ministerio de educación mostrando que los profesionales que han obtenido su titulación entre el 2007 al 2017 en El Salvador son 178,499, (Ver tabla en anexo 5), (MINED, 2019). Y dado que excedía los 99,999 sujetos se utilizó la fórmula de muestreo infinita. Se determina la probabilidad a favor y en contra es del 50% cada una, puesto que carece de investigaciones previas en el país relacionadas con la temática que den apertura al estudio.

De acuerdo con el método de estudio se consideró acertado el uso del 95% como margen de confianza y el 5% como margen de error. “En el margen convencional del 95, se exige que en el 95 de cada 100 ocasiones se esté en lo cierto. Es decir, sólo se tolerarán 5 errores de cada 100 intentos” (Vavra, 2002, pág. 90).

CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN ENCUESTA, FOCUS GROUP Y ENTREVISTA

10. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

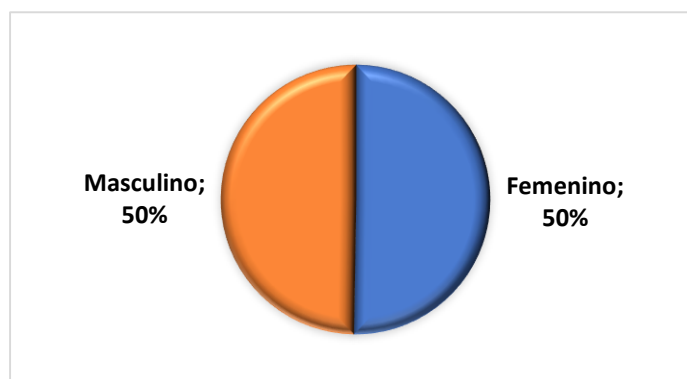
10.1 Cuantitativa

10.1.1 Encuesta dirigida a profesionales de El Salvador.

Datos de clasificación

Género

Opciones	Fa	Fr%
Femenino	193	50%
Masculino	191	50%
Total, general	384	100 %

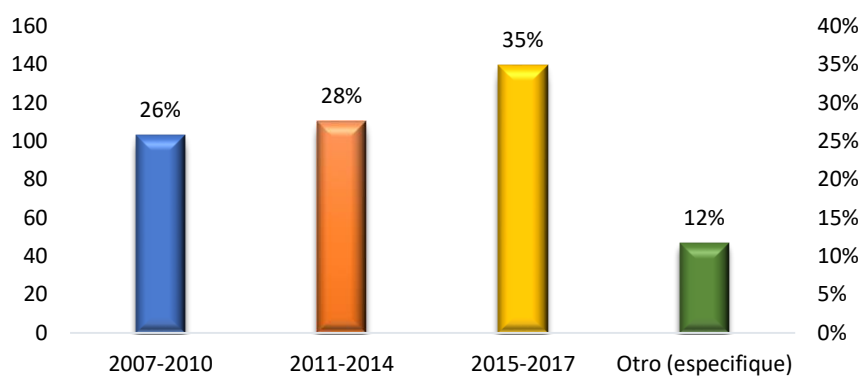


Interpretación de Resultados: El 50% de los graduados en educación superior encuestados pertenecen al género femenino, mientras el 50% restante de profesionales de la población en estudio pertenecen al género masculino.

Análisis de Resultados: La participación es equitativa de hombres y mujeres, mostrando un panorama general de los graduados en educación superior, quienes indistintamente a su género están en busca constante de mejoras en su nivel profesional y prueban que cada vez se reduce más la brecha de género en el ámbito educativo, mostrando un acceso equitativo en la superación profesional.

Año en que se graduó:

Opciones	Fa	Fr%
2007-2010	99	26%
2011-2014	106	28%
2015-2017	134	35%
Otro (especifique)	45	12%
Total general	384	100%

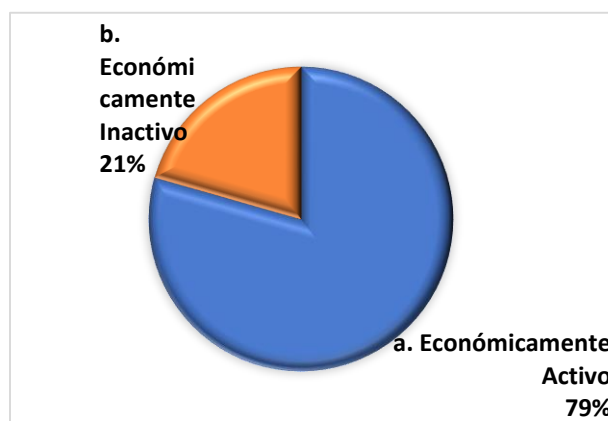


Interpretación de Resultados: El 35% de los graduados en educación superior obtuvieron su titulación entre los años 2015 a 2017, seguidos por el 28% de profesionales graduados entre los años 2011 a 2014, mientras que el 26% se graduó entre los años 2007 a 2010 y solamente el 12% de la población encuestada se tituló antes del 2007 o después del 2017.

Análisis de resultados: El mayor porcentaje de profesionales encuestados ha realizado su titulación a partir del 2011 a la actualidad, respaldando ser una comunidad que desarrolla su profesión con conocimiento de las tecnologías actuales, y en el auge del entorno digital, donde se realizan una gran parte de actividades en el trabajo, entretenimiento, educación y específicamente la búsqueda de empleo, a través de las herramientas digitales disponibles.

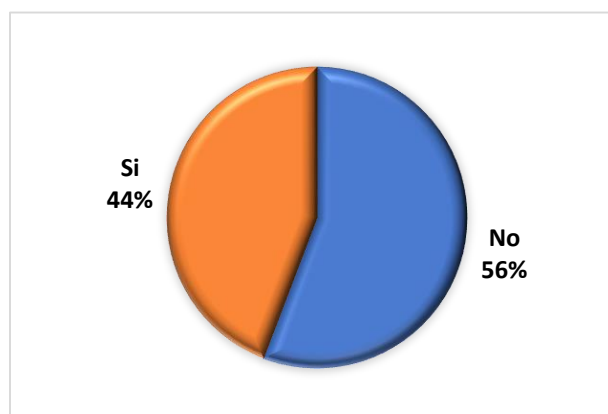
Situación laboral

Actividad económica	Fa	Fr%
a. Económicamente Activo	305	79%
b. Económicamente Inactivo	79	21%
Total general	384	100%



Situación laboral

Búsqueda de empleo	Fa	Fr%
No	212	56%
Si	168	44%
Total general	380	100%

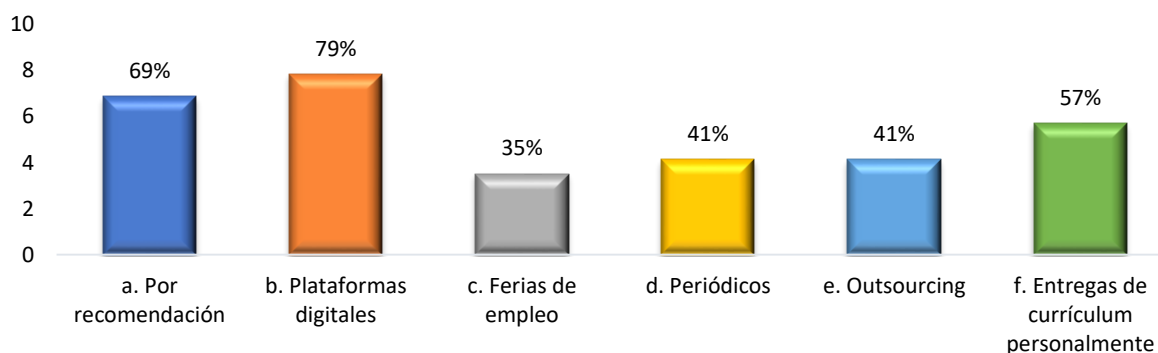


Interpretación de resultados: El 79% de los graduados en educación superior encuestados son actualmente económicamente activos, mientras que el 21% no realiza actividades que generen ingresos monetarios, el 56% de los profesionales encuestados no se encuentran en búsqueda activa de empleo y el 44% de profesionales restantes está en la búsqueda activa de empleo.

Análisis de resultados: La población encuestada son los graduados en educación superior, justificando que posean un empleo en su mayoría y no están en proceso de búsqueda, a pesar de esto siguen manteniendo presencia en plataformas digitales que les permitan realizar conexiones con otros profesionales o empresas de su interés para mejorar su estatus profesional en un futuro, así también se visualiza una porción posee un empleo pero busca un cambio, considerándose que cuentan con mayor presencia en las plataformas para encontrar un empleo o por cambiar el actual a una mejor oportunidad profesional.

2. Preferencia de los distintos medios de búsqueda de empleo

Medios	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Total	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
a. Por recomendación	10%	4%	5%	2%	13%	6%	10%	14%	11%	25%	338	69%
b. Plataformas digitales	6%	4%	4%	4%	8%	6%	11%	17%	15%	39%	384	79%
c. Ferias de empleo	30%	10%	9%	7%	12%	5%	5%	6%	3%	1%	276	35%
d. Periódicos	27%	10%	6%	7%	14%	7%	9%	6%	5%	3%	308	41%
e. Outsourcing	29%	8%	7%	6%	8%	5%	9%	10%	2%	1%	266	41%
f. Entregas de currículum personalmente	15%	5%	5%	5%	8%	11%	13%	8%	11%	13%	309	57%

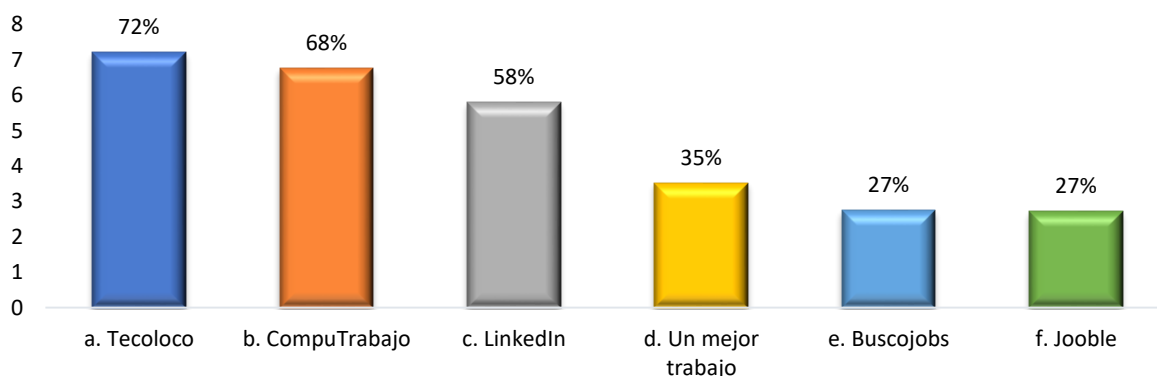


Interpretación de resultados: La evaluación que reciben las búsquedas de empleo en la escala del 1% al 100%, siendo 1 muy malo y 100 excelente es la siguiente: Recomendaciones 69%, plataformas digitales con 79%, ferias de empleo con 35%, periódicos con 41%, búsqueda por medio de outsourcing 41% y entregas de curriculum personalmente 57%.

Análisis de resultados: La investigación con el aporte de la encuesta confirma el alto grado de preferencia de los usuarios en el uso de las plataformas digitales, considerando como uno de los motivos la concentración en sus sitios de una mayor presencia de oferta laboral y por consecuencia movilización de la demanda, así como por otras características que las convierten en un medio atractivo y efectivo para el éxito de encontrar la oportunidad de empleo deseada.

3. Reconocimiento y preferencia de las plataformas digitales.

Plataformas digitales	Fr	Fr	Fr	Fr	Fr	Fr	Fr	Fr	Fr	Fr	Total	%
	%	%	%	%	%	%	%	%	%			
a. Tecoloco	8%	2%	3%	3%	9%	6%	12%	16%	14%	26%	370	72%
b. CompuTrabajo	10%	3%	4%	6%	9%	4%	15%	14%	18%	18%	356	68%
c. LinkedIn	17%	6%	5%	6%	9%	7%	8%	14%	11%	15%	347	58%
d. Un mejor trabajo	36%	11%	9%	8%	15%	4%	7%	4%	3%	3%	277	35%
e. Buscojobs	46%	15%	8%	7%	11%	5%	5%	1%	1%	1%	274	27%
f. Jooble	47%	14%	10%	5%	13%	4%	3%	1%	2%	1%	272	27%

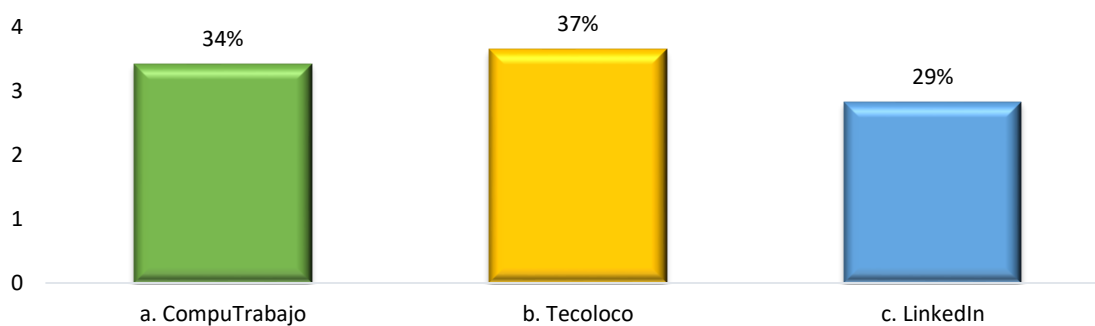


Interpretación de resultados: La evaluación de preferencia y reconocimiento de las plataformas digitales en la escala del 1 al 10, siendo 1 muy malo y 10 Excelente es la siguiente; Tecoloco obtiene un promedio de 72% puntos, CompuTrabajo 68%, LinkedIn 58%, Un mejor trabajo 35%, Buscojobs 27% y Jooble 27%.

Análisis de resultados: Dentro del ámbito digital se encuentran diferentes opciones para buscar empleo y que son más reconocidas por los usuarios, como resultado de la investigación se visualiza que Tecoloco es la plataforma más reconocida y con mejor evaluación entre los profesionales, al contar con una mayor presencia a nivel regional y reunir una cartera de empresas clientes reconocidas, seguido por CompuTrabajo y LinkedIn las cuales son usadas frecuentemente, las cuales caracterizan por dirigirse a un target específico. Convirtiéndose las anteriores opciones en las más utilizadas y con mejor posicionamiento.

4. Uso de las plataformas digitales cuando se encuentran en búsqueda de empleo.

	Fr% a. Nunca	Fr% b. Casi nunca	Fr% c. Algunas Veces	Fr% d. Casi siempre	Fr% e. Siempre	Total	%
a. CompuTrabajo	13%	10%	25%	27%	25%	357	34%
b. Tecoloco	12%	8%	22%	25%	33%	369	37%
c. LinkedIn	27%	18%	20%	16%	19%	335	29%

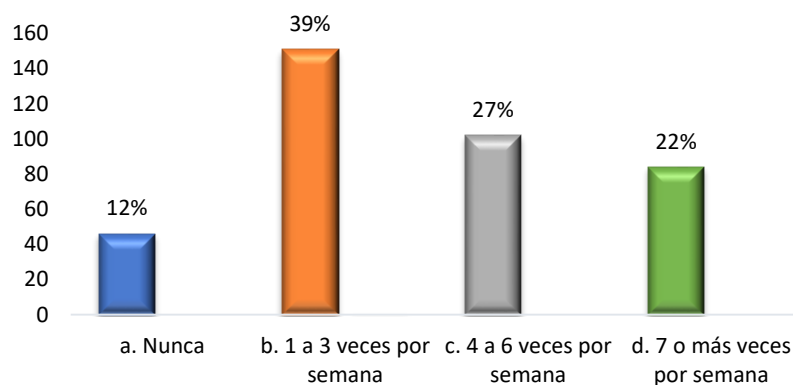


Interpretación de resultados: Los profesionales en la búsqueda de empleo utilizan las plataformas digitales con la siguiente frecuencia: CompuTrabajo, el 13% no utiliza nunca, el 10% casi nunca, el 25% algunas veces, el 27% casi siempre y el 25% siempre. Tecoloco: el 12% no lo utiliza nunca, el 8% casi nunca, el 22% algunas veces, el 25% casi siempre y el 33% siempre. LinkedIn: el 27% no lo utiliza nunca, el 18% casi nunca, el 20% algunas veces, el 16% casi siempre y el 19% siempre.

Análisis de resultados: La mayoría de los encuestados utilizan mayormente las plataformas CompuTrabajo y Tecoloco porque concentran mayores ofertas de empleos y son diseñadas exclusivamente para la búsqueda y aplicación a empleo; en menor proporción poseen una cuenta de LinkedIn, siendo la razón que su función principal no es la búsqueda de empleo, su fuerte es realizar conexiones entre profesionales, por tal razón una opción bastante utilizada como auxiliar, realizando combinación de las diferentes medios digitales.

5. Veces a la semana que visita las plataformas digitales cuando se encuentra en búsqueda de empleo.

Actividad económica	Fa	Fr%
a. Nunca	46	12%
b. 1 a 3 veces por semana	151	39%
c. 4 a 6 veces por semana	102	27%
d. 7 o más veces por semana	84	22%
Total general	383	100.00%

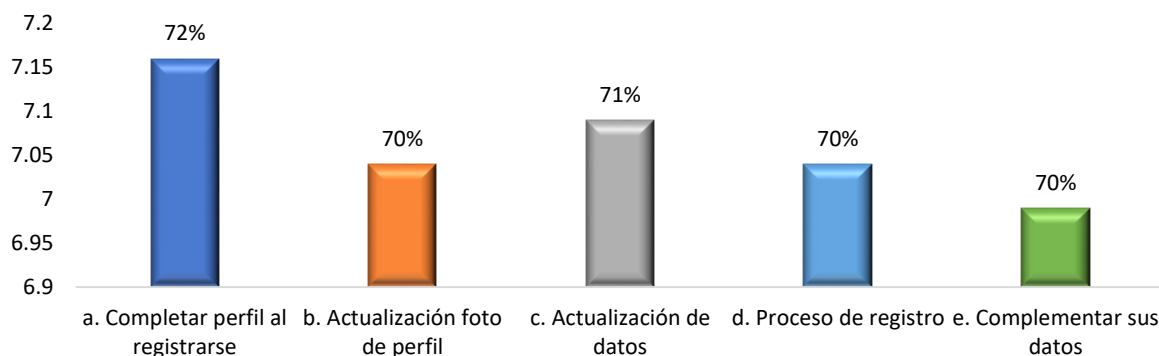


Interpretación de resultados: El 12% de graduados en educación superior no realizan ninguna visita a las plataformas digitales, el 39% de profesionales visitan de 1 a 3 veces por semana las plataformas de búsqueda de empleo, el 27% de los graduados visitan de 4 a 6 veces por semana y el 22% de los graduados encuestados visita más de 7 veces a la semana las herramientas digitales de empleabilidad.

Análisis de resultados: El promedio de visitas a las plataformas en el proceso de búsqueda de empleo es aceptable al realizar una revisión semanal de estas, debido al proceso fácil que presenta este medio una vez registrados, solo es cuestión de revisión de plazas de interés y realizar la aplicación correspondiente, los usuarios solo deben estar pendiente de nuevas plazas para realizar la aplicación sin necesidad de llenar formularios o realizar procesos extras, como en la forma tradicional que requiere la impresión y envío de correo de un currículum.

6. Dificultad al utilizar Tecoloco

	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Total	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
a. Completar perfil al registrarse	5%	4%	7%	3%	9%	8%	9%	20%	10%	25%	384	72%
b. Actualización foto de perfil	7%	5%	7%	4%	9%	7%	11%	19%	10%	22%	383	70%
c. Actualización de datos	8%	6%	8%	6%	9%	7%	8%	16%	12%	20%	381	71%
d. Proceso de registro	8%	5%	5%	7%	8%	7%	11%	16%	13%	20%	381	70%
e. Complementar sus datos	10%	7%	5%	7%	9%	9%	11%	14%	10%	19%	381	70%

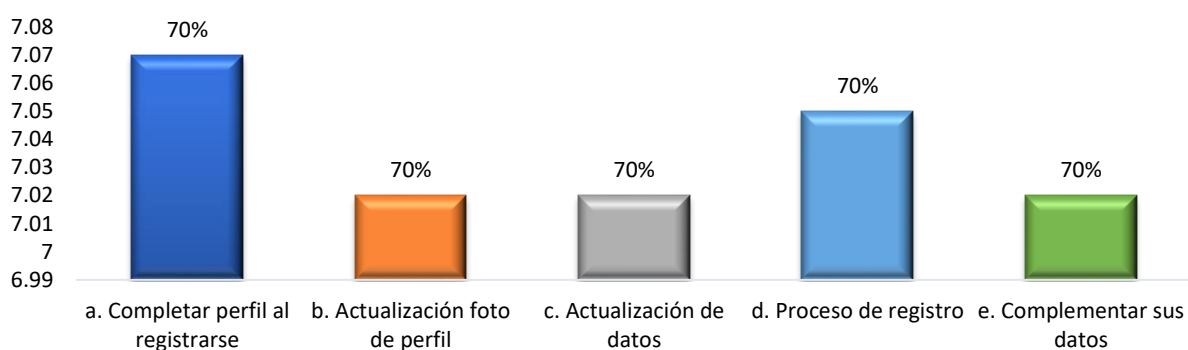


Interpretación de resultados: La dificultad para utilizar Tecoloco se ha evaluado en la escala del 1 al 10, obteniendo como promedio 72% al completar el perfil de registro, 70% al actualizar la foto de perfil, 71% en la actualización de los datos, 70% en el proceso de registro y de 70% al complementar los datos.

Análisis de resultados: El nivel de dificultad que presenta la plataforma Tecoloco es mínima y con un promedio aceptable, considerándose amigable con el usuario y al considerar que son profesionales que tienen experiencia en el uso de sitios digitales, considerándose esto una ventaja de uso pues disminuye el riesgo de dejar de utilizarlos por procesos engorrosos y difícil, facilitando la presencia del usuario en la plataforma.

6. Dificultad al utilizar CompuTrabajo

	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Total	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
a. Completar perfil al registrarse	7%	5%	3%	5%	11%	9%	9%	18%	11%	22%	382	71%
b. Actualización foto de perfil	5%	5%	5%	5%	11%	7%	10%	18%	10%	23%	382	70%
c. Actualización de datos	5%	7%	3%	7%	10%	7%	10%	18%	11%	21%	382	70%
d. Proceso de registro	6%	4%	5%	4%	13%	9%	9%	18%	10%	21%	382	71%
e. Complementar sus datos	6%	4%	3%	7%	12%	10%	10%	18%	10%	21%	381	70%

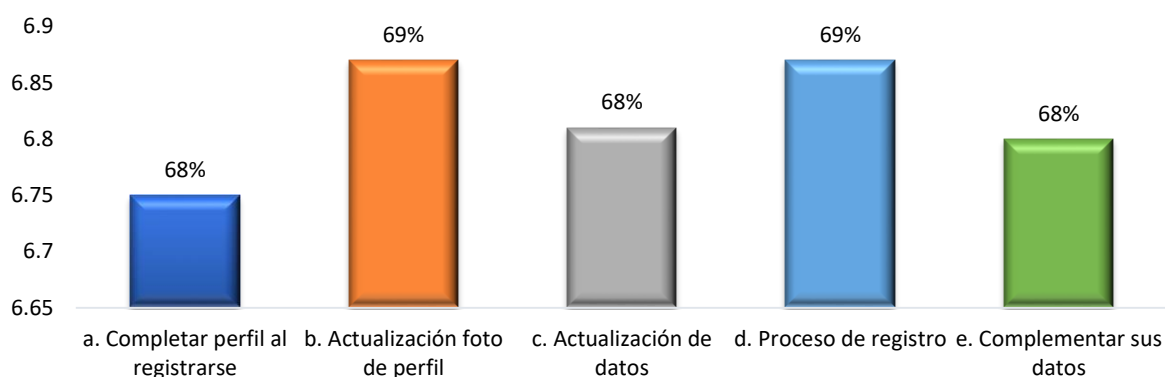


Interpretación de resultados: La dificultad para utilizar CompuTrabajo se ha evaluado en la escala del 1 al 10, obteniendo como promedio 71% al completar el perfil de registro, 70% al actualizar la foto de perfil, 70% en la actualización de los datos, 71% en el proceso de registro y de 70% al complementar los datos.

Análisis de resultados: Las actividades realizadas en la plataforma digital de empleo CompuTrabajo al igual que en Tecoloco cuentan con un nivel de dificultad mínimo, brindando un proceso menos tedioso al momento de realizar el registro por primera vez en la plataforma, reduciendo el tiempo que utilizan los usuarios y el acceso fácil al proceso de búsqueda de empleo siendo el principal objetivo de las plataformas digitales de empleo.

6. Dificultad al utilizar LinkedIn

	Fr% 1	Fr% 2	Fr% 3	Fr% 4	Fr% 5	Fr% 6	Fr% 7	Fr% 8	Fr% 9	Fr% 10	Total	%
a. Completar perfil al registrarse	12%	6%	4%	6%	10%	8%	9%	12%	13%	20%	321	68%
b. Actualización foto de perfil	9%	5%	4%	2%	10%	6%	10%	14%	14%	26%	321	69%
c. Actualización de datos	9%	4%	4%	5%	9%	8%	9%	15%	12%	26%	321	68%
d. Proceso de registro	8%	3%	4%	6%	11%	5%	11%	11%	15%	26%	321	69%
e. Complementar sus datos	8%	5%	4%	6%	8%	7%	9%	15%	15%	23%	321	68%

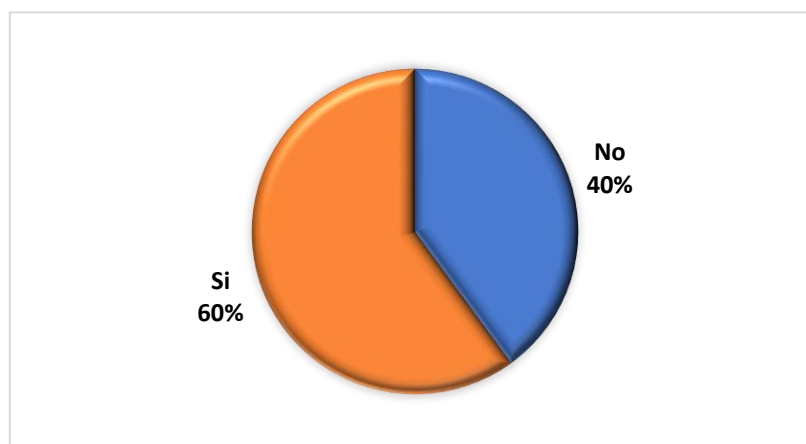


Interpretación de resultados: La dificultad para utilizar LinkedIn se ha evaluado en la escala del 1 al 10, obteniendo como promedio 68% al completar el perfil de registro, 69% al actualizar la foto de perfil, 68% en la actualización de los datos, 69% en el proceso de registro y de 68% al complementar los datos.

Análisis de resultados: Al analizar LinkedIn en general, en los distintos escenarios que el usuario pueda llegar a tener dificultad, obtiene un porcentaje promedio de 68% puntos, siendo este un promedio bajo por poco porcentaje que Tecoloco y CompuTrabajo, denotando que al ser una red social para un segmento profesional es más compleja la dificultad a la que se enfrentan los profesionales al momento de utilizar una herramienta de empleabilidad.

7. Se muestran sus aptitudes acordes a su perfil profesional

Opciones	Fa	Fr%
No	157	40%
Si	227	60%
Total general	384	100%

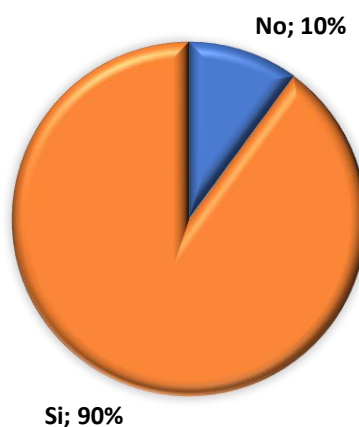


Interpretación de resultados: El 40% de los graduados en educación superior encuestados consideran que la plataforma no muestra en detalle sus aptitudes profesionales y un 60% de la población encuestada afirma que las plataformas digitales de empleabilidad permiten mostrar a detalle las aptitudes que cada uno posee.

Análisis de resultados: A través de la diferente información que presenta el perfil de los usuarios la plataforma brinda la oportunidad de describir a detalle las diferentes aptitudes y experiencias que el usuario ha obtenido en el tiempo con el fin de presentar un CV atractivo que lo coloque en una mejor posición para aplicar a las plazas compatibles a su profesión y habilidades, siendo la mayor desventaja la falta de conocimiento en la complementación de sus datos.

9. Las plataformas le permiten buscar empleo según su ubicación geográfica.

Opciones	Fa	Fr%
No	39	10%
Si	344	90%
Total general	383	100

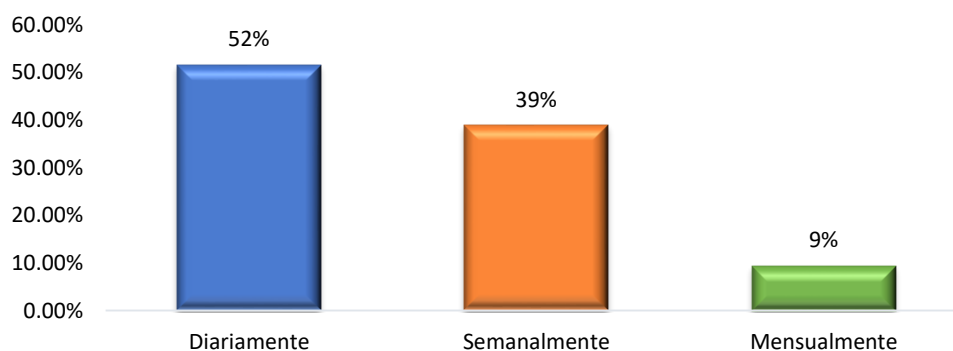


Interpretación de Resultados: El 10% de los graduados en educación superior encuestados no ha identificado el beneficio de búsqueda de empleo según ubicación geográfica y el 90% de profesionales encuestados ha observado que puede realizar sus búsquedas de empleo de acuerdo a la ubicación geográfica que cada persona desee.

Análisis de Resultados: En su gran mayoría las personas buscan un empleo que sea accesible en cuanto a la ubicación geográfica, siendo de gran importancia encontrar un empleo en el mismo departamento de residencia o al menos que no considere movilizarse por varias horas a lugares distantes, a partir de esto cobra relevancia la disposición de filtros de ubicación disponibles en las plataformas que ayudan al usuario a visualizar plazas que estén acorde a su ubicación y descartar automáticamente aquellas plazas de lugares distintas, implicando un mejor aprovechamiento de la búsqueda.

12. Frecuencia con la que recibe notificaciones de nuevas ofertas.

Opciones	Fa	Fr%
Diariamente	143	52%
Semanalmente	108	39%
Mensualmente	26	9%
Total general	277	100%



Interpretación de resultados: Un porcentaje del 52% de los graduados en educación superior recibe las notificaciones de nuevas ofertas de empleo diariamente, siendo más de la mitad de encuestados; seguido por las notificaciones semanales con 39% de profesionales y solamente un 9% de la población encuestada recibe ofertas de empleo mensualmente.

Análisis de resultados: Más de la mitad de encuestados reciben las nuevas ofertas de empleo diariamente permitiéndoles estar actualizados con las plazas que las empresas publican y requieren cubrir, pero así también cuentan con la opción de definir la frecuencia para recibir estas notificaciones según el estado de búsqueda de empleo en el que se encuentren poniendo en segundo lugar las notificaciones semanales, y finalmente las notificaciones mensuales sobre todo si se trata de ofertas de empresas específicas que realizan publicaciones cada cierto tiempo.

13. Seguimiento a las aplicaciones

Opciones	Fa	Fr%
No	152	40%
Si	228	60%
Total general	380	100%

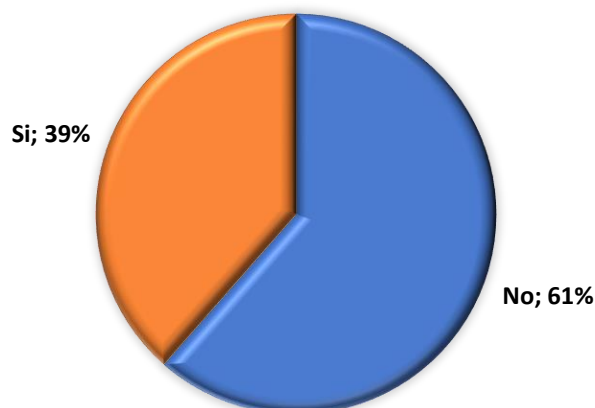


Interpretación de resultados: Los graduados en educación superior de las universidades de El Salvador opinaron que solamente el 60% daban seguimiento a sus aplicaciones en las plazas de empleo publicadas por las empresas en este tipo de plataformas y el 40% restante no daban ningún tipo de seguimiento a las ofertas en las que tenían la oportunidad de aplicar cumpliendo con los requisitos establecidos.

Análisis de resultados: Los graduados en educación superior encuestados en su mayoría daban seguimiento a cada una de las ofertas de empleo a las que aplicaban, como interés sobre el nivel de avance del proceso de selección del candidato. Otra parte de los encuestados dijeron que solamente aplicaban a las plazas de interés sin poder ver la continuidad del proceso de selección del candidato, esperando respuesta de la empresa que realiza la contratación o seguir aplicando a otras plazas.

14. Comparación con otros perfiles de usuarios.

Opciones	Fa	Fr%
No	233	61%
Si	146	39%
Total general	379	100%

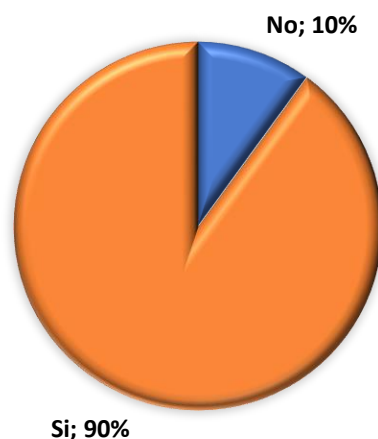


Interpretación de resultados: El seguimiento de las aplicaciones de los graduados en educación superior en las plataformas digitales de empleabilidad para un porcentaje del 39% tiene la posibilidad de dar seguimiento a las ofertas aplicadas y el 61% siendo más de la mitad de encuestados que no logran visualizar el seguimiento de las aplicaciones de empleo que les interesan y tienen oportunidad de ser seleccionados.

Análisis de resultados: La mayoría de los graduados en educación superior no pueden comparar las habilidades, competencias y aptitudes con otros usuarios profesionales debido a que no se pueden visualizar como es el perfil de los demás candidatos, es decir; solamente logran ver el número de candidatos que compiten en la plaza, pero no que capacidad tiene para ejecutarla, solamente un pequeño porcentaje puede visualizar y compararse con los otros candidatos.

15. La inversión del tiempo es menor al utilizar las plataformas

Opciones	Fa	Fr%
No	38	10%
Si	340	90%
Total general	378	100%

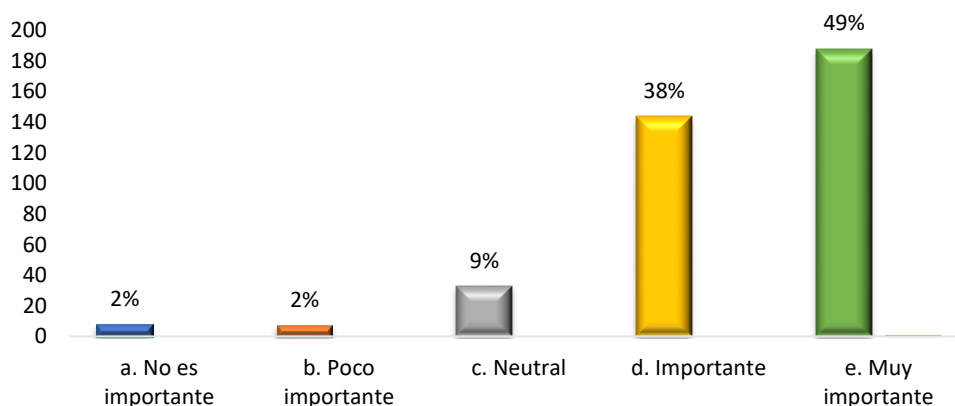


Interpretación de resultados: Para el 90% de los encuestados graduados en educación superior la inversión del tiempo al utilizar las plataformas de empleabilidad sí se reduce en comparación con los medios tradicionales y un porcentaje del 10% el tiempo invertido no se reduce en estas plataformas que, realizando visitas, ferias de empleo o buscando en periódicos ofertas de acuerdo al nivel académico.

Análisis de resultados: La mayoría de los encuestados opinan que utilizar las plataformas de empleabilidad sí ayuda a reducir el tiempo en la búsqueda de empleo, optimiza el tiempo de los usuarios permitiéndoles realizar más actividades durante el día, evitando perder tiempo en ferias de empleo o llevando currículum a empresas. En cambio, para un mínimo porcentaje el tiempo que invierte buscando empleo digitalmente es igual que ir físicamente a los lugares donde existen ofertas de interés a la que posiblemente tiene la oportunidad de aplicar.

16. Importancia de poder acceder a cualquier hora

Opciones	Fa	Fr%
a. No es importante	8	2%
b. Poco importante	7	2%
c. Neutral	33	9%
d. Importante	144	38%
e. Muy importante	188	49%
Total general	380	100%



Interpretación de resultados: Un 49% de los graduados en educación superior encuestados opina que es muy importante tener la oportunidad de revisar e ingresar a cualquier hora a las plataformas de empleabilidad, considerando que el 38% de encuestados dice que es importante, 9% de profesionales lo considera neutral, poco importante es para el 2% de graduados y no es importante un 2% de la población encuestada.

Análisis de resultados: Los graduados en educación superior consideran que tener acceso a las plataformas y poder acceder a cualquier hora para aplicar a ofertas de empleo es muy importante porque de forma tradicional no tienen esa ventaja de acceder a ofertas, debido a que tienen que acudir cuando las empresas que desean contratar lo establecen y por la necesidad de empleo se interrumpen actividades programadas anteriormente. También los profesionales consideran importante poder acceder a cualquier hora, pero no indispensable en el momento de buscar empleo. Algunos profesionales consideran que es neutral el poder acceder a cualquier hora a las plataformas sin visualizar ventajas ni desventajas de no hacerlo.

17. Calificación al tiempo de respuesta a las aplicaciones

	Fr%	Fr%	Fr% c. Ni Insatisfecho	Fr%	Fr%		
	a. Muy Insatisfecho	b. Insatisfecho	Ni Satisfecho	d. Satisfecho	e. Muy Satisfecho	Total	Promedio
Calificación	7.67%	10.14%	32.88%	35.62%	13.70%	365	3.38

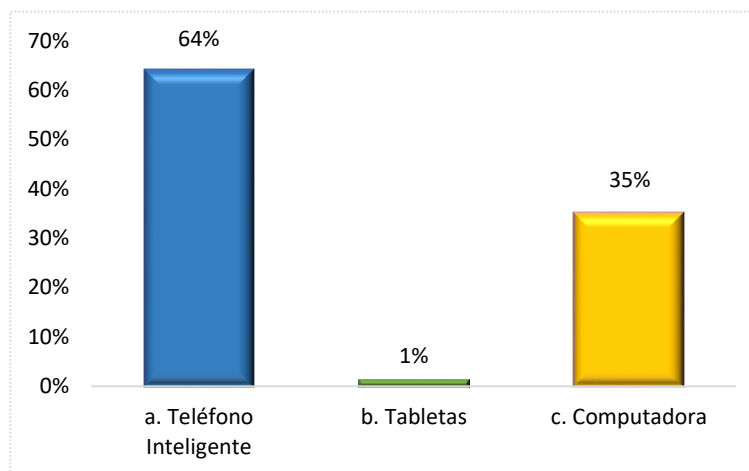


Interpretación de resultados: Según el tiempo de respuesta al aplicar a las ofertas de empleo el 35.62% de los profesionales están satisfechos con las plataformas, el 32.88% de los encuestados ni satisfechos ni insatisfechos con las respuestas que las plataformas les brindan, el 13.70% de graduados respondieron que están muy satisfechos, el 10.14% profesionales están insatisfecho y solamente el 7.67% de la población encuestada están muy insatisfecho con las aplicaciones. Se evaluó en la escala de 1 a 5 estrellas, obteniendo un promedio de 3,4.

Análisis de resultados: La satisfacción de los graduados en educación superior respecto al tiempo en que obtienen respuesta a las aplicaciones de empleo realizadas por medio de las plataformas digitales es neutral, considerándolas de cierta forma efectivas de acuerdo con el objetivo que tienen. Las plataformas digitales de empleabilidad tienen una valoración promedio del 3,4 calificándolas como muy buenas en el tiempo de respuesta a todos aquellos usuarios que acuden a ellas para obtener un empleo de acuerdo con el nivel académico que cada uno posee.

18. Dispositivo más utilizado para acceder a las plataformas.

Opciones	Fa	Fr%
a. Teléfono Inteligente	246	64%
b. Tabletas	4	1%
c. Computadora	134	35%
Total general	384	100%

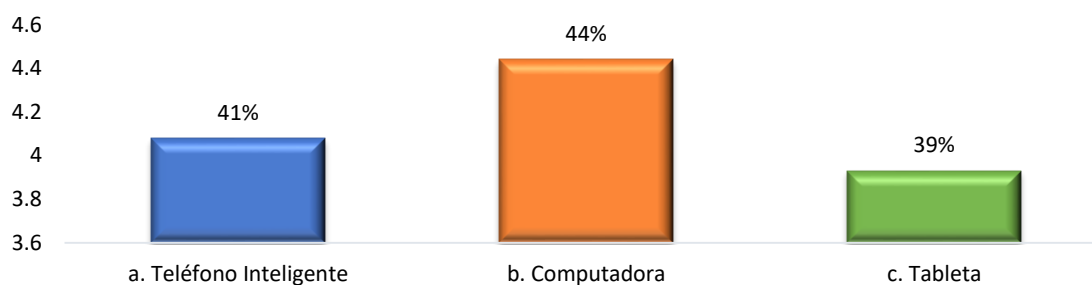


Interpretación de resultados: Para el 64% de los graduados en educación superior el dispositivo que más utilizan para acceder a las plataformas de empleabilidad es el teléfono inteligente, seguido por el 35% de los encuestados revisa e ingresa por medio de computadoras y solamente un porcentaje del 1% de la población encuestada utiliza tabletas para buscar ofertas de empleo en plataformas digitales de empleo.

Análisis de resultados: Para los profesionales el dispositivo más utilizado para acceder a este tipo de plataformas es el teléfono inteligente debido a que las personas lo utilizan en todo momento y lo pueden llevar a cualquier lugar permitiéndoles comunicarse con otras personas al mismo tiempo que pueden navegar en internet. El segundo dispositivo más utilizado es la computadora pues la mayoría de los profesionales la utilizan para realizar actividades del trabajo, en el estudio si es que continúan adquiriendo conocimientos, entre otros. Las tabletas no se consideran un dispositivo para buscar empleo para la mayoría de las personas, aunque tiene el mismo funcionamiento que el teléfono inteligente, además que no todas las personas poseen una tableta.

19. Facilidad de acceso desde los dispositivos.

	Fr% a. Muy Malo	Fr% b. Malo	Fr% c. Regular	Fr% d. Bueno	Fr% e. Muy Bueno	Total	%
a. Teléfono Inteligente	2%	2%	18%	44%	35%	318	41%
b. Computadora	0%	1%	10%	31%	57%	309	44%
c. Tableta	1%	4%	23%	48%	25%	283	39%

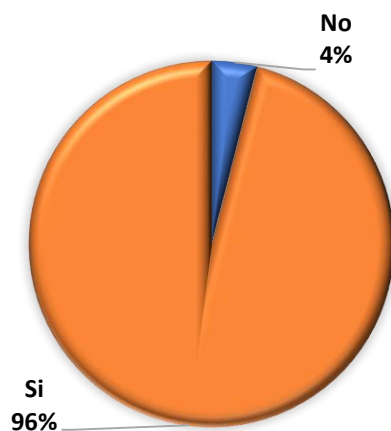


Interpretación de resultados: Un 44% de los graduados en educación superior opinan que la computadora brinda un acceso más fácil a las plataformas digitales de empleabilidad, un 41% de profesionales considera que los teléfonos inteligentes permiten ingresar a las plataformas más fácilmente y un 39% de los encuestados las tabletas tienen el acceso a plataformas más fácilmente que los demás dispositivos.

Análisis de resultados: Según el promedio de profesionales las computadoras facilitan el acceso a plataformas de empleabilidad porque permite una visualización más amplia evitando dar clics erróneos y para algunos es más seguro, entre otros. En el caso de los teléfonos inteligentes en menos tiempo puede estar revisando y aplicando a una oferta de empleo y seguir en otras aplicaciones sin tener que esperar a que cargue y las tabletas es igual de rápido que un celular pero con la diferencia que no todas las personas cuentan con acceso a una.

20. La inversión monetaria es menor a otras formas de búsqueda de empleo

Opciones	Fa	Fr%
No	15	4%
Si	359	96%
Total general	374	100%

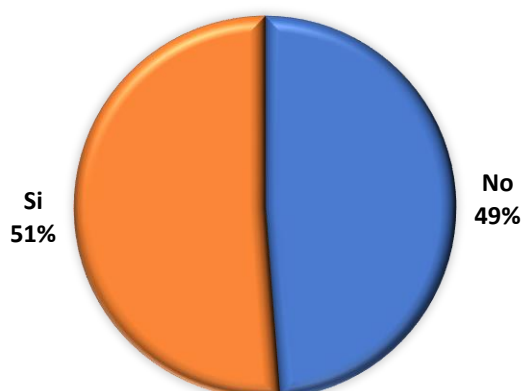


Interpretación de resultados: El 96% de los encuestados graduados en educación superior opinaron que la inversión monetaria al realizar búsqueda de empleo en plataformas digitales en comparación con los medios tradicionales es menor y el 4% de los profesionales encuestados restantes consideran que el costo monetario en la búsqueda de empleo no se reduce, aunque no se movilen a otro lugar o impriman currículum.

Análisis de resultados: El uso de los medios digitales cuando se encuentran en el proceso de búsqueda de empleo brinda como beneficio importante el ahorro monetario que los usuarios perciben al utilizarlo, sobre todo en comparación al realizar una búsqueda de la forma tradicional, como al asistir a ferias de empleo o realizar la compra de periódicos de manera constante para la visualización de las ofertas publicadas.

21. Ha encontrado ofertas de empleo en otros países.

Opciones	Fa	Fr%
No	181	49%
Si	190	51%
Total general	371	100%

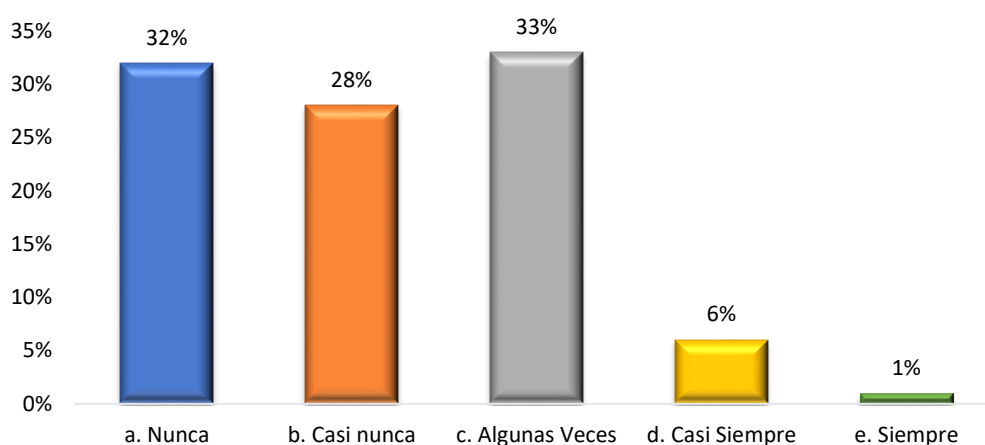


Interpretación de resultados: El 49% de los graduados en educación superior indicaron que no han encontrado ofertas de empleo en otros países y el 51% de profesionales restantes afirmaron que si existen ofertas de empleo en otros países en las plataformas digitales de empleabilidad.

Análisis de resultados: La publicación de ofertas de empleo en otros países es visible para cierta parte de los graduados en educación superior, este tipo de ofertas lo visualizan algunos de los usuarios posiblemente por los filtros de búsqueda o por el tipo de empleo publicado. Por esta razón, los demás profesionales solamente han encontrado ofertas de empleo que no traspasen las fronteras salvadoreñas.

22. Frecuencia con la que aplica a ofertas de empleo en otros países.

Opciones	Fa	Fr%
a. Nunca	72	32%
b. Casi nunca	64	28%
c. Algunas Veces	75	33%
d. Casi Siempre	13	6%
e. Siempre	3	1%
Total general	227	100%

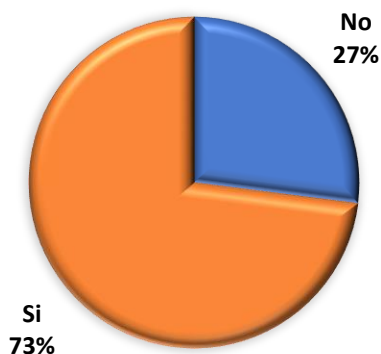


Interpretación de resultados: El 33% de los graduados en educación superior indicaron que algunas veces había aplicado a ofertas de empleo en otro país, el 32% de graduados afirmó que nunca ha aplicado a ofertas fuera del país, el 28% de profesionales casi nunca aplica a ofertas extranjeras, el 6% de los graduados que indicaron que si visualizaban estas ofertas casi siempre aplica y solo el 1% de graduados siempre aplica a ofertas de empleo de otros países.

Análisis de resultados: Muchos no se percatan de las ofertas fuera del país y de los profesionales que encuentran hay un alto porcentaje que no aplica nunca o casi nunca, pudiendo deberse a muchas razones tanto sociales, psicológicas como educativas. Sin embargo, las plataformas cumplen su función al hacer que estas vacantes tengan visibilidad, siendo totalmente decisión del profesional si decide o no aplicar.

23. Percepción de seguridad de la información personal.

Opciones	Fa	Fr%
No	102	27%
Si	276	73%
Total general	378	100%

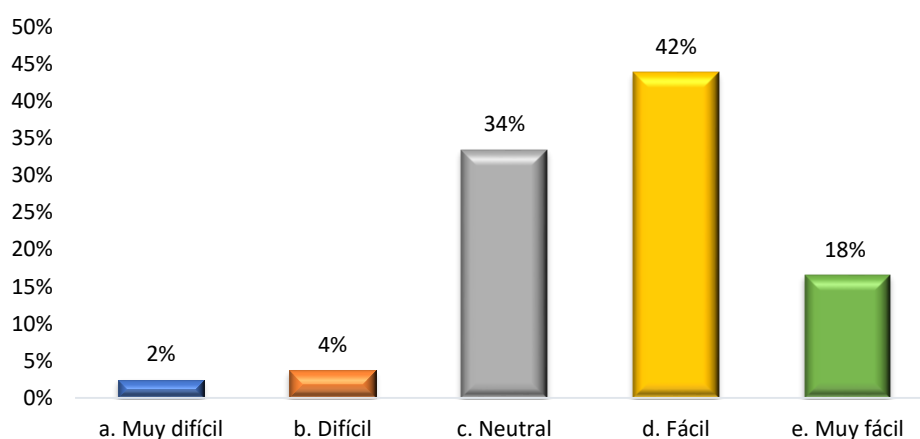


Interpretación de resultados: De los resultados obtenidos en el análisis de la investigación se obtuvo que, el 27% de los graduados en educación superior consideran que la información personal no está segura dentro de las plataformas digitales de empleabilidad, mientras que el 73% de los profesionales encuestados afirman que la información que introducen en las plataformas está segura.

Análisis de resultados: Al hacer uso de las plataformas digitales se debe brindar información personal como dirección, número telefónico, correo electrónico, entre otros. Es por ello que la percepción de seguridad de la información es de suma importancia, un alto número las perciben como seguras, sin embargo, aún hay profesionales que tienen desconfianza de brindar información personal detallada.

24. Facilidad de uso de los menús dentro de la plataforma.

	Fa	Fr%
a. Muy difícil	9	2%
b. Difícil	15	4%
c. Neutral	127	34%
d. Fácil	158	42%
e. Muy fácil	69	18%
Total general	378	100%

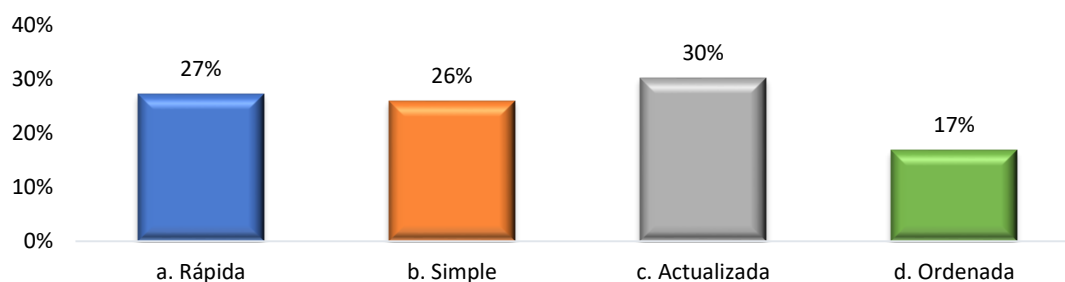


Interpretación de resultados: De los resultados de la investigación se obtuvo que referente a la facilidad de utilizar los menús que ofrecen las plataformas el 2% de los graduados en educación superior los considera muy difícil, el 4% de los profesionales dicen que son difíciles, el 34% de los graduados opina que son neutrales, el 42% de la población encuestada sostiene que son fáciles y el 18% profesionales indicaron que son muy fáciles.

Análisis de resultados: La mayor parte de los graduados en educación superior que participaron en la investigación respondió que la forma en que las plataformas presentan sus menús de búsqueda es de fácil uso, son pocos los que las consideran como difíciles o muy difíciles utilizar los menús brindados por las plataformas, esto debido a que los profesionales actuales tienen un buen manejo de las herramientas tecnológicas.

25. Características que cumple la aplicación.

Opciones	Fa	Fr%
a. Rápida	185	27%
b. Simple	176	26%
c. Actualizada	205	30%
d. Ordenada	114	17%
Total	680	100%

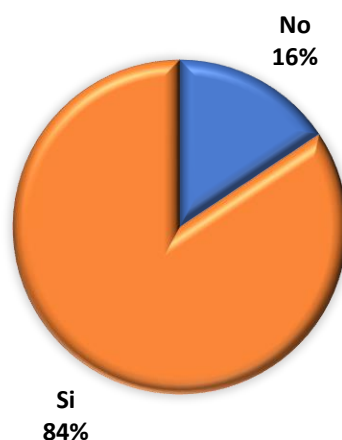


Interpretación de resultados: Los graduados en educación superior al evaluar las características que consideran que las plataformas cumplen se obtuvo que el 27% considera importante la rapidez, el 26% de los profesionales valora la simplicidad, el 30% de graduados consideran que la aplicación estar actualizada y el 17% de los encuestados opina que las plataformas de empleabilidad deben presentar la información de forma ordenada.

Análisis de resultados: Con los datos obtenidos se puede denotar que no hay una característica en especial que haga a los graduados en educación superior utilizar las plataformas al encontrarse en búsqueda de empleo, sin embargo, el que las plataformas digitales de empleabilidad sean rápidas, simples, actualizadas y ordenas motivan a que las utilicen y acudan a ellas en el momento en que se encuentren buscando empleo.

26. Fácil aplicación a las ofertas de interés.

Opciones	Fa	Fr%
No	59	16%
Si	318	84%
Total general	377	100%

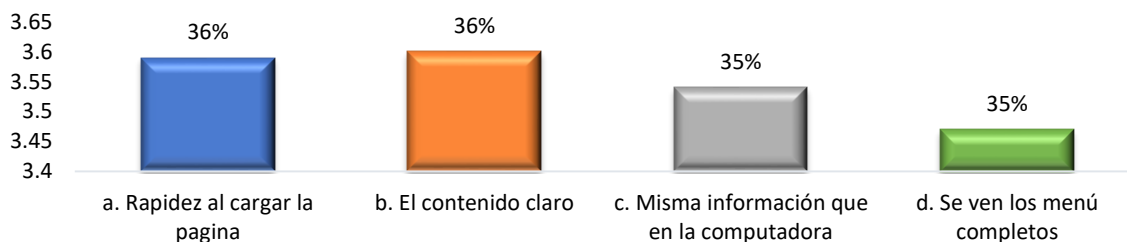


Interpretación de resultados: Al analizar la facilidad de acceder a las ofertas de interés según el campo de estudio de los profesionales se obtienen los siguientes resultados, el 84% de profesionales afirma que aplicar a las ofertas según su área de estudio es fácil y el 16% de graduados indico que no le resulta fácil acceder a ofertas según las áreas de estudio de interés en relación a la profesión.

Análisis de resultados: En general a los graduados en educación superior se les facilita encontrar ofertas de empleo que estén acorde a su perfil profesional y de su interés por medio de las plataformas digitales de empleabilidad, debido a que existen variedad de ofertas para las distintas profesiones y con diversidad de filtro de búsqueda que optimizan el proceso de encontrar un empleo. Gracias a que estas cuentan con una diversidad de filtros que optimizan la búsqueda.

27. Satisfacción con la adaptación de Tecoloco a los teléfonos inteligentes.

	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%		
	a. Muy Insatisfecho	b. Insatisfecho	c. Ni Insatisfecho Ni Satisfecho	d. Satisfecho	e. Muy Satisfecho	Total	%
a. Rapidez al cargar la página	4%	6%	34%	41%	14%	345	36%
b. El contenido claro	4%	5%	34%	45%	12%	339	36%
c. Misma información que en la computadora	5%	7%	33%	44%	11%	340	35%
d. Se ven los menús completos	4%	9%	35%	42%	10%	338	35%

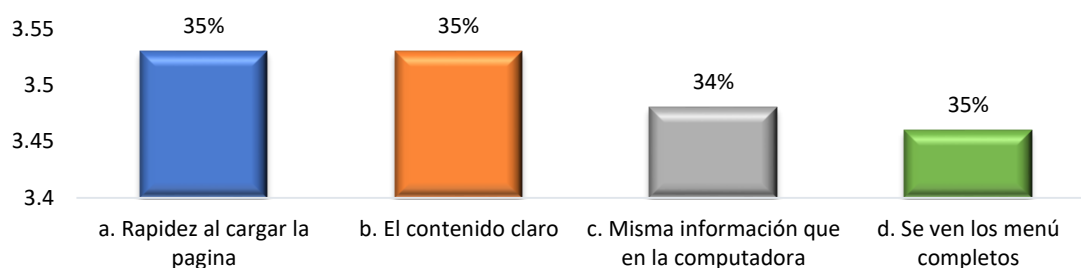


Interpretación de resultados: La satisfacción al utilizar Tecoloco por medio de teléfonos inteligentes se evalúa en la escala del 1 al 5, siendo 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho; De acuerdo a la rapidez con la que carga la página su promedio es de 36%, claridad de contenido 36%, obtención de la misma información que en los sitios web 35% y la visualización completa de los menús 35%.

Análisis de resultados: La mayoría de los graduados en educación superior están satisfechos con la adaptación de las plataformas digitales de empleo a los teléfonos inteligentes, debido a que les permite acceder, revisar y aplicar a cualquier oferta de empleo en poco tiempo; sin embargo, el porcentaje que está muy satisfecho es bastante bajo, lo que indica que estas no se adaptan a la perfección.

27 Satisfacción con la adaptación de CompuTrabajo a los teléfonos inteligentes.

	Fr%	Fr%	Fr% c. Ni Insatisfecho	Fr%	Fr%	Total	%
	a. Muy Insatisfecho	b. Insatisfecho	Ni Satisfecho	d. Satisfecho	e. Muy Satisfecho		
a. Rapidez al cargar la pagina	4.53%	5.83%	36.57%	38.51%	14.56%	329	35%
b. El contenido claro	4.23%	6.51%	35.50%	39.41%	14.33%	330	35%
c. Misma información que en la computadora	3.90%	6.82%	39.29%	37.01%	12.99%	330	34%
d. Se ven los menús completos	3.29%	8.88%	38.16%	37.83%	11.84%	330	35%

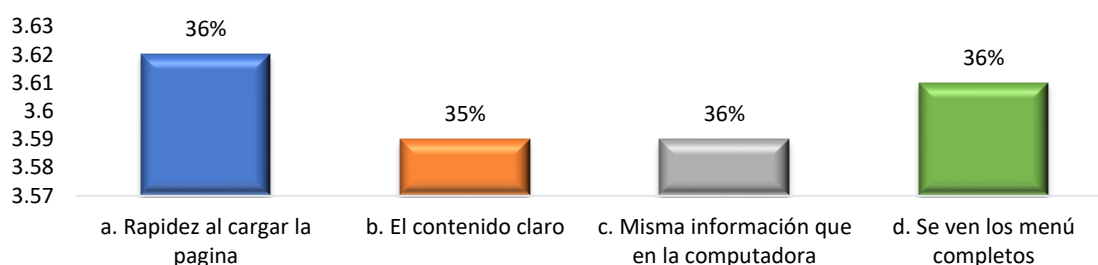


Interpretación de resultados: La satisfacción al utilizar CompuTrabajo por medio de teléfonos inteligentes se evalúa en la escala del 1 al 5, siendo 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho; De acuerdo a la rapidez con la que carga la página su promedio es de 35.3%, claridad de contenido 35.3%, obtención de la misma información que en los sitios web 34.8% y la visualización completa de los menús 34.6%.

Análisis de resultados: La mayor parte de los graduados en educación superior tienen opinión neutral o con inclinaciones positivas respecto a la adaptación de las plataformas digitales de empleabilidad a los teléfonos inteligentes; sin embargo, el porcentaje que está muy satisfecho de la adaptación de CompuTrabajo a los teléfonos inteligentes es bastante bajo, lo que indica que estas tienen un punto de mejora en adaptabilidad.

27 Satisfacción con la adaptación de LinkedIn a los teléfonos inteligentes.

	Fr%	Fr%	Fr% c. Ni Insatisfecho Ni Satisfecho	Fr%	Fr%	Total	%
	a. Muy Insatisfecho	b. Insatisfecho		d. Satisfecho	e. Muy Satisfecho		
a. Rapidez al cargar la pagina	3.95%	3.95%	37.83%	35.20%	19.08%	304	36%
b. El contenido claro	3.32%	5.32%	39.20%	32.89%	19.27%	301	35%
c. Misma información que en la computadora	3.30%	3.63%	41.58%	33.66%	17.82%	303	36%
d. Se ven los menú completos	2.70%	4.39%	40.54%	34.12%	18.24%	296	36%

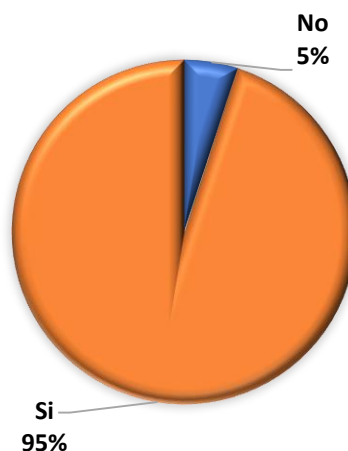


Interpretación de resultados: La satisfacción al utilizar LinkedIn por medio de teléfonos inteligentes se evalúa en la escala del 1 al 5, siendo 1 muy insatisfecho y 5 muy satisfecho; De acuerdo a la rapidez con la que carga la página su promedio es de 36%, claridad de contenido 35%, obtención de la misma información que en los sitios web 36% y la visualización completa de los menús 36%.

Análisis de resultados: La mayor parte de los graduados en educación superior tienen opinión de neutra a positiva respecto a la adaptación de las plataformas digitales de empleo a los teléfonos inteligentes y el porcentaje que está muy satisfecho a pesar de ser más alto que el de las plataformas Tecoloco y CompuTrabajo, aún tiene un punto de mejora en adaptabilidad que le permitirían abarcar más usuarios potenciales.

28. Las plataformas son medios que facilitan el proceso de búsqueda de empleo.

Opciones	Fa	Fr%
No	19	5%
Si	359	95%
Total general	378	100%

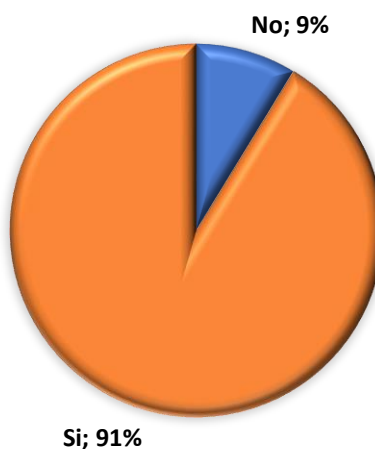


Interpretación de resultados: Según los datos obtenidos en la investigación realizada el 95% de los graduados en educación superior encuestados consideran que las plataformas digitales de empleabilidad facilitan el proceso de búsqueda de empleo, mientras el 5% restante de profesionales opinan este tipo de plataformas de empleo no facilitan el proceso de búsqueda.

Análisis de resultados: Los graduados en educación superior perciben a las plataformas digitales de empleo son una alternativa que les facilita el proceso de búsqueda de empleo; es decir, tiene la oportunidad de aplicar a muchas ofertas de empleo, revisar las aquellas que sean de interés y evaluar si les favorece o no participar en el proceso de encontrar el empleo, las plataformas digitales de empleabilidad mejoran la búsqueda de los profesionales.

29. Es importante evaluar la eficiencia de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn.

Opciones	Fa	Fr%
No	33	9%
Si	345	91%
Total general	378	100%

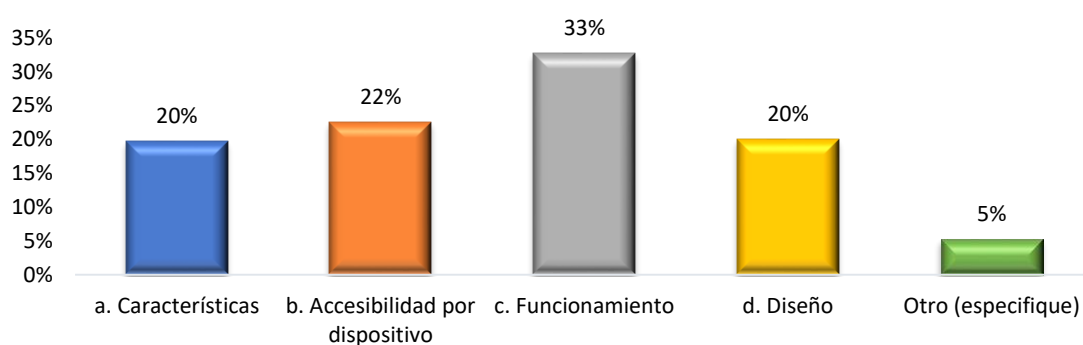


Interpretación de resultados: El 91% de los graduados en educación superior consideran que la evaluación de la eficiencia de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn es importante, mientras que solamente el 9% de los graduados en educación superior encuestados opinan que no es importante evaluar la eficiencia de cada una de las plataformas digitales de empleabilidad.

Análisis de resultados: La percepción de los graduados en educación superior sobre la importancia en la investigación que se está realizando sobre la eficiencia de las plataformas es favorable, permitiendo demostrar que la investigación realizada sobre el uso de herramientas digitales de empleabilidad es un tema de interés para profesionales empresas usuarias de las plataformas y para las plataformas digitales de empleo en estudio.

30. Aspectos importantes sobre las plataformas de empleo.

Opciones	Fa	Fr%
a. Características	133	20%
b. Accesibilidad por dispositivo	152	22%
c. Funcionamiento	221	33%
d. Diseño	135	20%
Otro (especifique)	35	5%
Total general	676	100%



Interpretación de resultados: El 20% de los graduados en educación superior considera que las características de las plataformas son un aspecto que es importante evaluar, el 22% de los profesionales expresa que la accesibilidad por dispositivos es relevante, el 33% graduados opina que su funcionamiento, el 20% de profesionales preferiría el diseño, mientras que el 5% población encuestada sugirió otros enfoques.

Análisis de resultados: Los aspectos que son importantes al momento de evaluar la efectividad de las plataformas digitales de empleo son diversos, sin embargo, el funcionamiento es uno de los principales y más importante evaluar. Dentro de la categoría otros, graduados en educación superior sugirieron la evaluación de los filtros de búsqueda debido a que los filtros muchas veces son inconvenientes en el momento de aplicar a ofertas de empleo de interés.

31. La búsqueda de empleo por medio de las plataformas digitales es más rápida que por medios tradicionales.

Opciones	Fa	Fr%
Si	369	96%
No	15	4%
Total general	384	100%

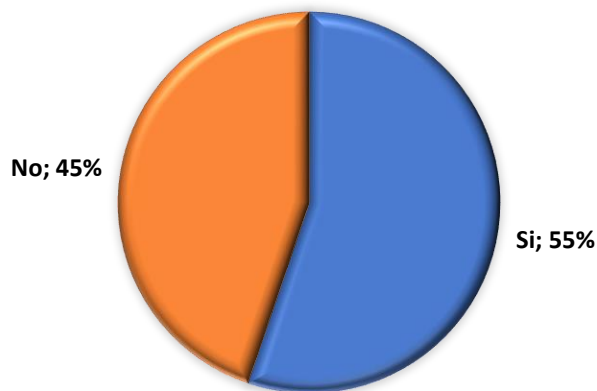


Interpretación de resultados: Los datos de la investigación indican que el 96% de los graduados en educación superior considera que buscar empleo por medio de las plataformas digitales es más rápido que por medios tradicionales, mientras que solamente el 4% de los profesionales encuestados opina que es mejor hacer la búsqueda de empleo por medios tradicionales está en desacuerdo.

Análisis de resultados: Las plataformas digitales de empleabilidad permiten a los graduados en educación superior optimizar su tiempo cuando se encuentran en búsqueda de empleo mucho más que cuando realizan las búsquedas por los medios tradicionales, porque el aplicar desde un dispositivo móvil reduce el tiempo de trasladarse de un lugar a otro, de esperar a que sea atendido en las empresas o de participar en ferias donde existen muchos candidatos posibles para la plaza

32. Influencia de la cantidad de usuarios en la decisión de uso.

Opciones	Fa	Fr%
Si	212	55%
No	172	45%
Total general	384	100%

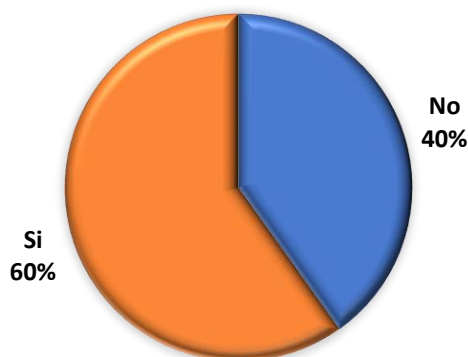


Interpretación de resultados: El 55% de los graduados en educación superior encuestados consideran que la cantidad de usuarios es un influenciado en su decisión de uso de las plataformas digitales de empleabilidad, mientras que el 45% de los profesionales encuestados considera que este número no influye en su decisión de formar parte de plataformas digitales de empleo.

Análisis de resultados: La manera en que los graduados en educación superior pueden llegar a percibir la cantidad de personas inscrita en las plataformas es bastante diversificada, lo cual nos indica que para algunos es un indicador positivo de efectividad, porque entre más usuarios tiene una plataforma o aplicación indica que sirve, mientras que otros lo asimilan negativamente; es decir, que cualquier persona la utiliza, aunque no cumpla el objetivo como plataforma.

33. La cantidad de usuarios es determinante de la funcionalidad.

Opciones	Fa	Fr%
No	153	40%
Si	228	60%
Total general	381	100%

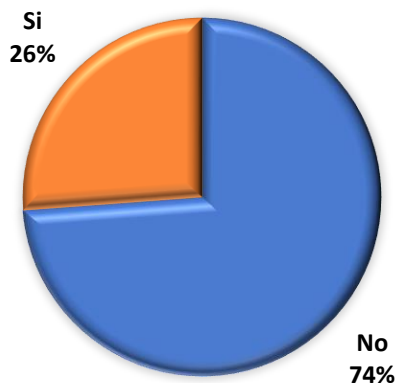


Interpretación de resultados: Un porcentaje del 60% de los graduados en educación superior que participaron en la investigación concuerdan en que la cantidad de usuarios de las plataformas es determinante de su funcionalidad, mientras que el 40% de los profesionales encuestados consideran que la relación de la funcionalidad se mide de acuerdo con el número de usuarios sea decisiva.

Análisis de resultados: Los usuarios de las plataformas son influenciados por el número de personas agregadas a sitios de empleo, considerando como un indicador que ha mayor número de usuarios, mayor seguridad de efectividad, siendo para muchos un motivador para su decisión de cual plataforma utilizar, a pesar de esto una porción considerable es indiferente a esto y son guiados por otros factores, como las ofertas, las empresas, la facilidad de uso.

34. Dadas de baja de las plataformas.

Opciones	Fa	Fr%
No	282	74%
Si	100	26%
Total general	382	100%

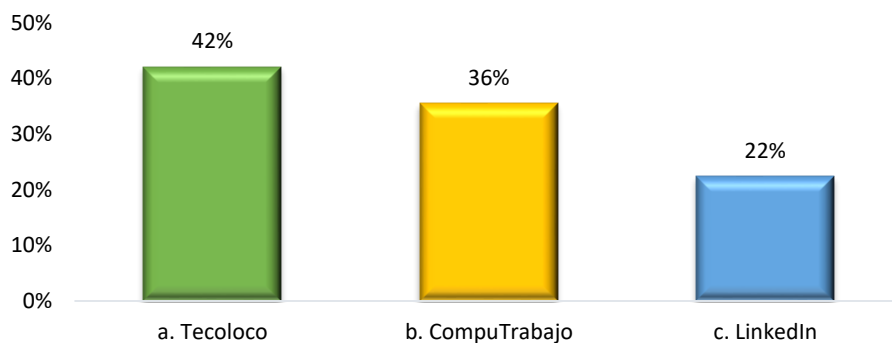


Interpretación de resultados: Según los datos obtenidos en la investigación el 74% de los graduados en educación superior nunca se han dado de baja de las plataformas de empleo, mientras que el 26% de los profesionales encuestados si ha cancelado su registro en alguna de las plataformas digitales de empleo.

Análisis de resultados: La mayor parte de los profesionales que han participado en la investigación nunca han cancelado su cuenta en una plataforma digital de empleo, a pesar de que solamente lo utilizan cuando están en búsqueda de empleo, la conservan en caso de necesitarla nuevamente, los profesionales que si han cancelado su cuenta comentan mayormente que al pasar un tiempo no cumplían sus objetivos al nunca recibir noticias de las aplicaciones realizadas.

35. Plataforma que dejaron de utilizar.

Opciones	Fa	Fr%
a. Tecoloco	32	42%
b. CompuTrabajo	27	36%
c. LinkedIn	17	22%
Total general	76	100%

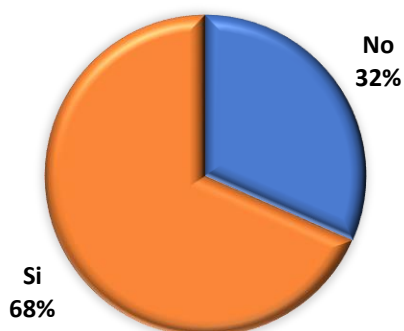


Interpretación de resultados: De los graduados en educación superior que en alguna ocasión han cancelado su cuenta en las plataformas digitales de empleabilidad: El 42% de los profesionales abandono Tecoloco, el 36% de los encuestados suspendió su registro en CompuTrabajo y el 22% de la población encuestada dejo de utilizar LinkedIn.

Análisis de resultados: La plataforma que más abandonos ha tenido es Tecoloco, cabe denotar que esta también es la plataforma que más utilizan. Siendo los principales motivos la falta de conocimiento sobre el uso de esta, pérdida de contraseñas, poca actualización de ofertas.

36. Las plataformas en general tienen un diseño atractivo.

Opciones	Fa	Fr%
No	119	32%
Si	258	68%
Total general	377	100%

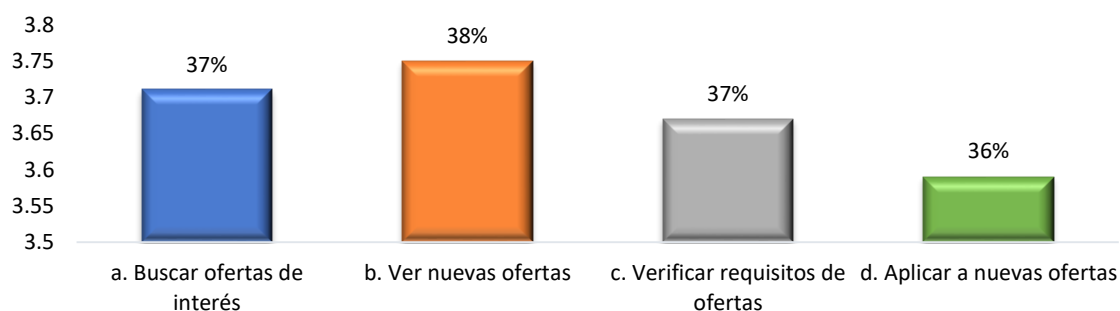


Interpretación de resultados: El 68% de los graduados en educación superior que han participado en la investigación coinciden que las plataformas digitales de empleabilidad utilizan un diseño atractivo, mientras que el 32% de los profesionales encuestados considera que el diseño de las plataformas es poco atractivo.

Análisis de resultados: Al evaluar las opiniones de los graduados en educación superior en general del diseño de las plataformas digitales de empleo tienen una evaluación positiva; es decir, es acorde a los gustos y preferencias de los profesionales. Existe un pequeño porcentaje que opino que el diseño no era atractivo y que las plataformas deberían mejorarlo y hacerlo llamativo para los usuarios.

37. Nivel de dificultad al utilizar Tecoloco.

	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Total	%
	a. Muy difícil	b. Difícil	c. Ni fácil ni difícil	d. Fácil	e. Muy fácil		
a. Buscar ofertas de interés	8%	7%	24%	39%	22%	383	37%
b. Ver nuevas ofertas	9%	7%	23%	43%	18%	382	38%
c. Verificar requisitos de ofertas	9%	8%	26%	41%	16%	383	37%
d. Aplicar a nuevas ofertas	8%	9%	26%	39%	17%	383	36%

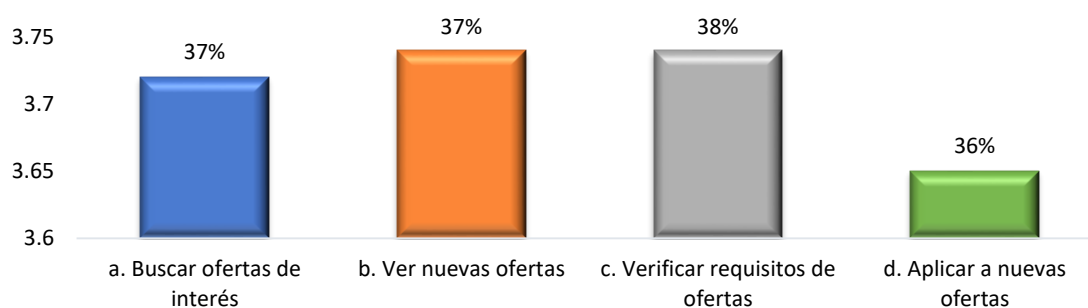


Interpretación de resultados: Al analizar el nivel de dificultad de la plataforma Tecoloco, encontramos que en la escala del 1 al 5, siendo 1 muy difícil y 5 muy fácil, la búsqueda de ofertas de interés tiene 37%, la visualización de nuevas ofertas 38%, la verificación de los requisitos de las ofertas 37% y la aplicación a nuevas ofertas 36%.

Análisis de resultados: El nivel de dificultad en el uso de las plataformas digitales de empleabilidad es evaluado mayormente como fácil, si se considera que la investigación se ha realizado entre graduados en educación superior en años recientes, se concluye que tienen un alto dominio de herramientas tecnológicas, razón que justifica que el porcentaje se coloque en el rango de fácil uso.

37. Nivel de dificultad al utilizar CompuTrabajo.

	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Fr%	Total	%
	a. Muy difícil	b. Difícil	c. Ni fácil ni difícil	d. Fácil	e. Muy fácil		
a. Buscar ofertas de interés	5%	7%	25%	44%	20%	383	37%
b. Ver nuevas ofertas	4%	5%	30%	39%	22%	383	37%
c. Verificar requisitos de ofertas	4%	6%	26%	45%	19%	383	38%
d. Aplicar a nuevas ofertas	7%	6%	30%	40%	18%	383	36%

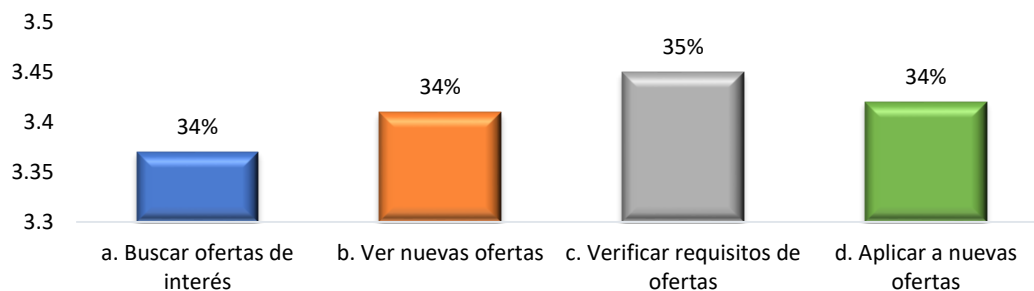


Interpretación de resultados: Al analizar el nivel de dificultad de la plataforma CompuTrabajo, encontramos que en la escala del 1 al 5, siendo 1 muy difícil y 5 muy fácil, la búsqueda de ofertas de interés tiene 37%, la visualización de nuevas ofertas 37%, la verificación de los requisitos de las ofertas 38% y la aplicación a nuevas ofertas 36%.

Análisis de resultados: El nivel de dificultad al utilizar CompuTrabajo es considerado como fácil por la mayoría de los graduados en educación superior que participaron en la investigación, dando como resultado que cuenta con una buena aceptación de sus usuarios en el nivel de usabilidad, así también compitiendo en casi igual nivel que la plataforma Tecoloco.

37. Nivel de dificultad al utilizar LinkedIn.

	Fr% a. Muy difícil	Fr% b. Difícil	Fr% c. Ni fácil ni difícil	Fr% d. Fácil	Fr% e. Muy fácil	Total	%
a. Buscar ofertas de interés	7.95%	7.95%	39.07%	29.14%	15.89%	302	34%
b. Ver nuevas ofertas	6.33%	10.00%	36.67%	30.67%	16.33%	300	34%
c. Verificar requisitos de ofertas	6.60%	7.59%	35.31%	34.98%	15.51%	303	35%
d. Aplicar a nuevas ofertas	6.60%	7.92%	37.95%	32.34%	15.18%	303	34%

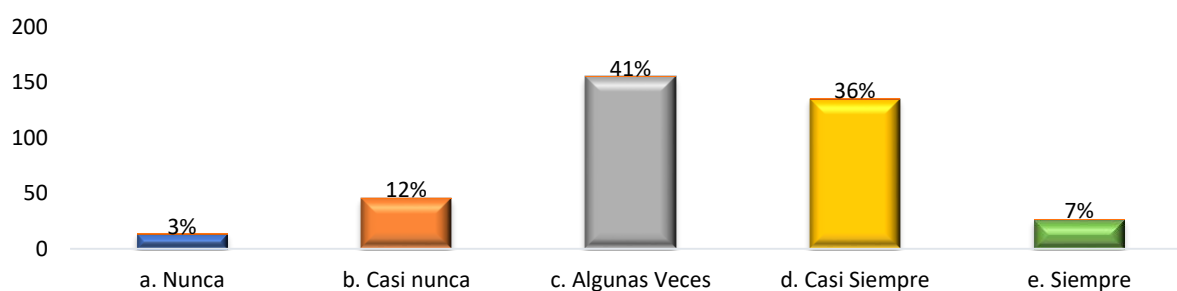


Interpretación de resultados: Al analizar el nivel de dificultad de la plataforma LinkedIn, encontramos que en la escala del 1 al 5, siendo 1 muy difícil y 5 muy fácil, la búsqueda de ofertas de interés tiene un 34%, la visualización de nuevas ofertas 34%, la verificación de los requisitos de las ofertas 35% y la aplicación a nuevas ofertas 34%.

Análisis de resultados: LinkedIn es una red social profesional enfocada a las conexiones de profesionales, adicionando en su sitio la opción de búsqueda de empleo, a pesar de esto por no ser creada con este fin específico cuenta con una diferencia de las otras plataformas justificando el nivel de dificultad que presentan los profesionales, quienes no utilizan este medio exclusivamente para buscar empleo, si no de manera esporádica, dificultando la familiarización con el manejo de la red.

38. Información completa de las empresas.

Opciones	Fa	Fr%
a. Nunca	14	3%
b. Casi nunca	46	12%
c. Algunas Veces	156	41%
d. Casi Siempre	137	36%
e. Siempre	27	7%
Total general	381	100%

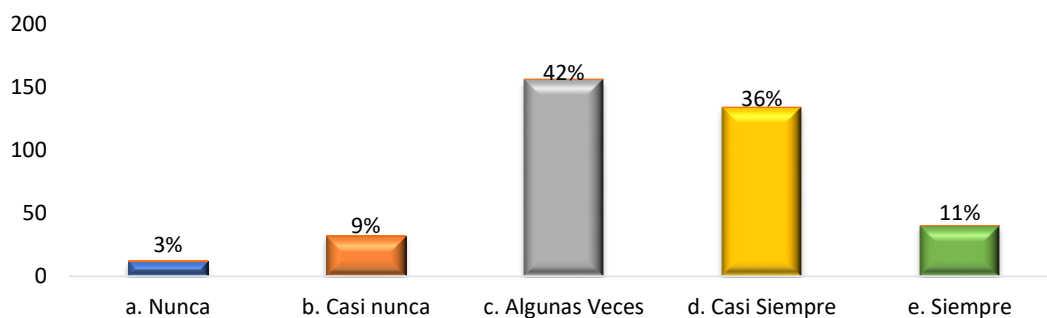


Interpretación de resultados: El 3% de los graduados en educación superior que participaron en la investigación expresan que nunca han encontrado la información completa de las empresas, el 12% opina que casi nunca, el 41% algunas veces, el 36% casi siempre, mientras que el 7% considera que siempre está la información completa.

Análisis de resultados: En general el resultado de la investigación apunta que la información de las empresas algunas veces se encuentra actualizada, por lo que constituye que aun podría mejorar. Las empresas pueden mejorar este punto sin tener que realizar mayor esfuerzo, dedicando un poco más de tiempo a las descripciones de sus datos, que al final se vuelve un beneficio, al crear presencia en la plataforma y los usuarios puedan familiarizarse con la marca, sobre todo si se trata de marcas pequeñas con poco reconocimiento.

39. Variedad de ofertas de empleo.

Opciones	Fa	Fr%
a. Nunca	12	3%
b. Casi nunca	32	9%
c. Algunas Veces	156	42%
d. Casi Siempre	134	36%
e. Siempre	40	11%
Total general	374	100%

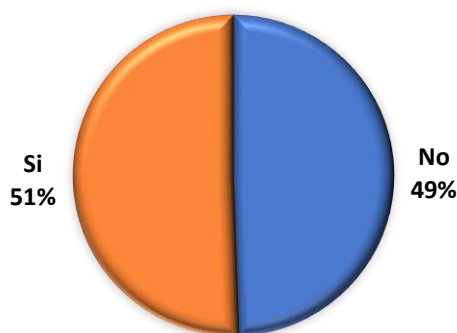


Interpretación de resultados: El 3% de los graduados en educación superior opinan que nunca encuentran variedad en las ofertas de empleo, el 9% de los profesionales indicaron que casi nunca, el 42% de los graduados algunas veces han encontrado variedad, 36% de profesionales casi siempre encuentran y solamente el 11% de encuestados indicaron que siempre han encontrado variedad de ofertas de empleo.

Análisis de resultados: Evaluando la variedad de las ofertas de empleo se puede observar que la mayor parte de graduados en educación superior la encuentra solamente algunas veces, sin embargo, la percepción es favorable al tener un alto número de profesionales que perciben la variedad casi siempre y siempre, observando satisfacción y agrado de utilizar plataformas que les permiten elegir ofertas de empleo.

40. Visualización de todas las empresas suscritas

Opciones	Fa	Fr%
No	189	49%
Si	193	51%
Total general	382	100%

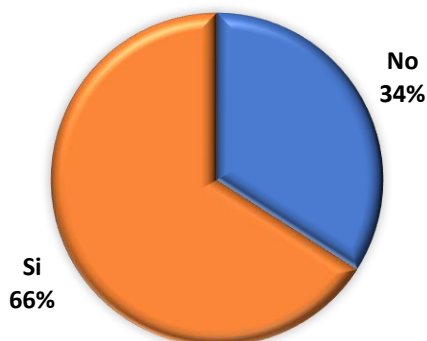


Interpretación de resultados: Según la información proporcionada por los graduados en educación superior en la investigación, el 49% no ha podido ver el listado de todas las empresas que están suscritas en la plataforma digitales de empleabilidad, mientras que el 51% de los profesionales encuestados si lo ha podido ver cuales empresas las están utilizando.

Análisis de resultados: Un alto porcentaje de usuarios de las plataformas digitales de empleo, no están conscientes de la cantidad de empresas que utilizan estas plataformas, no saben a ciencia cierta cuales son todas las empresas a las que tienen la oportunidad de aplicar, limitando su calidad de búsqueda y su amplia lista de empresas de poder elegir para trabajar.

41. Variedad de ofertas acorde al área de estudio.

Opciones	Fa	Fr%
No	127	34%
Si	246	66%
Total general	373	100%

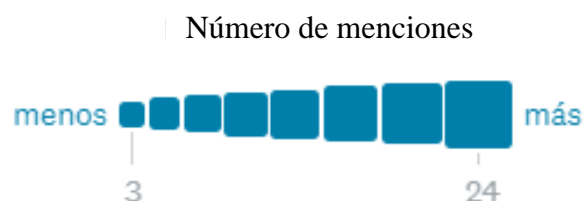


Interpretación de resultados: El 34% de los graduados en educación superior encuestados manifiestan no haber encontrado variedad en las ofertas de empleo de acuerdo con la profesión, mientras que un porcentaje mayor del 66% de los profesionales encuestados considera que hay variedad de ofertas de acuerdo con las diferentes áreas de estudio que como graduados les interesa aplicar.

Análisis de resultados: La mayor parte de graduados en educación superior, manifiestan haber encontrado variedad de ofertas acordes a su área de estudio, considerándolo un factor de gran importancia y un indicador de la conveniencia de hacer uso de estas herramientas para el sector profesional, que asegura la posibilidad de encontrar un empleo de su profesión, a pesar de esto aún existen usuarios que no están satisfechos con las ofertas que visualizan.

43. Posiciones por las que fueron contratados.

Administrativo Asistente Analista recursos humanos Jefe de de mercadeo
 Analista de Cajero Asistente de Ingeniero de
 Desarrollador Software Programador y Jefe Gerente
 Digitador Auxiliar de ventas Auxiliar contable

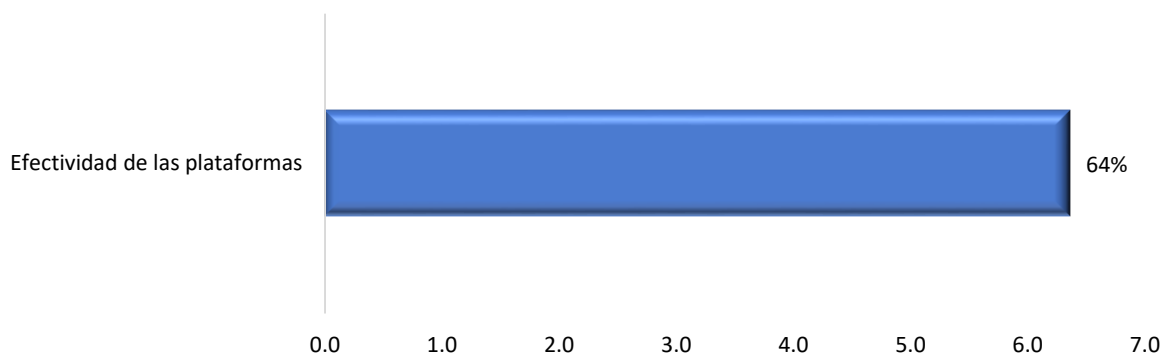


Interpretación de resultados: Al ser una pregunta abierta no se cuenta con una unificación de respuestas, sin embargo, se representan las palabras utilizadas con una frecuencia de 3 a 24 repeticiones, y su tamaño es proporcional al número de veces en que fue mencionada. Siendo las palabras más utilizadas: Asistente, programador, analista, auxiliar contable, ventas.

Análisis de resultados: Algunas de las posiciones en las que fueron contratados los profesionales requieren poca calificación como: asistentes, digitadores y cajeros. Sin embargo, muchos otros si obtuvieron puestos acordes a su perfil profesional, lo que indica que en las plataformas digitales si hay oportunidades para profesionales, siempre que sus perfiles sean lo suficientemente atractivos para los reclutadores.

47. Evaluación de las plataformas en la obtención de empleo

Opciones	Evaluación promedio	Evaluación total	Total de respuestas	%
Efectividad de las plataformas	6.4	2379	374	64%

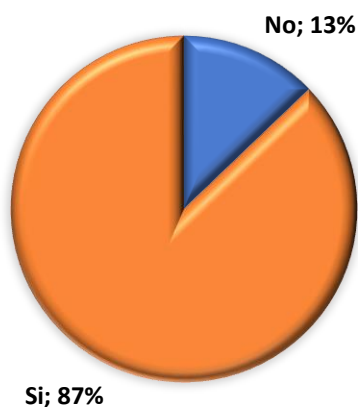


Interpretación de resultados: Al evaluarse la efectividad de las plataformas digitales en la obtención de empleo con la opinión de los graduados en educación superior se obtuvo una nota promedio de 64% en la escala del 1 al 10, siendo 1 muy inefectiva y 10 muy efectiva.

Análisis de resultados: Las plataformas según la percepción de sus usuarios, tienen un nivel aceptable de efectividad, pero aun es bajo, por ser medido a partir del nivel de respuesta y contratación logrados por este medio, siendo una de las razones que al ser profesionales buscan empleos en los que sus exigencias son altas y de perfiles más complejos, en los cuales la cantidad de competencia es mucho mayor, disminuyendo la probabilidad de ser considerado en algunas plazas de interés.

48. Recomendación del uso de las plataformas a familiares y amigos.

Opciones	Fa	Fr%
No	48	13%
Si	326	87%
Total general	374	100%



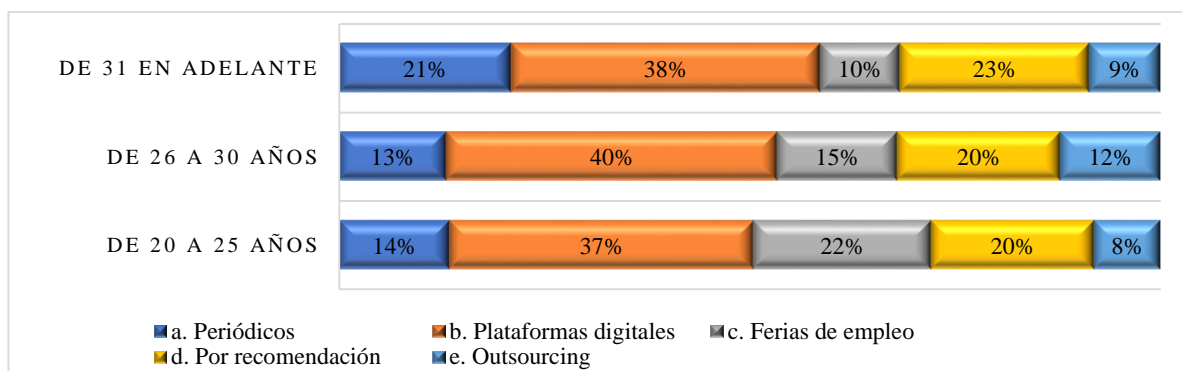
Interpretación de resultados: El 87% de los profesionales recomendarían a sus familiares y amigos el uso de las plataformas digitales para obtener empleo, mientras que solamente el 13% de los graduados en educación superior no recomendarían a familiares ni amigos.

Análisis de resultados: La mayor parte de los graduados en educación superior a pesar de haber calificado con una nota media la efectividad de las plataformas, las recomendaría a sus familiares o amigos; indicando que si las consideran un buen método de búsqueda. Las plataformas digitales de empleo para los profesionales funcionan como conexión entre empresas y profesionales.

A continuación, se presentan cruce de variables para identificar la relación y causa de diferentes factores que influyen en la empleabilidad y aportan al análisis de las plataformas de empleo. (Ver en anexo 6 datos individuales)

Uso de medios de búsqueda de empleo por edad

Medios de búsqueda de empleo	EDAD		
	De 20 a 25 años	De 26 a 30 años	De 31 en adelante
a. Periódicos	14%	13%	21%
b. Plataformas digitales	37%	40%	38%
c. Ferias de empleo	22%	15%	10%
d. Por recomendación	20%	20%	23%
e. Outsourcing	8%	12%	9%
Total	100%	100%	100%

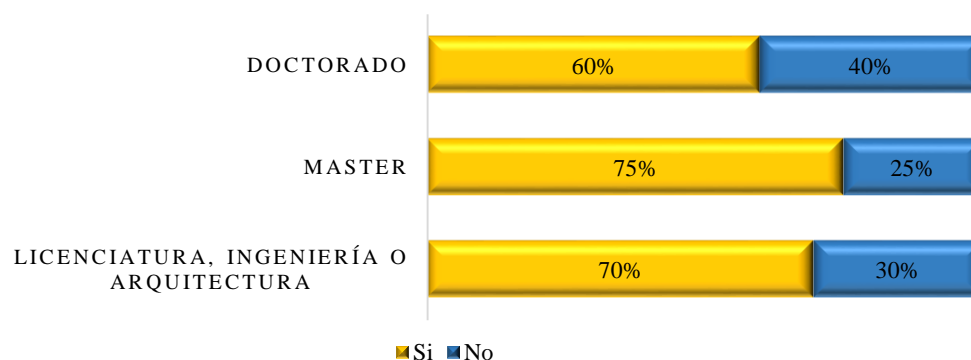


Interpretación de resultados: De 31 años a más, 21% ha buscado en periódicos, 38% plataformas digitales, 10% ferias de empleo, 23% por recomendación, el 9% por outsourcing, en las edades de 26 a 30 años, 13% por periódicos, 40% por plataformas, 15% por ferias de empleo, 20% recomendación y 12% outsourcing, finalmente de 20 a 25 años, 14% periódicos, 37% plataformas, 22% en ferias de empleo, 20% recomendación y el 8% por outsourcing.

Análisis de resultados: El uso de plataformas considerando la edad muestra un alto nivel de preferencia de este medio en comparación a los tradicionales, independiente al rango de edad, indicando que los profesionales; por su familiaridad con el entorno digital, apuestan por estas herramientas para la búsqueda de empleo, sobre todo en las edades de 26 a 30 años, siendo una generación madura en el uso del internet, aprovechan las facilidades y beneficios que este le pueda brindar.

Influencia en la empleabilidad

Grado académico	Oferta de interés		Total
	Si	No	
Licenciatura, Ingeniería o Arquitectura	70%	30%	247
Master	75%	25%	64
Doctorado	60%	40%	25
Total	100%	100%	336

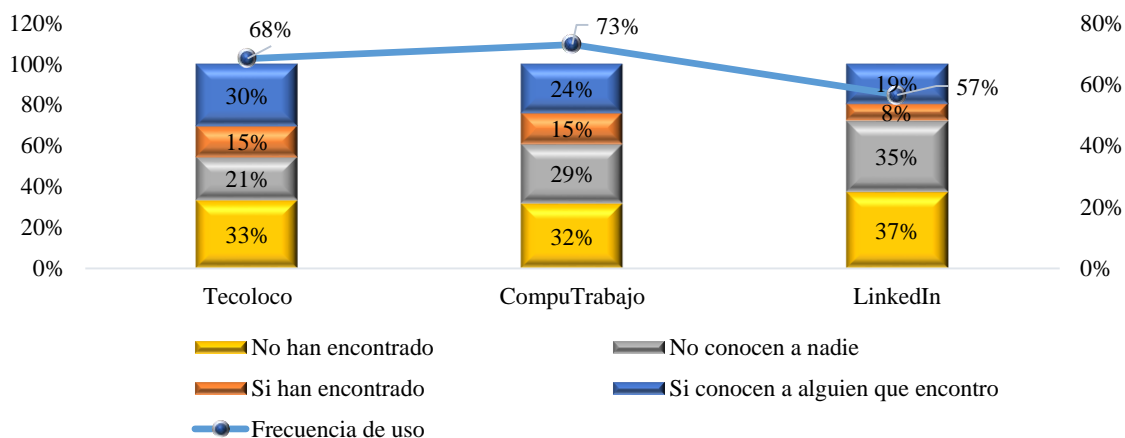


Interpretación de resultados: Dentro de las personas que cuentan con nivel académico de doctorado el 60% indica que ha encontrado ofertas de empleo acorde a su área de estudio y un 40% no, en cuanto a los que han realizado maestrías, el 75% ha encontrado ofertas de su área y 25% no ha encontrado y finalmente los titulados en licenciatura, ingeniería o arquitectura indican que el 70% si observa en las plataformas ofertas de su área y 30% no.

Análisis de resultados: Las plataformas, mejoran el proceso de búsqueda de empleo a través de su contenido, entre ellos la presentación de una amplia base de ofertas, que considera puestos dirigidos a los profesionales de los diferentes niveles de educación superior, convirtiendo a este medio en atractivo para una búsqueda más especializadas, que garantizan encontrar puestos acorde a las expectativas y requerimientos de los usuarios, quienes exigen oportunidades que se acoplen a su nivel académico.

Efectividad en la empleabilidad

Plataforma	Contrataciones en plataformas digitales				Frecuencia de uso
	Si han encontrado	No ha encontrado	Conocidos si encontraron	Conocidos no encontrados	
Tecoloco	15%	33%	30%	21%	68%
CompuTrabajo	15%	32%	24%	29%	73%
LinkedIn	8%	37%	19%	35%	57%

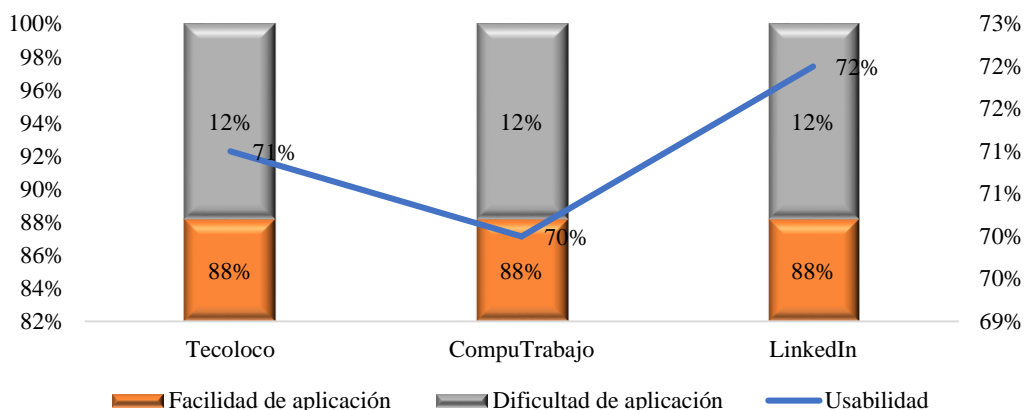


Interpretación de resultados: La frecuencia de uso de la plataforma es del 68%, de esta porción en Tecoloco 15% si encontró empleo, el 33% no, pero un 30% conoce a alguien que sí y solo el 22% no, para CompuTrabajo 15% si encontró y 32% no, solo conocen un 24% contratados y un 29% no tiene conocidos, finalmente para LinkedIn solo el 8% encontró empleo y 33% no, el 19% si conoce a alguien contratado y el 35% no tiene conocidos contratados.

Análisis de resultados: La principal finalidad de los usuarios al utilizar herramientas digitales es una oportunidad laboral, siendo este un indicador directo de la efectividad, al relacionar la frecuencia de uso de cada plataforma con el nivel de personas que han encontrado empleo con éxito, se determina que CompuTrabajo es el más utilizado por los usuarios por una proporción mínimo a Tecoloco, y a pesar de esto son más los que han encontrado empleo en este último por lo que se considera que la frecuencia de uso no determina en un 100% la probabilidad de ser contratado.

Mejoramiento del proceso de búsqueda.

Plataforma	Usabilidad	Facilidad de aplicación	Dificultad de aplicación
Tecoloco	71%	88%	12%
CompuTrabajo	70%	88%	12%
LinkedIn	72%	88%	12%



Interpretación de resultados: Los encuestados consideran que las plataformas en general cuentan con un 88% de facilidad para la aplicación de ofertas y solo un 12% percibe dificultad, en base a esta porción se califica la usabilidad de Tecoloco en un 71%, CompuTrabajo en 70% y LinkedIn con 72%.

Análisis de resultados: Parte importante de la optimización medida por la usabilidad, se determina a través de actividades sencillas realizadas por los usuarios y con frecuencia desde dispositivos móviles, como: la rapidez del sitio para cargar, contenido claro, menús completos, entre otros, en base a esto se identifica que las plataformas muestran un promedio aceptable, que su vez se relaciona de gran manera a la facilidad de los usuarios para aplicar a ofertas cumpliendo el principal objetivo de estas herramientas y por consecuencia son convenientes.

10.2 Cualitativa

10.2.1 Grupo Focal dirigido a profesionales de El Salvador.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



“ANÁLISIS DEL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES COMO PLATAFORMAS DE EMPLEABILIDAD EN EL SALVADOR”

Objetivo: Comprender la efectividad de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn como medio para la obtención de empleo.

Ficha Técnica – Estudio Cualitativo

Metodología	La técnica de investigación se llama Focus Group de manera digital en el cual formaron parte 7 profesionales que utilizan las plataformas de empleo Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn. Estuvo dirigido por una persona con amplio conocimiento en este tipo de plataformas. En el Focus Group estuvo presente una Psicóloga la cual tuvo la función de observar el comportamiento de los participantes al momento de responder la guía de preguntas realizada por el grupo de investigación.
Universo	Los participantes fueron hombre y mujeres de edades entre los 26 a 35 años, graduados de universidades ubicadas en el departamento de La Libertad, San Miguel y San Salvador.
Realización de las dinámicas	La técnica de investigación se realizó el día viernes 20 de septiembre del presente año a las 7:30 pm, por medio de la aplicación zoom permitiendo una reunión virtual.

Tabla 7

Características de la muestra

-
- 1 Edad se ubica un 57.14% es de 26 años, el 14.29% es de 29 años, el 14.29% es de 20 años y el 14.29% es de 33 años.
 - 2 El género es de un 57.14% mujeres y 42.86% hombres.
 - 3 La ubicación geográfica de la universidad en la que se graduaron el 57.14% de San Salvador, el 14.29% de San Miguel y el 14.29 de La Libertad.
 - 4 Las universidades de las que se graduaron el 57.14% de la Universidad de El Salvador, 14.29% de Universidad de Oriente y el 14.29% de la Universidad Dr. José Matías Delgado.
 - 5 El nivel de ingresos de los participantes el 42.86% tiene ingresos entre los \$301 a \$600 y el 42.86% de \$600 a \$1000 y el 14.29% no tiene ingresos.
 - 6 El 85.71% de los participantes tienen empleo y solo el 14.29% está desempleado.
-

Nota: Características de la población en estudio durante el Focus Group.

Resultados de dinámica Focus Group Digital

El objetivo principal del desarrollo del Focus Group Digital fue conocer cuál es la percepción y experiencia que tienen los profesionales al utilizar las plataformas digitales de empleo, identificando el comportamiento o la forma en que se expresan de este tipo de plataformas.

La búsqueda de empleo ha ido evolucionando a lo largo del tiempo debido a que antes se obtenía trabajo buscando en periódicos, visitando ferias de empleo y las empresas donde se deseaba trabajar. A continuación, se muestran los puntos más importantes aportados durante el Focus Group Digital a graduados en educación superior de las universidades de El Salvador:

Participantes Focus Group

Identificador	Participantes	Nombre de Moderador	Psicóloga	Observadoras	Fecha
P1	Karla				
P2	Cristian			Andrea Tobar	
P3	Alessia				
P4	Michelle	Katherine Martínez	Nathaly Flores		20/9/2018
P5	Javier				
P6	Eugenia			Rebeca Padilla	
P7	Juan				

Análisis global de resultados

A continuación, se presentan los análisis sobre las preguntas realizadas durante el Focus Group Digital, presentados de acuerdo a los objetivos planteados con cada una de las preguntas.

Pregunta	Análisis
<p>Introducción:</p> <p>Ha utilizado alguna de las siguientes plataformas:</p> <p>Tecoloco, CompuTrabajo, LinkedIn</p> <p>¿Cuál o cuáles?</p>	<p>Tres de los participantes del Focus Group han utilizado dos plataformas digitales de empleabilidad que son Tecoloco y CompuTrabajo. Solamente un participante comentó que, si utiliza las tres en el momento en que busca empleo, una persona ocupa solo CompuTrabajo, permitiendo observar que dos de las plataformas de empleabilidad son preferidas en estos casos. Dos de los participantes tuvieron inconveniente de estar en el inicio de las preguntas, pero en el transcurso de la dinámica mostraron conocimiento acerca de las tres plataformas.</p>
<p>1. ¿Cuál es el proceso que realiza normalmente en la búsqueda de empleo? Tradicional y online.</p>	<p>Todos utilizan las plataformas de empleabilidad debido a que les permite revisar las ofertas que publican las empresas en determinada plataforma y</p>

Pregunta	Análisis
<p>2. Mencione una ventaja y desventaja de los medios tradicionales en la búsqueda de empleo como: periódicos, ferias de empleo y recomendaciones personales.</p>	<p>si no encuentran una atractiva de acuerdo a su profesión tienen la oportunidad de buscar en otra. También mencionaron algunos de ellos que siguen utilizando los medios tradicionales como ferias de empleo, periódicos o visitando empresas en la que conocidos los recomiendan. Para uno de los participantes es importante tener buena comunicación y contactos en LinkedIn debido a que les permite relacionarse con profesionales y obtener un empleo de acuerdo a la carrera universitaria finalizado.</p> <hr/> <p>Los medios tradicionales de búsqueda de empleo como las plataformas digitales tienen ventajas y desventajas, los periódicos no solamente cuentan con la desventaja de tener que pagar para poder tenerlo, sino que existe la posibilidad de no encontrar una oferta de empleo de su interés, además las descripciones de las plazas no son detalladas debido a que el colocar una amplia descripción incrementa el costo de las publicaciones.</p> <p>Las ferias de empleos son consideradas desgastantes por invertir gran cantidad de tiempo para una oferta a la que aplican una gran cantidad de personas, las grandes filas juegan en contra de los candidatos al momento de la entrevista con el reclutador debido al estado de ánimo con el que la realizan.</p> <hr/>

Pregunta	Análisis
3. ¿Cómo profesionales, que beneficios han percibido de las plataformas digitales?	Las plataformas de empleo ayudan a resaltar su perfil; es decir, los profesionales tienen la oportunidad de ser visualizados por las empresas que utilizan las plataformas exponiendo las experiencias, conocimientos, competencias y habilidades que cada uno de ellos posee. Por otro lado, cuando el profesional se interesa por alguna oferta y no cuenta con el conocimiento o competencias requeridas, puede especializarse o mejorar en las áreas que haga falta.
4. ¿Ha encontrado empleo por medio de las plataformas? ¿En cuál?	Las plataformas de empleabilidad han tenido un uso y resultados positivos para los participantes, los comentarios son de satisfacción. Las tres fueron efectivas para conectar a la empresa con el candidato ideal, más de un participante obtuvo empleo en más de una ocasión. Además, estaban satisfechos por las plazas en las cuales los contrataron, siendo ofertas de interés y de acuerdo a su profesión.
5. ¿Qué aspectos considera que las plataformas digitales que ha utilizado, podrían mejorar?	Todos coincidieron en que las plataformas deberían tener mayor flexibilidad los parámetros de cada filtro que se coloca a las plazas, porque los candidatos se les dificulta aplicar a una plaza por pequeños detalles que al redactar y colocar la oferta en la plataforma no se revisaron bien, perjudicando que una persona con la mayoría de requisitos a falta de uno sea rechazada.

Como conclusión los graduados en educación superior observaron ciertas ventajas y desventajas de utilizar los medios tradicionales de empleabilidad como por ejemplo la ventaja de ahorro de tiempo debido a que trasladarse de un lugar a otro es más complicado que aplicar a oferta desde una computadora, tabletas o teléfono inteligente y desventaja es no poder aplicar a una plaza aun cumpliendo con la mayoría de requisitos del perfil.

Los usuarios indicaron satisfacción con las herramientas que han utilizado para su proceso de búsqueda sea Tecoloco, CompuTrabajo o LinkedIn, pues consideran que a pesar de aspectos que estas herramientas aun requieren mejora, finalmente han tenido la experiencia de cumplir su principal objetivo y es encontrar empleo aplicando a ofertas publicadas por estos medios.

Interpretación mercadológica sobre el Focus Group

Esta técnica de recolección de datos permite observar desde una perspectiva mercadológica la aceptación de las personas a plataformas digitales como Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn, para los graduados en educación superior el uso de esta herramienta les genera ciertos beneficios, promoviendo su perfil profesional sin tener que movilizarse de un lugar a otro, dándoles la oportunidad de aplicar a ofertas de empleo que sean de interés o de acuerdo a su carrera profesional.

Con el Focus Group los graduados en educación superior de las universidades en El Salvador mostraron satisfacción por obtener empleo por esos medios de búsqueda. Sin embargo, mostraron insatisfacción por aquellas ofertas de empleo a las cuales aun con la suficiente experiencia que pide el perfil buscado, debido ciertos requisitos que, por cuestiones de redacción en descripción, nombre o rango de edad de la plaza, no permite aplicar.

Para algunos de los profesionales el uso de las herramientas digitales de empleabilidad ha cumplido su objetivo principal, es decir, ser el punto de encuentro de empresas con los usuarios, permitiéndoles obtener empleo. Ser parte de este tipo de plataformas es un medio para buscar empleo de forma rápida, con la oportunidad de aplicar a varias ofertas simultáneamente aumentando la probabilidad de ser contactado, así como estar informados de las exigencias del mercado que le guíen para futuras capacitaciones o en la decisión de obtener nuevas habilidades.

Análisis Psicológico acerca del Focus Group Digital

A continuación, se presenta el análisis realizado por Licenciada en Psicología Nathaly Flores acerca del comportamiento de los participantes en el Focus Group Digital. (Ver anexo 7)

Según la psicóloga los participantes mostraron una actitud positiva y satisfacción de utilizar las plataformas digitales de empleabilidad, porque fueron participativos y atentos para hablar y comentar de la experiencia que cada uno había tenido con ellas, sin embargo, los comentarios de los medios tradicionales en su mayoría fueron de desagrado sin olvidar que de las dos formas en que un profesional puede buscar empleo tiene desventajas.

La motivación que tiene para utilizar las plataformas es la efectividad que brindan, la selección que pueden hacer al momento de buscar las ofertas que les interesan y la rapidez aplicando a muchas de las plazas que ofertan las empresas. La aceptación natural de los graduados en educación superior a estos medios de búsqueda de empleo se debe a que son parte de la era digital y se les facilita más el adaptarse a estas plataformas que los medios tradicionales.

10.2.2 Entrevista dirigida a encargados del reclutamiento y selección de personal.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



Guía de preguntas, dirigida a encargados del reclutamiento y selección de personal de empresas de El Salvador.

Objetivo: Comprender la efectividad de las plataformas Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn como medio para reclutamiento de talento humano.

Empresa	Entrevistado	Entrevistador	Fecha	Duración
	E1: Lic. Gabriel de Jesús Contreras Barrientos.	Katherine Martínez	23/09/19	35 min.
	E2: Licda. Iris Carolina Morales Hernández Analista de Reclutamiento y selección.	Andrea Tobar	30/09/19	35 min
	E3: Licda. Vanesa Carolina Flores Moran Analista de selección de personal.	Rebeca Padilla	01/10/19	18 min
	E4: Licda. Yeymi Vásquez de Valle Recursos Humanos.	Rebeca Padilla	01/10/19	18 min
	E5: Licda. Kirian Herrera Recruitment Manager.	Katherine Elizabeth	02/10/19	22 min
	E6: Lic, Dennys Deras/ Lic. Gerardo Tobar Martir Senior Recruitment/ Coordinador proyectos globales de reclutamiento.	Andrea Tobar	04/10/19	18 min

Análisis global de resultados.

A continuación, se realiza un análisis de los resultados de datos obtenidos de entrevistas a los encargados del área de reclutamiento de 6 empresas.

Pregunta	Análisis
1. ¿Qué medios de reclutamiento utiliza con mayor frecuencia para atraer talento humano? ¿Por qué?	Hoy en día los reclutadores optan por el uso de plataformas digitales para la realización de la búsqueda de su talento humano, convirtiéndose estas en la principal fuente de abastecimiento del recurso humano requerido.
2. ¿Utiliza combinación de medios digitales y tradicionales para ofertar una misma plaza?	En su mayoría las empresas en determinadas situaciones están utilizando una combinación de medios digitales y tradicionales, sobre todo cuando no se logra cubrir las metas establecidas a través de la principal opción, recurriendo a ferias de empleo, en casos especiales son las plataformas digitales utilizadas como auxiliares, sobre todo cuando la principal fuente de talento es por referidos.
3. ¿Qué plataformas digitales utiliza mayormente?	Las empresas tienen una mayor preferencia por las plataformas de Tecoloco y CompuTrabajo, en el caso de LinkedIn es usada como un auxiliar de las otras opciones y en casos de búsqueda de perfiles específicos.
4. ¿Qué características determinan la plataforma a utilizar?	Las principales características percibidas por las empresas usuarias son: -Mayor número de candidatos. -Costos bajos. -Segmento definido. -El acceso y amplitud de la base de datos. -Información detallada y actualizada de los candidatos.

Pregunta	Análisis
5. ¿Cuántas ofertas de empleo se publican y con qué frecuencia?	En su mayoría las empresas están realizando un uso mensual de las plataformas, por ser plazas con cierto nivel de especialización, variando publicaciones de entre 5 a 20. En caso de perfiles para puestos operativos o más comunes la frecuencia de uso puede aumentar logrando ser de hasta 100 publicaciones mensuales.
6. ¿Qué porcentaje estimado de solicitantes a las ofertas considera que cumplen con el perfil requerido?	El nivel de confiabilidad de la base de datos de las plataformas como fuente de búsqueda de talento es un estimado del 60% siendo aceptable por la complejidad de los perfiles que las empresas requieren en cuanto a profesionales, tomando en cuenta que la información presentada depende principalmente del usuario.
7. De las veces que ha publicado ofertas en las plataformas digitales, ¿En cuántas encontró al candidato ideal dentro de los solicitantes?	A través de la base de datos de las plataformas o directamente por los candidatos en publicaciones específicas los reclutadores logran encontrar al candidato que cubra las posiciones requeridas, dependiendo la efectividad de la compatibilidad entre el segmento de la plataforma y el perfil requerido.
8. ¿Qué beneficios percibe del uso de las plataformas digitales?	Algunos de los beneficios que los reclutadores obtienen al utilizar plataformas digitales en su proceso de reclutamiento son: Ahorro de tiempo en el proceso de búsqueda y selección de los perfiles, disposición de herramientas digitales para organización de tareas, una forma óptima de visualizar currículum, disposición de una base en todo momento, diferentes opciones de filtro.
9. ¿Considera que el costo monetario al usar las	En comparación con medios tradicionales el costo del uso de plataformas digitales es significativamente menor, aunque dentro de estas existan algunas con mayor costo,

Pregunta	Análisis
plataformas es acorde a los beneficios que reciben?	pero al final aumentan la probabilidad de éxito por la cantidad de perfiles disponibles, lo que otorga el mayor valor a la inversión realizada.
10. ¿Brindan las plataformas información detallada, ordenada y confiable de los candidatos?	Los reclutadores cuentan con una visualización de las páginas de forma adaptada a sus necesidades y brindando herramientas por medio organicen sus procesos de revisión a través de acciones disponibles (visualizados, pendientes, denegados), mostrando el detalle de los perfiles y con la opción de filtrar según requieran, así como de tener información fácilmente verificable, que otorga confianza en la plataforma
11.¿Ahorra tiempo en el proceso de reclutamiento en comparación a medios tradicionales?	Existe una optimización del tiempo en cuanto al proceso de recolección de datos al contar con una base existente que permite iniciar de forma rápida y disminuye la necesidad de emplear más tiempo en la etapa de selección de candidatos y por consiguiente retrasar las etapas internas de reclutamiento, como la entrevista, pruebas, exámenes entre otros.
12. ¿Recibe asesoría de parte de la plataforma que utiliza, para mejorar su reclutamiento?	A parte de poner a disposición de las empresas una amplia base de perfiles otros de los valores agregado percibido por los reclutadores, está la facilidad y sencillez con respecto al uso que se presta a un proceso menos tedioso y más rápido, así también el contar con asistencia de parte de la plataforma para potenciar el resultado obtenido.
13. ¿Realiza constante seguimiento de sus ofertas laborales?	En general las plataformas no cuentan con el beneficio de dar un seguimiento a la publicación realizadas por los reclutadores, para verificar mayor detalle de la interacción de los usuarios en la oferta, limitando solamente a definir el estado, que puede ser, abierta o cerrada si ya se cubrió el

Pregunta	Análisis
	plazo o se cubrió la plaza, a pesar de esto no es un detalle de peso para los reclutadores, que por su tiempo solo pueden extraer el resultado final en la fecha establecida, es decir descargar la base de datos de los candidatos.
14. ¿Guarda perfiles de candidatos, aunque no esté ofertando, pero son atractivos a futuro?	Una de las grandes oportunidades detectadas es mantener a disposición una base de datos que no permite iniciar ningún proceso desde cero y sirve como backup ante cualquier requerimiento de personal, también por el lado de los usuarios les permite estar disponibles de manera digital para plazas futuras.
15. ¿En cuánto tiempo estimado logra cubrir una plaza?	El periodo de reclutamiento hasta llegar al proceso final que es la contratación, generalmente tiene un tiempo establecido por las empresas, en su mayoría no se puede modificar y varía entre 3 a un mes máximo según la complejidad del perfil, si bien no se detecta una disminución de estos tiempos, si se identifica que se logra cumplir con el tiempo para cumplir los plazos y el apoyo de las plataformas ante requisiciones de personal urgentes, es decir tener candidatos de un día a otro, lo cual se logra cumplir al disponer con una base ya revisada y disponible de manera digital.
16. ¿Las plataformas resaltan de mejor manera el perfil de los candidatos, influyendo en la probabilidad de ser contratados?	Las plataformas cuentan con campos detallados para la información de los perfiles con datos que los reclutadores utilizan como determinante para la selección, a pesar de este beneficio, es responsabilidad del usuario el completar de manera correcta cada sección teniendo cuidado de cada detalle, desde su foto hasta las actualizaciones periódicas, pues son a partir de estas que se aumenta la probabilidad de ser tomado en cuenta por los reclutadores.


10.2.3 Entrevista dirigida ha encargado de plataformas digitales.



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE MERCADEO INTERNACIONAL



Guía de preguntas, dirigida a representante de Tecoloco.

Empresa	Entrevistado	Entrevistador	Fecha	Duración
	Licda. Mariela Beatriz	Katherine Martínez	01/10/2019	35 min.
	Trujillo. Marketing Regional	Rebeca Padilla Andrea Tobar		

Análisis de resultados

Tecoloco es una bolsa de trabajo en línea con 18 años de presencia a nivel regional, con sede en El Salvador, creada con el propósito de ser la conexión entre oferta y demanda laboral que la convierte en referencia digital para la búsqueda de empleo, contando 600 mil visitas en El Salvador y 2.2 millones de visitas a nivel regional, dispone de 5,000 plazas activas de sus empresas clientes y 2 millones de currículum a los que los reclutadores pueden acceder en cualquier lugar.

La cantidad de usuarios que eligen usar Tecoloco como principal medio de búsqueda y de reclutamiento, se justifica por los diferentes beneficios y valor agregado disponibles, entre ellos el aspecto de seguridad digital que ha cobrado un auge de importancia al punto de ser un determinante de la preferencia del uso de esta clase de herramientas, es por ello que Tecoloco está respaldado con certificaciones de seguridad europea y adicionalmente por

empresas clientes con reconocimiento, que transmiten confianza en lo que respecta a la administración de información personal en su sitio web, así como la veracidad de las plazas.

Otro de los aspectos de valor es la disposición de una amplia base de datos que representa una fuente atractiva para las empresas y sus reclutadores específicamente, quienes buscan optimizar el proceso y cubrir las plazas vacantes de forma más fácil a través de las herramientas disponibles que ayudan a encontrar perfiles más acordes a los requerimientos, prueba de esto es la preferencia de gran cantidad de empresas de diferentes rubros y tamaños.

El uso de herramientas como Tecoloco, son una vía más rápido y conveniente a los diversos mercados laborales, por su inmediatez y características que se acoplan a la nueva era digital, que es parte de toda actividad, tanto para las generaciones existentes y las nuevas, que buscan facilitar el contacto con empresas de su interés y vender sus conocimientos de la mejor manera y cambiando los procesos tradicionales, que consideran, mayores exigencias y minimizan el éxito de los resultados.

En definitiva, las plataformas brindan la seguridad que es ahí donde las empresas se encuentran, incentivando de esta forma a los profesionales de tener presencia digital con el uso de este medio para impulsar a futuro su carrera aprovechando, todas las herramientas y beneficios disponibles para detallar aspectos que resalten el currículum personal y aumenten la probabilidad de encontrar el empleo adecuado, en el menor tiempo posible.

11. PLAN DE SOLUCIÓN

11.1 Revista

Los resultados de la investigación se presentan de forma infográfica por medio de la siguiente revista que contiene tanto información estadística, como cualitativa para un panorama más amplio del tema en estudio, mostrando los datos más relevantes y conclusiones, con el fin de una mejor comprensión de los resultados y los hallazgos obtenidos.



Figura 6: Portada principal de la revista.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

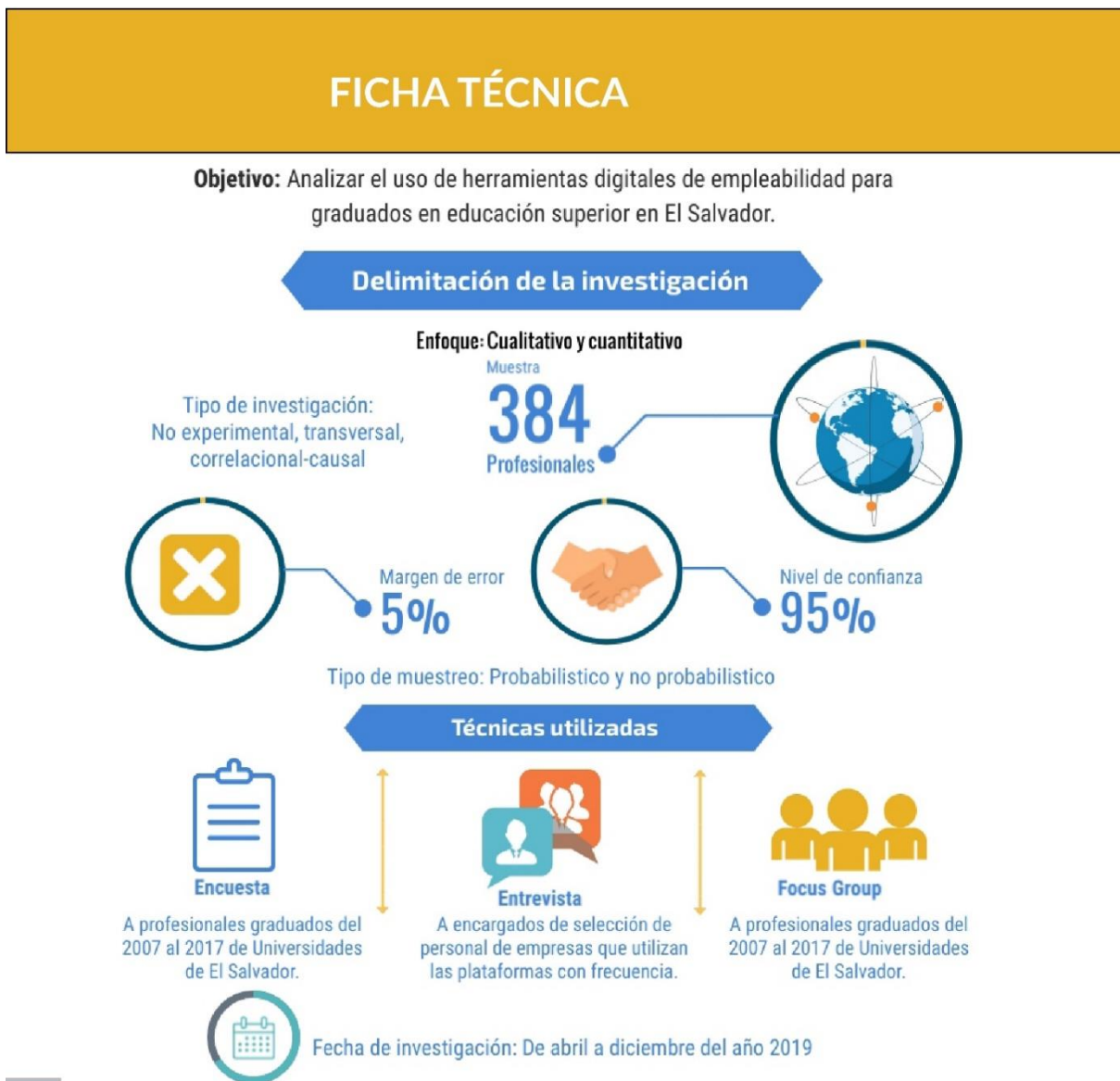


Figura 7: Ficha técnica de la investigación.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

DATOS GENERALES



1

Figura 8: Muestra seleccionada por género.

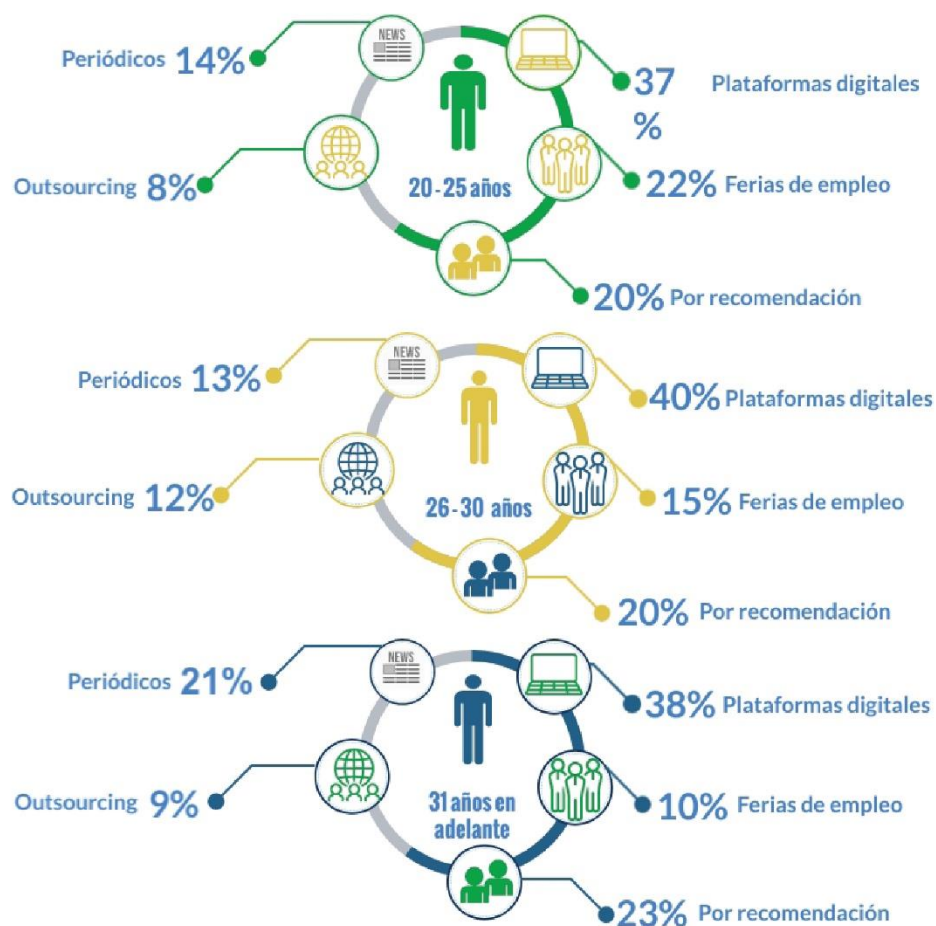
Fuente: Elaborado por grupo de investigación.



Figura 9: Nivel académico de los sujetos de estudio encuestados.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

PRINCIPALES MEDIOS DE BÚSQUEDA



3

Figura 10: Nivel de uso de los principales medios de búsqueda de empleo.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

PRINCIPALES DISPOSITIVOS DE BÚSQUEDA

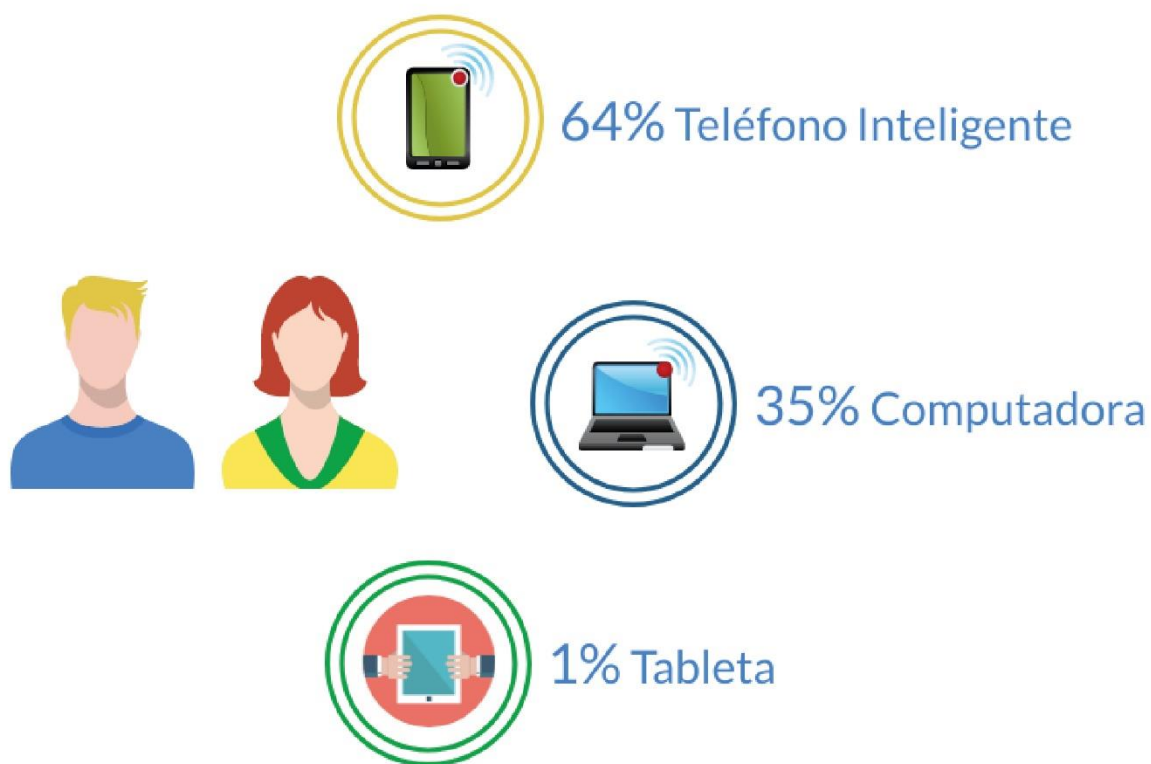


Figura 11: Principales dispositivos utilizados para acceder a plataformas de empleo.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.



5

Figura 12: Fechas de inicio de las plataformas de empleo en estudio.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.



Figura 13: Número de usuarios por plataforma.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.



Figura 14: Análisis del uso de Tecoloco.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

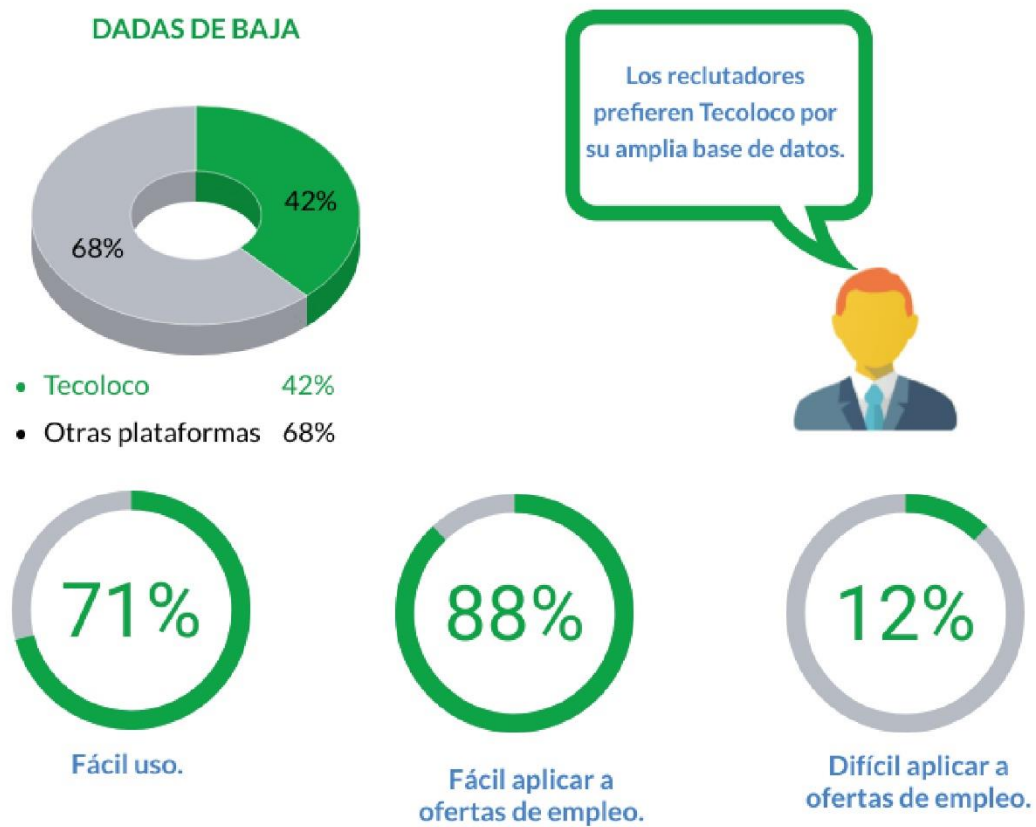


Figura 15: Nivel de usabilidad de Tecoloco.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

RESULTADOS DE COMPUTRABAJO

ANÁLISIS DEL USO DE **CompuTrabajo**

USUARIOS

ES LA WEB DE
EMPLEO LÍDER
EN
LATINOAMÉRICA



+ 300.000 ofertas de
empleo en agosto 2019.

Dispositivos para acceder a las plataformas



32%

De los profesionales han
encontrado empleo por medio
de CompuTrabajo.



44%

De los profesionales
conocen a alguien que si
ha sido contratado por
medio de CompuTrabajo.

Figura 16: Análisis del uso de CompuTrabajo.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

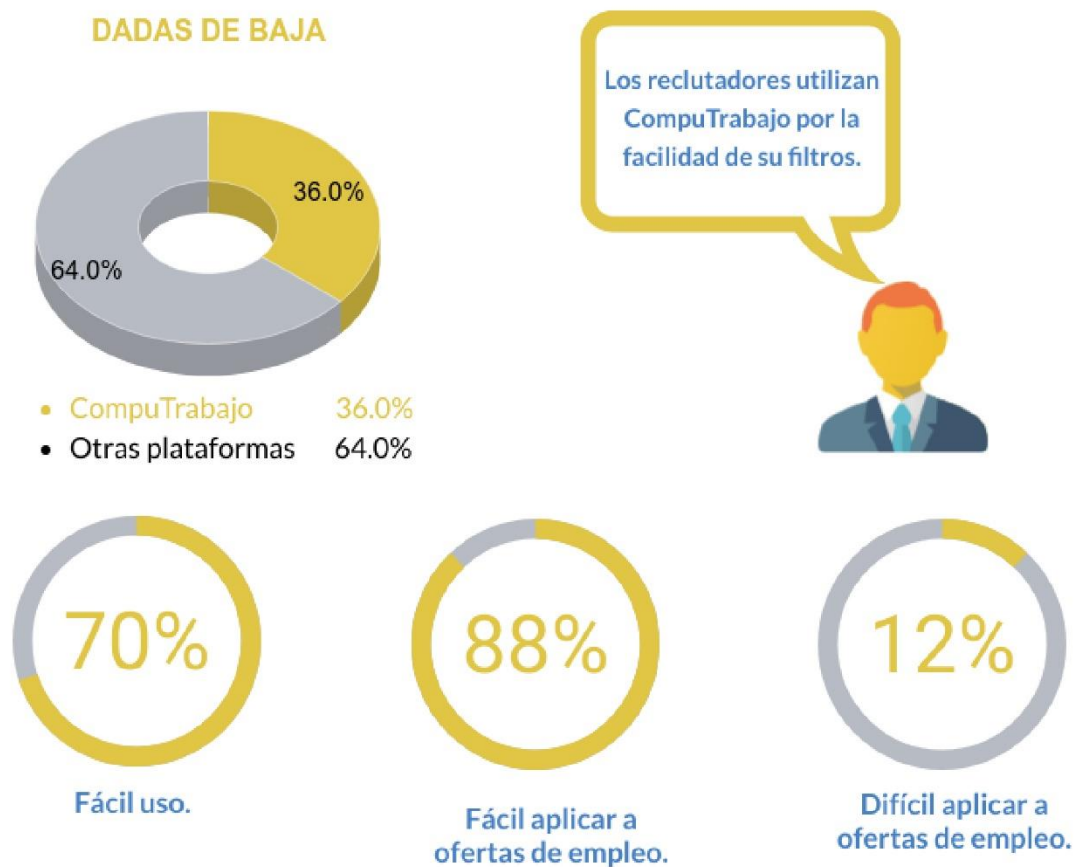


Figura 17: Nivel de usabilidad de CompuTrabajo.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

RESULTADOS DE LINKEDIN

ANÁLISIS DEL USO DE **LinkedIn**

USUARIOS

**RED
PROFESIONAL
CON + DE 500
MILLONES DE
USUARIOS**



Con presencia en
+ de 200 países.

Dispositivos para acceder a las plataformas



16%

De los profesionales han encontrado empleo por medio de LinkedIn.



35%

De los profesionales conocen a alguien que si ha sido contratado por medio de LinkedIn.

11

Figura 1: Análisis de uso de LinkedIn.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

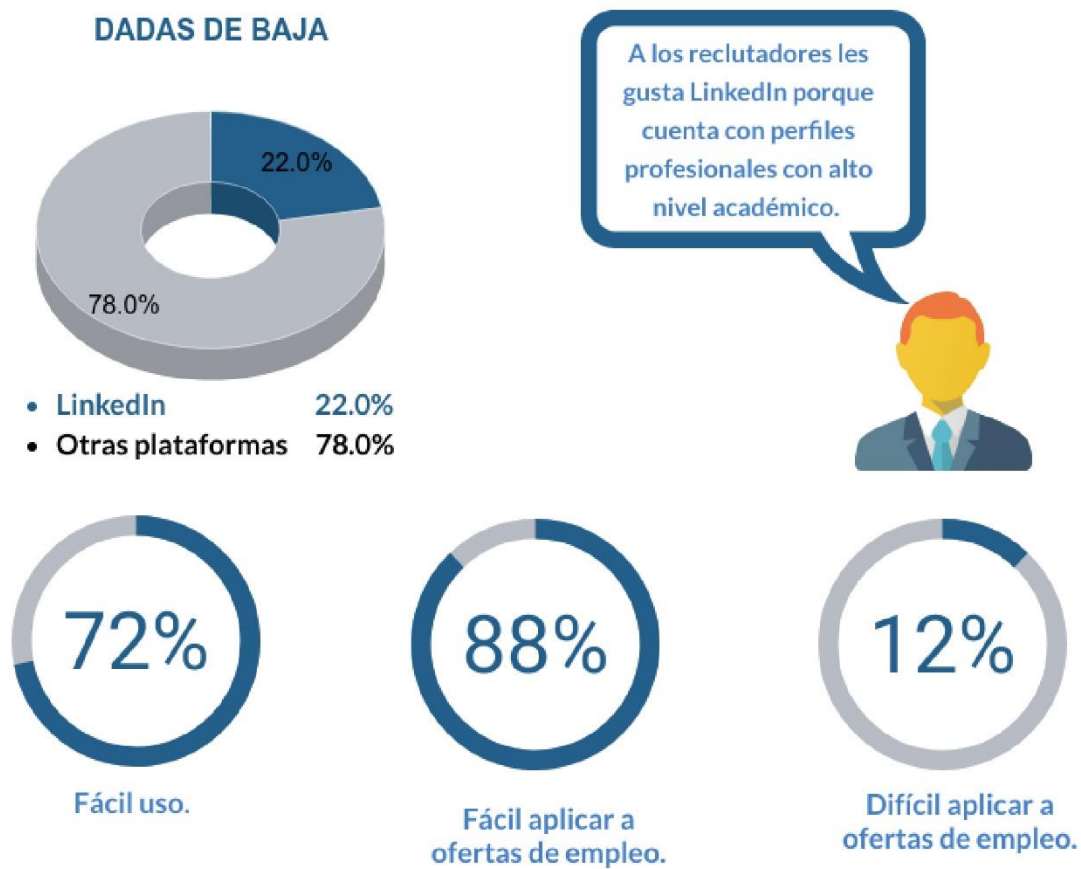
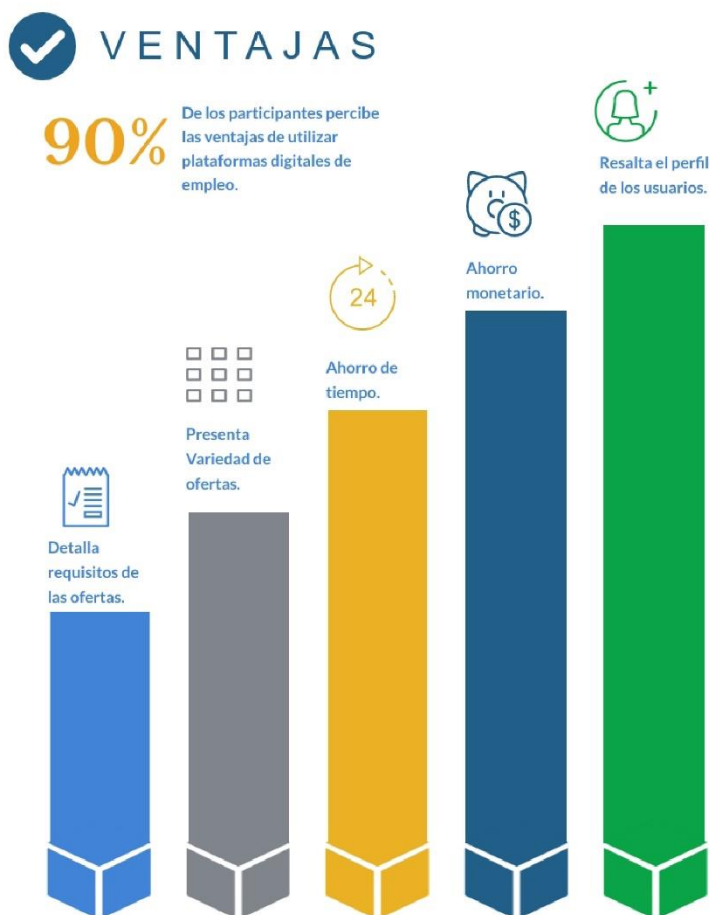


Figura 19: Nivel de usabilidad de LinkedIn.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS



13

Figura 20: Ventajas del uso de plataformas de empleo.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.



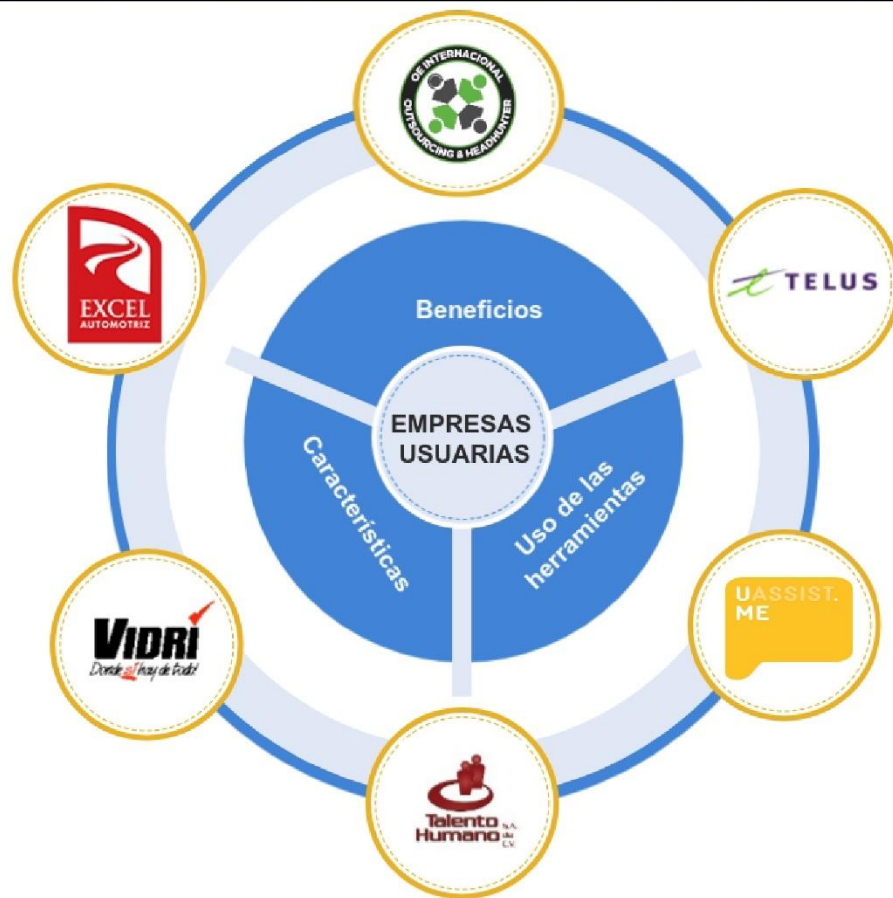
DESVENTAJAS



Figura 21: Desventajas del uso de plataformas de empleo.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

HALLAZGOS EN LAS EMPRESAS



La forma de contratar de las empresas está cambiando, debido a que las personas que buscan empleo dedican gran parte de su tiempo a estar conectados en medios digitales a través de distintos dispositivos.

15

Figura 2: Empresas usuarias de las plataformas de empleo para reclutamiento de personal.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.



Figura 23: Principales hallazgos de las empresas sobre las plataformas de empleo en estudio.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

EFFECTIVIDAD DE LAS PLATAFORMAS



17

Figura 24: Efectividad del uso de las plataformas de empleo.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.



Los profesionales buscan ofertas de empleo según su nivel de estudio.



Las plataformas influyen en la empleabilidad facilitando el proceso de búsqueda.

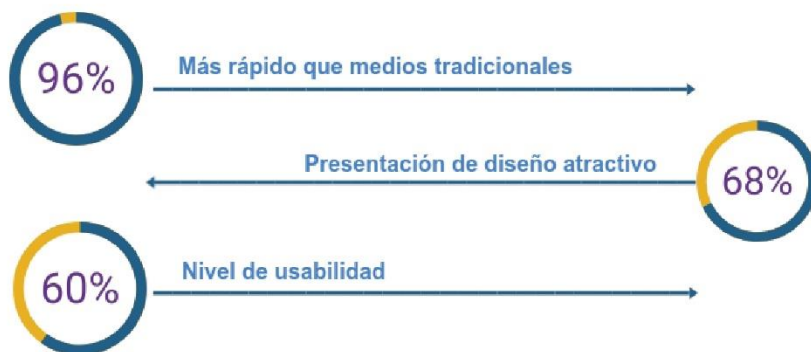


Figura 25: Beneficios del uso de las plataformas para graduados en educación superior.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

CONCLUSIONES

1

Nivel de uso de las plataformas de los graduados en educación superior.



El nivel de uso de las plataformas digitales por parte de los graduados en educación superior comparado con los medios tradicionales.



2

Nivel de uso de las plataformas por las empresas.

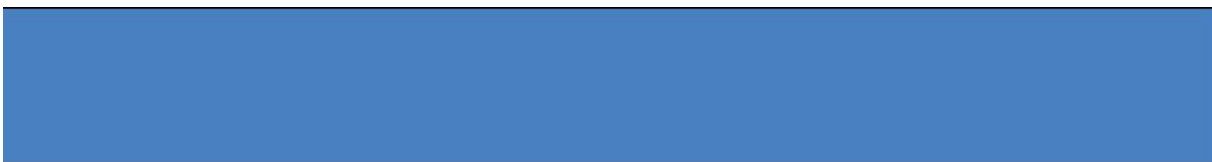


Las empresas tienen como una de las principales fuentes de captación de talento las plataformas digitales, entre ellas Tecoloco y CompuTrabajo como las de mayor preferencia y apoyándose de redes sociales como LinkedIn.

19

Figura 36: Nivel de uso de las plataformas por profesionales y empresas usuarias.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.



3

Conveniencia del uso de las plataformas de empleo por graduados en educación superior.



Figura 27: Conveniencia del uso de plataformas digitales de empleo.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

RECOMENDACIONES

1

Recomendación para graduados en educación superior



ESTAR PRESENTES EN



Diferentes plataformas digitales de empleo.

MANTENER SUS PERFILES

**ACTUALIZADOS Y DESTACAR LAS
HABILIDADES ADQUIRIDAS**

2

Recomendaciones para reclutadores



ESPECÍFICA



Siempre detalla las funciones y datos relevantes de la plaza

CONSIDERA QUE:

Muchos candidatos cumplen con la mayoría de los requisitos, pero no pueden aplicar por pequeñas exigencias.

21

Figura 284: Recomendación dirigida a profesionales y empresas, para el mejor uso de las plataformas.

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.



Figura 59: Recomendación para el mejoramiento de las plataformas digitales de empleo.
Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

11.2 Conclusiones

Conclusión 1.

Nivel de uso de las plataformas de los graduados en educación superior

A partir de la investigación se identifica que el nivel de uso de las plataformas digitales por parte de graduados en educación superior es de un 87% en comparación al uso de medios tradicionales, basando esta preferencia en los diferentes beneficios y ventajas que el uso de este implica, sobre todo para el sector en estudio que se caracteriza por su fuerte familiarización con la tecnología, que le lleva a realizar un gran número de actividades de forma digital, con el fin de optimizar su tiempo, aprovechando el acceso a la información disponible con tan solo un click. Los profesionales buscan empleo por medio de plataformas como: Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn, que son utilizadas de manera preferencial o simultáneamente para aprovechar nuevas oportunidades, convirtiéndolas en las más reconocidas en el país por el alto grado de uso que los graduados realizan de ellas y su amplia base de empresas clientes presentes, haciéndolas atractivas para los interesados.

Nivel de uso de las plataformas por las empresas reclutadoras

Las empresas tienen como una de las principales fuentes de captación de talento las plataformas digitales, entre ellas Tecoloco y CompuTrabajo como las de mayor preferencia y apoyándose de redes sociales como LinkedIn, realizando publicaciones de ofertas de manera mensual, dirigidas en su mayoría a perfiles profesionales, el uso de estas herramientas simplifica el proceso de reclutamiento con el acceso a una amplia base de currículums seleccionados en base a los requerimientos establecidos por el reclutador, quien cuenta con la opción de revisar tanto una base existente, como obtener nuevos usuarios a través de su publicación a su vez brinda la opción de realizar filtros específicos que facilitan la selección de los candidatos buscados, logrando cubrir sus plazas en el tiempo estipulado y de manera más óptima.

Conclusión 2

Conveniencia del uso de las plataformas de empleo por graduados en educación superior

Se determina que la conveniencia de usar herramientas digitales, recae en sus beneficios, los usuarios que comparan los diferentes medios, las distinguen como mejor opción por ser acorde a sus necesidades. Entre los beneficios se detectan, la facilidad de uso, respecto a la navegación considerada sencilla, rápida y con información actualizada, además de permitir al usuario un ahorro de tiempo y costo, con el acceso desde cualquier dispositivo inteligente con internet a la variedad de ofertas encontradas según el área de interés, aumentando la probabilidad de encontrar un empleo que llene las expectativas buscadas. El profesional busca resaltar sus aptitudes adquiridas, sobre todo cuando buscan oportunidades, estas herramientas permiten a través de un perfil digital exponer ante las empresas todos estos aspectos de manera más amplia a diferencia de un currículum tradicional, siendo fundamental para ser seleccionados como candidatos. Prueba de esto es la efectividad percibida por los usuarios quienes han encontrado empleo a través de este medio y/o conocen a alguien que ha encontrado, mostrando que es conveniente buscar empleo en las bolsas de empleo.

11.3 Recomendaciones

Recomendación 1

Recomendación para graduados en Educación superior.

Los profesionales deben contar con presencia digital en las diferentes plataformas de empleo, se encuentren en busca o no de empleo, pues de esta manera conocen las exigencias que se están creando en mercado laboral y realizar conexiones que pueden ser utilizados en el trabajo o para futuras oportunidades, así como mantener sus perfiles actualizados en cada cambio y detallar de manera profesional y específica las habilidades adquiridas, de manera que se acople a las ofertas de interés.

Recomendaciones para reclutadores

Es importante por parte de los reclutadores ser más flexibles en cuanto a los requerimientos exigidos, que en muchas ocasiones dejan fuera del proceso a candidatos que cumplen con la mayoría del perfil, pero no pueden aplicar por pequeñas exigencias, como edad cuando esta implica una mínima diferencia, así como brindar información detallada de las plazas publicadas para la total comprensión de los usuarios y verificar que las plazas cubiertas sean eliminadas o identificadas como cerradas, evitando los usuarios apliquen en ellas.

Recomendación a las plataformas

Es importante que los encargados de plataformas como: Tecoloco Y CompuTrabajo sean más flexibles en cuanto a sus filtros, permitiendo al reclutador no desechar perfiles que cumplen con la mayoría de requisitos, pero son desechados por no estar acorde en su totalidad, así también por parte de los usuarios considerar una opción que indique a través de la plataforma si sigue en el proceso o ha sido descartado, evitando crear falsas expectativas en el interesado.

Recomendación 2

Para el mejor aprovechamiento de los beneficios y ventajas de las plataformas digitales, se debe realizar una organización del proceso de búsqueda, definiendo el área de interés y conociendo el segmento establecido o predominante de cada plataforma que permita una búsqueda acertada de las ofertas de interés, así como una comprensión del correcto llenado de la información profesional siendo lo más clara y atractiva para los reclutadores, con cuidado de detalles mínimos como foto, ortografía, actualizaciones, datos, entre otros, con el fin de asegurar el contacto con las empresas.

12. REFERENCIAS

Libros

Alles, M. A. (2009). *Cómo Buscar Trabajo en Internet*. Ediciones Granica S.A.

Alvarado, M.N., y Barba, Mayte Barba (2016). *Gestión del talento humano e innovación de la enseñanza y el aprendizaje*. Ediciones Palibrio.

Aubry, C. (2014). *HTML5 y CSS3 para sitios con Diseño Web Responsive*. Barcelona, España: Ediciones ENI.

Barquero Corrales, A. (2005). *Administración de Recursos Humanos i Parte* (decimoquinta impresión). San José, Costa Rica: EUNED.

Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de mercados*. (Segunda Edición). México. Ciudad de México: Pearson Educación.

Chinchilla, D.A (2007). *Guía Didáctica I para seminarios de la investigación social*. San Salvador, El Salvador: Ediciones Chinchilla.

Colindres, C. (2009). *Las ciencias de la comunicación en el siglo xxi: Un manual básico para el Tercer Mundo* (Primera Edición). San Salvador, El Salvador, C.A.

Kotler, P., y Amstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. (Octava Edición) México: Pearson Educación.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. (Quinta Edición). México: Pearson Educación.

Ministerio de Educación. (2019). *Número de estudiantes graduados de educación superior por universidad y año (histórico)*.

Muñoz, C. (2015). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México, México. Editorial Oxford.

Pedro Rojas. (2010). *Reclutamiento y selección 2.0 La nueva forma de encontrar talento*. Barcelona: Editorial UOC.

Pérez, Begoña., Arranz, Pilar., y Lope, Víctor. (2018). *Estructura de la comunicación en entornos digitales*. (Primera Edición). Ediciones Egregius.

Portilla, Angel., Diaz, Jose., y Sanchez Daniel. (2000). *Nuevas tendencias de la información*. España. Logis-Book.

Pérez, R. (2010). *Introducción a la estadística Económica*. España. Oviedo: Creative Commons.

Rodríguez, Abel. (2007). *Iniciación a la red internet. Concepto, funcionamiento, servicios y aplicaciones de internet*. (Primera Edición). España. Ideaspropias, S, L.

Sampieri, R., Collado, C., & Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta Edición). México D.F: McGraw-Hill Education.

Sitios Web

Asamblea Legislativa, El Salvador. (04 de febrero de 2016). *Ley especial contra los delitos informáticos y conexos*. Obtenido de <https://n9.cl/owk3>

Asamblea Legislativa, El Salvador (1993). *Ley de Propiedad Intelectual*. Obtenido de <https://n9.cl/z55>

Baca, G. (2014). *Administración Integral. Hacia un enfoque de procesos*. Recuperado de <https://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074382020.pdf>

Calero, Moraga, y Piattini. (2010). *Calidad del producto y proceso software*. Recuperado de <https://n9.cl/kc3n>

Castro, S. R. (2013). *Redes Digitales y Comunicación*. Recuperado de <https://n9.cl/1rzx>

CompuTrabajo. (2019). Recuperado de <https://www.sv.computrabajo.com/>

Definición. (2014). Recuperado de <https://definicion.mx/efectividad/>

Dosdoce.com. (2014). *Nuevos modelos de negocio en la era digital*. Recuperado de <https://n9.cl/iW>

Informe Infoempleo Adecco sobre Mercado de Trabajo y Redes sociales 2017.pdf. (s. f.)
Recuperado de <https://n9.cl/3y6u>

González, A. (02 de mayo de 2019). Ocho ventajas de buscar trabajo a través de portales de empleo online. *RRHH Digital*. Recuperado de <https://n9.cl/ohb0g>

El Parlamento Europeo y el Consejo de Unión Europea. (23 de octubre de 2018). *Reglamento General de Protección de Datos*. Recuperado de <https://n9.cl/vzj4>

Evans, D. (2011). *Internet de las cosas Como la próxima evolución de Internet lo cambia todo*. Recuperado de <https://n9.cl/p34c>

- Latorre, M. (2018, marzo). *Historia de las Web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0*. Recuperado de <https://n9.cl/FSc9>
- LinkedIn. (2019). Recuperado de <https://about.linkedin.com/>
- Mejía, G. (2019). *Los 4 desafíos para el empleo en 2019, según LinkedIn*. Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/333532>
- Merca2.0. (2016). *Impacto de las bolsas de trabajo en internet y redes sociales en la búsqueda de trabajo*. Recuperado de <https://n9.cl/LVUk>
- Molero, V. (2014). *Revolución Digital*. Recuperado de <https://n9.cl/p47f>
- Observatorio de Empleabilidad y empleo Universitarios. (2017). *Barómetro de empleabilidad y empleo universitario* (Edición Master). Recuperado de <https://n9.cl/ZpqL>
- Organización Internacional del Trabajo. (2018). *El futuro del trabajo que queremos: un dialogo global*. Recuperado de <https://n9.cl/5vi5>
- Real Academia Española. (2019). Recuperado de <http://www.rae.es/>
- Rodríguez, G. (2019). *5 retos a los que nos enfrentamos cuando hablamos de Selección en la era digital*. Recuperado de <https://n9.cl/amar>
- Sánchez, Espinosa, Sempere, Marhuenda, y Conca. (2014). *Métodos de búsqueda de empleo*. Recuperado de <https://n9.cl/dMdf>
- Sauceda, H. (2016). ¿Qué hace un reclutador? Recuperado de <https://www.linkedin.com/>

Tecoloco. (2019). Recuperado de <https://www.tecoloco.com.sv/>

Vrava, T. G. (2002). *Como medir la satisfacción del cliente*. Recuperado de <https://n9.cl/JX>

Werther, W. B. y Davis, K. (2008). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las empresas*. Recuperado de <https://n9.cl/yv1j>

Zamora, E. por E. N. (2018, septiembre 9). Ventajas de usar Internet en la Selección de Personal. Obtenido de <https://n9.cl/r8ff>

13. ANEXOS

Anexo 1

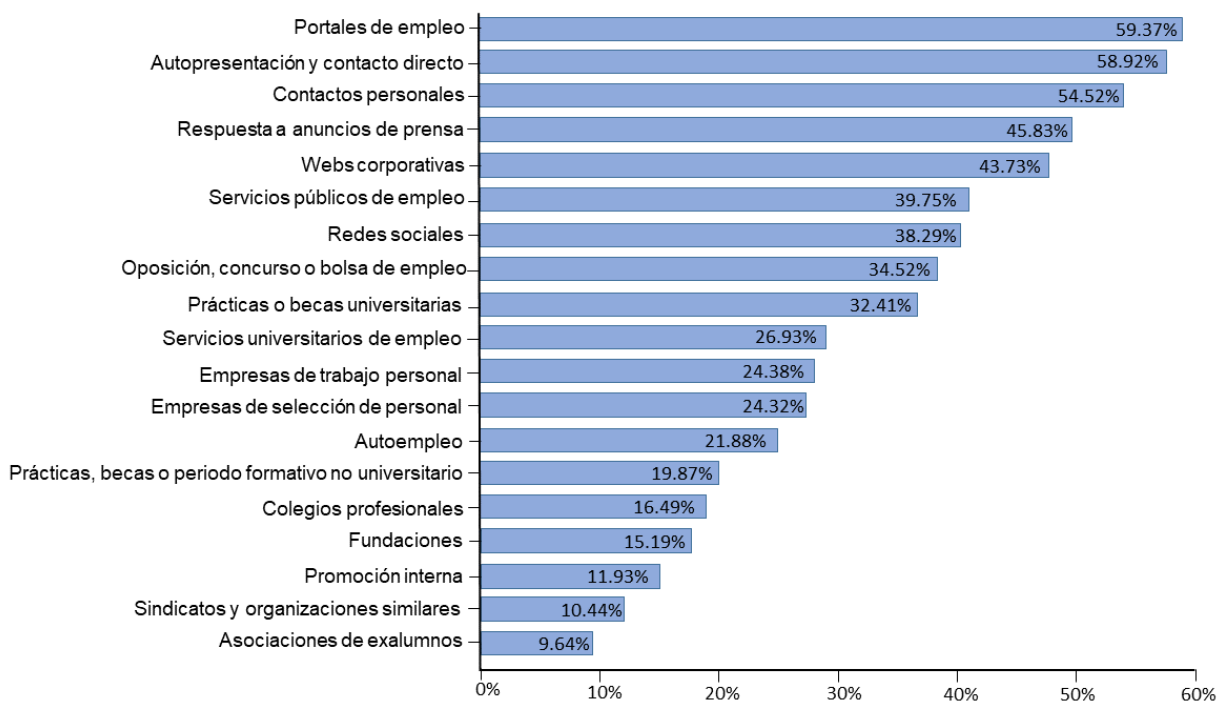


Figura 30: Métodos de búsqueda de empleo más utilizados en España.

Fuente: Michavila, *at al.*, 2017.

Nota: Datos obtenidos de 6,738 personas que han finalizado sus estudios universitarios entre 2013/2014.

Anexo 2

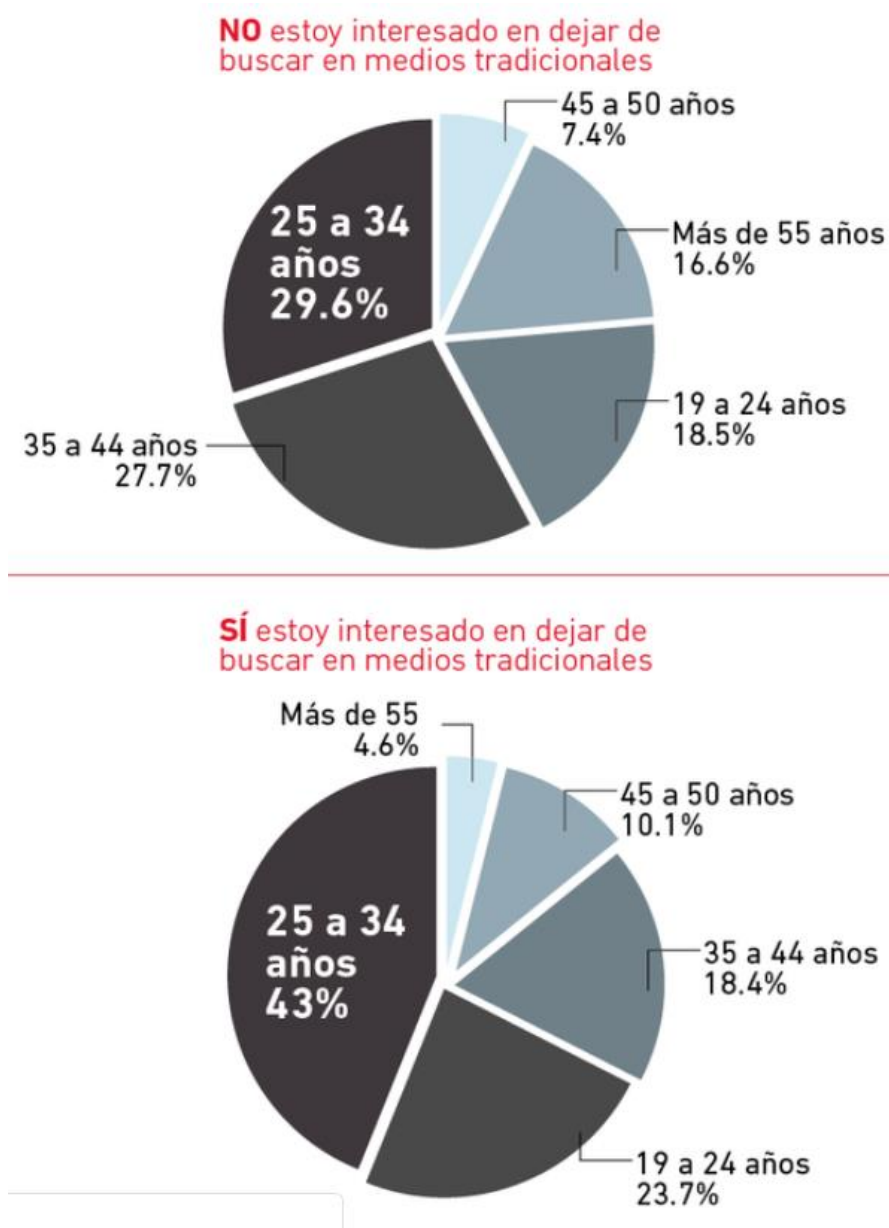


Figura 31: Impacto de las bolsas de trabajo en internet y redes sociales en la búsqueda de trabajo.

Fuente: Merca2.0, 2019

Nota: Datos obtenidos de 640 personas encuestadas mayores a 19 años.

Anexo 3



Figura 32: Logotipo de LinkedIn, Tecoloco y CompuTrabajo.

Fuente: (Tecoloco.com, CompuTrabajo, LinkedIn, 2019).

Nota: Los logotipos de Tecoloco y CompuTrabajo solamente son utilizados en América.

Anexo 4

Tabla 8

Población de Empresas

<u>Plataformas utilizadas</u>	<u>Empresas que las utilizan</u>
Tres plataformas	4
Dos plataformas	39
Una plataforma	408
Total general	451

Fuente: Elaboración propia, en base a datos obtenidos de Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn.

Nota: Se calcula el número de empresas que publicaron al menos una oferta en mayo.

Anexo 5

Tabla 9

Número de graduados por universidad del 2007 al 2017

Nombre de la institución	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Albert Einstein	226	227	37	30	49	40	57	42	43	56	48
Autónoma de Santa Ana	99	113	95	96	86	133	100	127	120	106	144
Capitán General Gerardo Barrios (*)	1,198	505	541	455	677	686	1,139	1,098	918	1,063	929
Católica de El Salvador (*) (a)	291	336	347	357	720	906	1,065	938	1,179	1,112	1,145
Centroamericana José Simeón Cañas- UCA(a)	1,113	1,211	1,210	1,150	1,229	1,187	1,203	1,314	1,082	1,193	1,256
Cristiana de las asambleas de Dios	56	83	75	91	90	96	85	62	70	87	70
de El Salvador (*) (p)	2,976	3,265	3,148	3,373	4,144	4,470	4,451	4,004	4,051	4,036	4,507
de Oriente (a)	557	626	435	658	557	493	860	839	794	775	623
de Sonsonate	188	234	209	247	274	302	417	306	348	305	282
Don Bosco- UDB (a)	311	426	705	578	703	1,228	881	948	953	1,118	1,102
Dr. Andrés Bello (*)	639	676	880	990	1,136	1,341	1,632	1,433	1,622	1,480	1,514
Dr. José Matías Delgado (a)	341	347	448	612	655	817	846	930	746	574	645
Evangélica de El Salvador (a)	340	361	382	374	433	437	433	472	471	494	489
Francisco Gavidia (*) (a)	820	782	788	789	1,126	992	1,225	1,267	1,371	1,168	1,290
Luterana Salvadoreña (*)	50	38	44	40	80	0	110	102	150	246	326
Modular Abierta (*)	361	509	485	606	498	643	702	726	691	446	639
Monseñor Oscar Arnulfo Romero	112	127	137	129	170	193	293	236	239	202	235
Nueva San Salvador	138	119	86	47	101	65	73	35	55	78	99
Panamericana (*)	224	135	276	246	307	325	328	247	295	337	333
Pedagógica de El Salvador	465	513	739	1,090	1,831	1,231	998	1,282	1,193	826	678
Politécnica de El Salvador	162	163	139	91	74	100	86	96	108	122	118
Salvadoreña Alberto Masferrer (a)	225	121	141	132	141	205	238	227	300	304	352
Técnica Latinoamericana	26	55	42	35	12	32	59	73	38	29	81
Tecnológica de El Salvador (a)	1,270	1,331	1,356	1,352	1,349	1,656	1,799	1,920	1,909	1,924	2,139
Total universidades	12,188	12,303	12,745	13,568	16,442	17,578	19,080	18,724	18,746	18,081	19,044
Total general											178,499

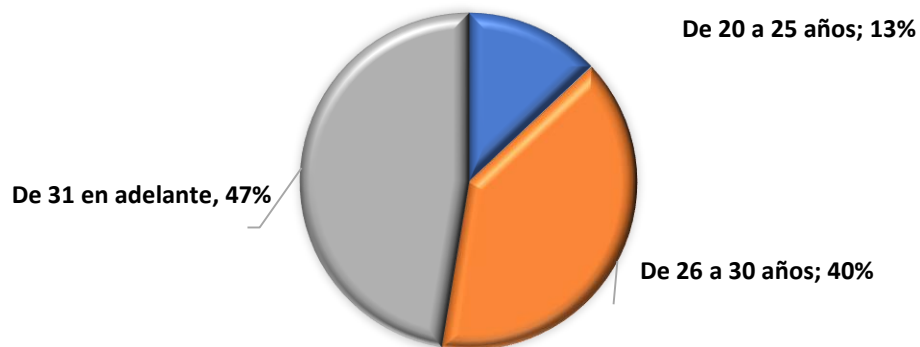
Fuente: Elaboración propia, en base a datos MINED 2019.

Nota: (A) Institución Acreditada ó Reacreditada, (P) Institución Pública, (*) Incluye centros regionales.

Anexo 6

Edad

Opciones	Fa	Fr%
De 20 a 25 años	50	13%
De 26 a 30 años	152	40%
De 31 en adelante	182	47%
Total general	384	100%

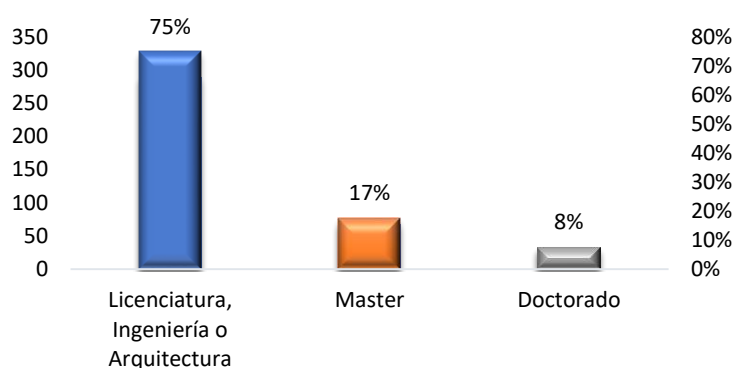


Interpretación de Resultados: El 47% de los graduados en educación superior encuestados son mayores de 31 años, el 40% de los profesionales en estudio se encuentran entre el rango de 26 a 30 años de edad, y el solamente el 13% restante ronda de los 20 a 25 años de edad.

Análisis de Resultados: La mayoría de los encuestados cuentan con edad de 26 años en adelante, siendo este un indicador que las personas en este rango han culminado con estudios superiores y se encuentran en una etapa de madurez, cuentan con metas establecidas y se enfocan en mejorar en su vida profesional, utilizando para esto las herramientas que la tecnología les brinda y que aumentan su presencia en el ámbito digital, con el fin de aprovechar todas las nuevas oportunidades posibles que mejoren su estilo de vida.

Grado académico

Opciones	Fa	Fr%
Licenciatura, Ingeniería o Arquitectura	288	75%
Master	67	17%
Doctorado	29	8%
Total general	384	100%

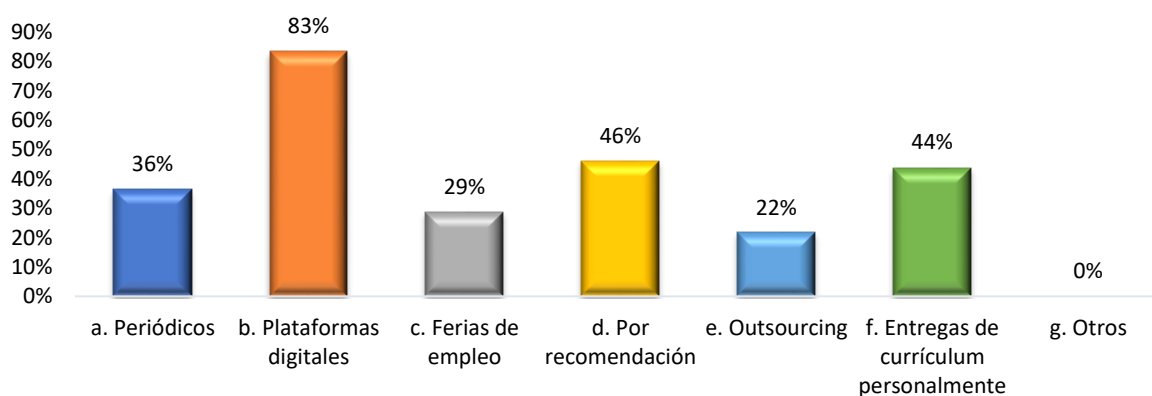


Interpretación de Resultados: El 75% de los graduados en educación superior encuestados poseen título académico de Licenciados, Ingenieros o Arquitectos, el 17% de los encuestados se titularon de Masters y solamente el 8% de la población encuestada obtuvo el título en doctorado.

Análisis de Resultados: Un alto porcentaje de graduados en educación superior culminan sus estudios al recibir su titulación de Licenciatura, Ingeniería o Arquitectura, pero muchos de los profesionales continúan en constante búsqueda de mejores oportunidades de empleo justificando así su mayor presencia en las plataformas digitales y su conocimiento acerca de estas, por ende, la cantidad de masters o doctores que utilizan las plataformas y fueron parte de la investigación es mucho menor.

1. Principales medios de búsqueda de empleo

Medios	Fa	Fr%
a. Periódicos	140	36%
b. Plataformas digitales	320	83%
c. Ferias de empleo	110	29%
d. Por recomendación	177	46%
e. Outsourcing	83	22%
f. Entregas de currículum personalmente	168	44%
g. Otros	5	1%

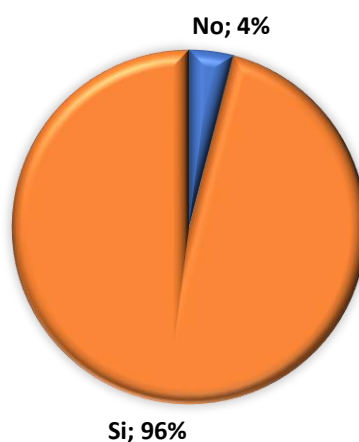


Interpretación de resultados: El 36% de los graduados en educación superior utilizan los periódicos para buscar empleo, el 83% de profesionales por medio de plataformas digitales, el 29% de graduados ha asistido a ferias de empleo, el 46% profesionales lo han recomendado, el 22% de los profesionales encuestados ha utilizado los outsourcings, el 44% de graduados ha entregado currículum personal y solamente el 1% ha utilizado otros medios a los listados.

Análisis de resultados: En el proceso de búsqueda de empleo se identifica el uso de diferentes medios, sin embargo la mayor parte de encuestados lo realizan principalmente a través de las plataformas digitales, dejando en menor opción métodos tradicionales como ferias de empleo, periódicos, entre otros; siendo este un indicador del alto nivel uso que están dando a las herramientas digitales, permitiendo considerar una primera impresión de la efectividad y funcionamiento al convertirse en la primera opción de los profesionales.

8. Las plataformas le permiten buscar empleo según sus intereses.

Opciones	Fa	Fr%
No	38	10%
Si	345	90%
Total general	383	100

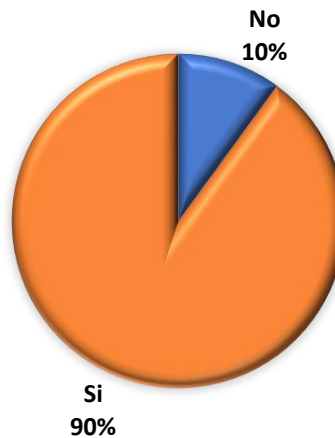


Interpretación de resultados: El 10% de los graduados en educación superior encuestados no realizan búsquedas de ofertas de empleo específicas según el interés, pero el 90% de los profesionales detectan el beneficio de realizar búsquedas de ofertas publicadas en las plataformas digitales que se acoplen a sus intereses.

Análisis de resultados: Los profesionales cuentan con la facilidad de realizar una búsqueda exacta a partir de la definición de sus áreas y habilidades de interés, que por medio de estos filtros la plataforma muestra las ofertas compatibles, presentando así solo plazas que puedan interesar al usuario y ahorrando su tiempo en la búsqueda y potenciando la oportunidad de encontrar un empleo en el cual desarrolle sus conocimientos, contando con variedad de opciones para aplicar.

10. Recibe notificaciones de nuevas ofertas.

Opciones	Fa	Fr%
No	77	20%
Si	304	80%
Total general	381	100%

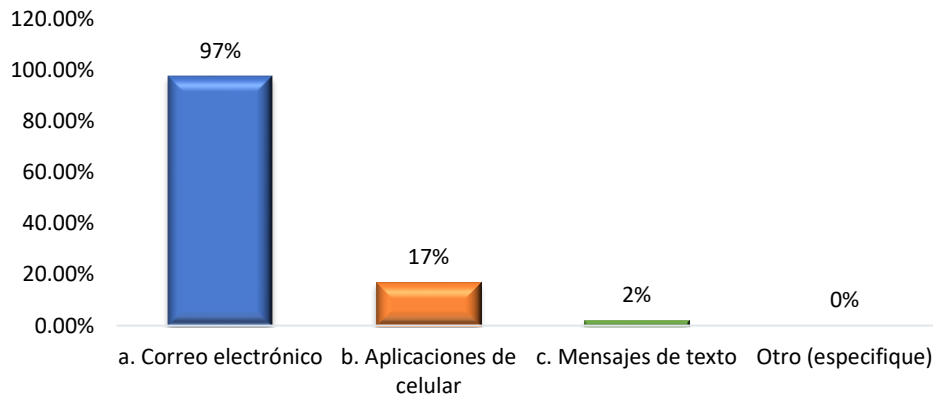


Interpretación de Resultados: El 20% de los graduados en educación superior encuestados mantiene desactivada la opción de recibir notificaciones de ofertas de empleo que brindan las plataformas digitales, pero el 80% de profesionales si tiene activas las notificaciones de nuevas ofertas de empleo.

Análisis de Resultados: La activación de notificaciones a través de los diferentes medios es una opción que permite al usuario estar informado plazas que son compatibles a su perfil siendo la gran mayoría la que utiliza este beneficio, con el objetivo de aprovechar y no perder nuevas plazas existentes, son opciones como estas que ayudan a mejorar el proceso de búsqueda manteniéndolo activo a través de estos avisos que permiten al interesado no perder nuevas oportunidades.

11. Recibe notificaciones de nuevas ofertas.

Opciones	Fa	Fr%
a. Correo electrónico	270	97%
b. Aplicaciones de celular	47	17%
c. Mensajes de texto	6	2%
Otro (especifique)	0	0.00%
Total general	323	100%

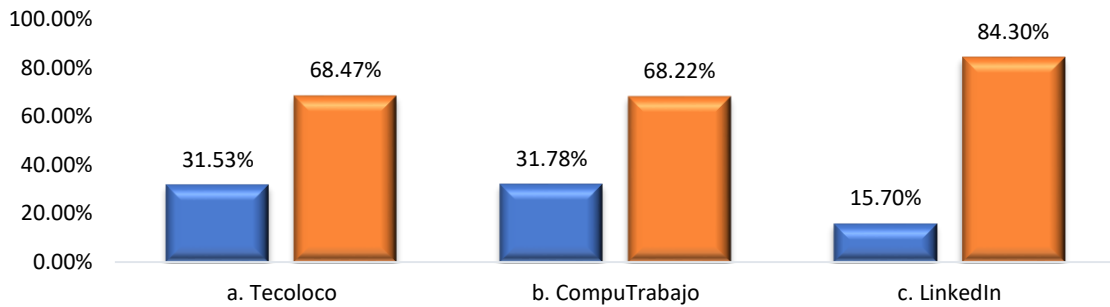


Interpretación de resultados: Un porcentaje del 97% de los graduados en educación superior reciben notificaciones de nuevas ofertas de empleo por medio del correo electrónico, seguido por el 17% a través de aplicaciones del celular que representa menos de la cuarta parte de los encuestados y el 2% por mensaje de texto siendo un medio poco utilizado por las empresas usuarias de las plataformas de empleabilidad.

Análisis de resultados: La mayoría de los profesionales encuestados coincidieron en que las notificaciones de una nueva oferta de empleo las recibían por medio de correo electrónico debido a que para hacer una cuenta en este tipo de plataformas lo utilizan, y permiten que se envíe información de las plazas de interés que cada usuario seleccione. Las plataformas de empleabilidad poseen su aplicación para acceder desde su celular y enviarles a los profesionales las nuevas ofertas colocándolas como segunda opción de visualizar ofertas de empleo.

42. Empleos efectivos por plataforma.

	Fa	Si	Fr%	Fa	No	Fr%	Total
a. Tecoloco	93		32%	202		68%	295
b. CompuTrabajo	82		32%	176		68%	258
c. LinkedIn	38		16%	204		84%	242

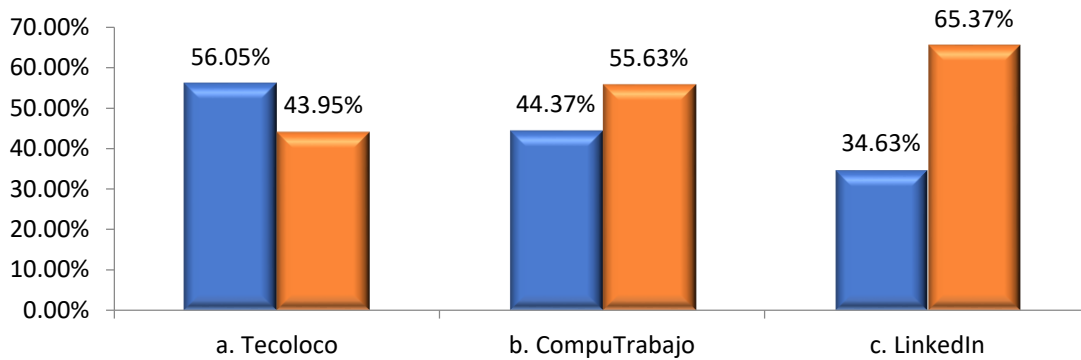


Interpretación de resultados: El 32% de graduados en educación superior participantes en la investigación han encontrado empleo por medio de Tecoloco, el 32% de los profesionales ha sido contratado por medio de la plataforma digital CompuTrabajo y el 16% graduado encuestado obtuvo un empleo a través de LinkedIn.

Análisis de resultados: El número total de graduados en educación superior que nunca han encontrado empleo por medio de las plataformas como Tecoloco, CompuTrabajo y LinkedIn es alto, considerando la difícil situación laboral de país los porcentajes de empleos efectivos son aceptables. Siendo CompuTrabajo la que tiene el mayor porcentaje de contrataciones, seguido por Tecoloco y por último LinkedIn.

44. Conocidos contratados por medio de plataformas digitales

	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Total
	Si		No		
a. Tecoloco	176	56%	138	44%	314
b. CompuTrabajo	130	44%	163	56%	293
c. LinkedIn	98	35%	185	65%	283



Interpretación de resultados: El 56% de los graduados en educación superior encuestados conocen a alguien que ha sido contratado por medio de Tecoloco, el 44% de los profesionales asegura tener conocidos que fueron contratados a través de CompuTrabajo, mientras que solo el 35% de graduados encuestados indico que obtuvieron empleo por medio de LinkedIn.

Análisis de resultados: Tecoloco es la plataforma con mayor percepción de efectividad, donde la mayoría de los graduados encuestados, si bien no han tenido la oportunidad de ser contratados conocen a alguien que sí. Por otro lado, LinkedIn, además de tener el menor porcentaje de contrataciones también tiene el menor porcentaje en percepción de efectividad entre los profesionales encuestados.

45. Realización de cambio de contraseña

Opciones	Fa	Fr%
No	161	44%
Si	203	56%
Total general	364	100%

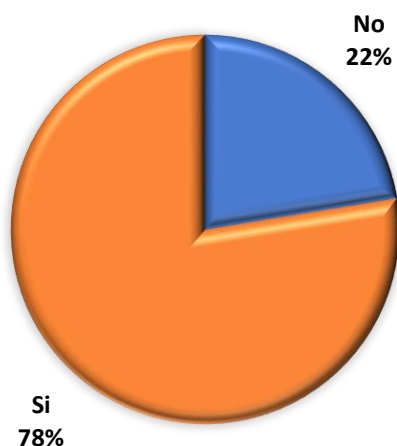


Interpretación de resultados: Un porcentaje del 44% de los graduados en educación superior que participaron en la investigación nunca han tenido que realizar cambios de contraseña en las plataformas, mientras que el 56% de los profesionales encuestados si lo han requerido en algún momento.

Análisis de resultados: La mayoría de los graduados en educación superior usuarios de las plataformas ha tenido que realizar cambios de contraseña en alguna ocasión, lo cual podría llegar a generar dificultad al acceder a las plataformas digitales de empleabilidad. Olvidar o tener problemas al acceder a la cuenta genera inconvenientes si esta no se restablece rápidamente.

46. Facilidad en recuperar la contraseña.

Opciones	Fa	Fr%
No	50	22%
Si	173	78%
Total general	223	100%



Interpretación de resultados: De los graduados en educación superior que han tenido que recuperar su contraseña el 78% considera que el proceso para recuperarla ha sido fácil, por otra parte, el 22% de los profesionales encuestados manifiesta haber tenido dificultad en el proceso de acceder a la cuenta.

Análisis de resultados: A pesar de que el proceso de recuperación de contraseña puede generar dificultad al acceder a las plataformas digitales de empleabilidad muchos de los profesionales consideran que es un proceso fácil de realizar. Pero es tedioso tener que estar pidiendo confirmación o preguntas claves para recuperarla, aunque los pasos para reestablecerla no sean demasiados.

Anexo 7

Informe de Analisis Psicológico sobre el uso de plataformas digitales para la búsqueda de empleo desde la perspectiva profesional.

La evaluación se efectúa a un Focus Group virtual conformado por un total de 7 participantes, de nivel académico superior, en el rango de edades de 24 a 34 años a los cuales se les realiza una serie de preguntas con el objetivo de comprender la efectividad de las plataformas digitales en la búsqueda de empleo desde la perspectiva de profesionales, de la cual se evaluaron las razones que los motivaron al uso de plataformas digitales para la búsqueda de empleo en el salvador, de donde se obtuvieron los resultados siguientes:

Los Participantes se mostraron interesados, atentos y colaboradores el momento de aportar sus conocimientos sobre el uso de las plataformas, mostraron amplio conocimiento respecto a su uso, revelando una percepción positiva, exponiendo mayor conocimiento y uso de las plataformas de CompuTrabajo y Tecoloco.com, ostentando agrado y aprobación a dichas plataformas y reconociendo las ventajas del uso de estas en comparación a los medios tradicionales de búsqueda de empleo, ante los cuales se observa frustración debido a la experiencia previa obtenida sobre el uso de estos, como la cantidad de tiempo y dinero invertido en utilizar estos medios tradicionales como lo son, la necesidad de imprimir una gran cantidad de Currículos, largas filas en las ferias de empleo, mayor cantidad de oportunidades para escolaridades medias, compra de periódicos, direcciones desconocidas para entregar documentos, entre otros.

Se observo que dentro de las razones que motivaron a los participantes a utilizar medios virtuales para la búsqueda de empleo es la imagen y/o **percepción** que ellos poseen en cuanto a la **efectividad** de dichas plataformas para la búsqueda de empleo, la cual es obtenida por la experiencia conseguida conforme a su uso, así como también por las referencias brindadas por sus conocidos, asimismo la facilidad para **filtrar** la información y encontrar **rápidamente** la oferta de empleo acorde a sus preferencias y nivel académico, así también, la factibilidad de poder recibir notificaciones de las nuevas ofertas publicadas, de ofertas laborales específicas en cualquier momento del día a través de sus correos, aplicaciones, medios electrónicos como teléfonos móviles, tabletas o computadoras portátiles,


Figura 33: Análisis Psicológico Parte 1.

Fuente: Licenciada Nathaly Flores

Informe de Analisis Psicológico sobre el uso de plataformas digitales para la búsqueda de empleo desde la perspectiva profesional.

así como la posibilidad de poder transmitir información requerida para poder aplicar a dichas ofertas a través de la distancia, excluyendo la necesidad de trasladarse al lugar para presentar documentos y aplicar a la oferta laboral.

En conclusión, sin dejar de lado la **efectividad** en la búsqueda de empleo expresada por los participantes y de la percepción positiva que se posee de dichas plataformas, los factores motivantes vienen de la **aceptación natural** del segmento de población elegido para el estudio para entablar relaciones laborales y sociales de manera digital, las motivaciones están inmersas en la naturaleza de dicha generación, debido a que estos se encuentran dentro de la era digital, lo que deriva en la facilidad de adaptarse a las nuevas plataformas digitales mas que a los medios tradicionales, debido a las implicancias que estas poseen y que fueron mencionadas con anterioridad.



Licda. Nathaly Guadalupe Flores
Licenciada en Psicología

Figura 34: Análisis Psicológico Parte 2.

Fuente: Licenciada Nathaly Flores.