

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PROPUESTA DE RECLUTAMIENTO ONLINE PARA LA EMPRESA  
MARAKOS 490 CHICLAYO - LAMBAYEQUE 2018**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR  
EMILY BRIGGITE CASTAÑEDA DAVILA**

**ASESOR  
LINDA MARITA CRUZ PUPUCHE**

<https://orcid.org/0000-0002-8600-8032>

**Chiclayo, 2021**

**PROPUESTA DE RECLUTAMIENTO ONLINE PARA LA  
EMPRESA MARAKOS 490 CHICLAYO -  
LAMBAYEQUE**

**PRESENTADA POR:**

**EMILY BRIGGITE CASTAÑEDA DAVILA**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**APROBADA POR:**

Cesar Luis Jesús Olivos Villasis  
PRESIDENTE

Cesar Manuel Chuman Cabezas  
SECRETARIO

Linda Marita Cruz Pupuche  
VOCAL

## **Dedicatoria**

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado presente en cada paso que he dado, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me ha presentado sin dudar en mi capacidad e inteligencia.

*Emily Brigitt*

## **Agradecimiento**

A la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque en sus aulas, he recibido el conocimiento intelectual y humano de cada uno de los docentes de la Facultad de Ciencias Empresariales en la Escuela Profesional de Administración de Empresas.

En especial agradezco a mi asesora, la Mgtr. Cruz Pupuche Linda Marita por su visión crítica, conocimientos, experiencia y su motivación para lograr concluir con éxito el proyecto. A todas las personas que han formado parte de mi vida profesional, agradecerles por su valiosa amistad, paciencia, consejos y compañía en los momentos mayor dificultad en mi vida estudiantil.

*Emily Brigitte*

## Índice

Resumen.....	8
Abstract.....	9
I. <b>Introducción</b> .....	10
II. <b>Marco teórico</b> .....	11
2.1. Antecedentes .....	11
2.2. Bases teórico científicas .....	13
III. <b>Metodología</b> .....	17
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	17
3.2. Diseño de investigación.....	17
3.3. Población, muestra y muestreo .....	17
3.4. Criterios de selección .....	18
3.5. Operacionalización de variables .....	18
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	20
3.7. Procedimientos.....	20
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos .....	21
3.9. Matriz de consistencia .....	21
Consideraciones éticas .....	23
IV. <b>Resultados</b> .....	23
Tabla 4: Promedio total .....	23
Gráfico 1 Resultados descriptivos por dimensiones sociodemográficas. ....	24
Gráfico 3Análisis de las preguntas de contenido .....	25
Gráfico 4Análisis de las preguntas de forma .....	26
Gráfico 5Análisis de las preguntas de función .....	27
V. <b>Discusión</b> .....	27
VI. <b>Propuesta</b> .....	28
Ilustración 2: Propuesta de una pagina web .....	29
Ilustración 4 Contenido de la propuesta.....	29
VII. <b>Conclusiones</b> .....	36
VIII. <b>Recomendaciones</b> .....	37
IX. <b>Referencias</b> .....	38
X. <b>Anexos</b> .....	39

## Lista de tablas

Tabla 1: Cuadro de distribución de colaboradores.....	18
Tabla 2: Operacionalización de variables en base a (Cober et al., 2004).....	19
Tabla 3: Matriz de consistencia .....	21
Tabla 4: Promedio total.....	22

## Lista de gráfico

Gráfico 1 Resultados descriptivos por dimensiones sociodemográficas.....	23
Gráfico 2 <i>Resultados descriptivos de las dimensiones</i> .....	23
Gráfico 3Análisis de las preguntas de contenido .....	24
Gráfico 4Análisis de las preguntas de forma.....	25
Gráfico 5Análisis de las preguntas de función .....	26

## **Resumen**

El estudio de este apartado es realizar una propuesta de reclutamiento online para la empresa Marakos 490, dado que el propósito de la investigación es optimizar el tiempo del postulante como también del reclutador, debido a que en el proceso sufría inconsistencias tanto en la información que se brindaba como lo que buscaba la empresa.

Asimismo, se planteó como objetivo principal elaborar la propuesta de reclutamiento online para consolidar el proceso en la empresa Marakos 490, Chiclayo-Lambayeque.

La investigación fue cuantitativa, de tipo aplicada, de nivel descriptivo y de diseño no experimental y transversal; después de ello se pretende utilizar los datos obtenidos en la encuesta para elaborar una propuesta, cabe recalcar que se utilizaron encuestas con escala Likert para medir la opinión de los participantes basada en el modelo del autor Cober. En cuanto a los resultados primero se decidió medir las dimensiones y obtener las preguntas mejor calificadas, siendo estos los indicadores que se tomarán en cuenta en la propuesta, ya que, la empresa cuenta con un reclutamiento online pero al evaluar cómo están presentando sus convocatorias se ve a grandes rasgos que su contenido, su presentación y su funciones son incompletas, por lo que esta investigación resolverá su problema principal de la empresa, minimizando de este modo a los participantes incompetentes y sobre todo a personas que incumplen con el perfil del puesto de trabajo.

**Palabras clave:** Convocatoria, reclutamiento, postulante, participante.

Clasificaciones JEL: M10, M19, M31.

**Abstract**

The present study was about the online recruitment used in Marakos, in which an online recruitment proposal will be made for the Marakos 490 company. Its purpose is to obtain the opinion of the workers who have participated in that stage of recruitment.

Likewise, the main objective was to was to prepare the online recruitment proposal to consolidate the process in the company Marakos 490, Chiclayo-Lambayeque.

The research was quantitative, applied type, descriptive level and non-experimental and transversal design. After this, it is intended to use the data obtained in the survey to develop a proposal, it should be noted that Likert scale surveys were used to measure the opinion of the participants based on the model of the author Cober. Regarding the results, it was first decided to measure the dimensions and obtain the best qualified questions, these being the indicators that will be taken in the proposal, since the company has an online recruitment, but when evaluating how they are presenting their calls, it is seen to broadly, its content, its presentation and its functions are incomplete, so this research will solve the company's main problem, thus minimizing incompetent participants and especially people who do not comply with the profile of the position..

**Keywords:** Announcement, recruitment, applicant, participant.

**JEL Classifications:** M10, M19, M31.

## I. Introducción

En la actualidad las opciones para encontrar trabajo han cambiado, se está pasando de un reclutamiento tradicional por periódicos o anuncios, a un reclutamiento online, de modo que los tiempos se han transformado a una era digital, lo cual se puede observar que hasta en el área de ventas, logística y finanza, sus procesos se han digitalizado, debido a que en la actualidad se utiliza los dispositivos electrónicos como: ordenadores, smarphone, tabletas, dado que por medio de ellos se está transmitiendo una información a un grupo de personas enfocadas en una misma actividad. Estos avances ayudan a las organizaciones sean micro o grandes empresas a conseguir talento humano de manera personalizada y dinámica, es por ello, que los procesos se han optimizado en cuanto al tiempo, costo y la calidad de gestión (Liquidano-rodríguez et al., 2016).

Una investigación logró detectar que algunas empresas corporativas utilizan sus sitios web para reclutar personal, mientras que otros ofrecen el servicio completo de contratación electrónica.

Tong and Sivanand (como se citó en Yoon & Tong, 2009). Pero en comparación a la actualidad los estudios indican que, mientras las empresas recurren a publicar los anuncios en sus páginas web, los postulantes buscan ofertas laborales en las redes sociales, bolsas de trabajo, LinkedIn y Facebook (como se citó en Kryger y Esmann, 2018).

Es importante definir ¿Qué es el reclutamiento online?, como toda innovación necesita una base tradicional, la teoría menciona que el reclutamiento es un conjunto de procesos que las empresas organizan para localizar, atraer y captar, participantes potenciales para cubrir un puesto, Chiavenato (como se citó en Carla Rodríguez González, 2016). Por lo que el reclutamiento online es atraer el mayor número de candidatos potenciales a través de una herramienta digital como es el internet a esto se le llama: Reclutamiento 2.0, debido que el procedimiento es llevado a plataformas virtuales. Informe empleos (como se citó en Carla Rodríguez González, 2016).

En base a estas teorías las empresas de Chiclayo también han optado por realizar esta nueva modalidad de reclutamiento, en donde se encuentran participantes potenciales con la finalidad de cubrir un puesto de trabajo, de una manera más eficiente. Se ha podido observar también en el sector gastronómico el reclutamiento online en pequeñas proporciones, ya que, en la ciudad de Chiclayo la gran mayoría prefieren reclutar personal de manera tradicional, en este sentido prevalece el temor y la falta de información que tienen algunos gerentes, esta experiencia laboral compartió el gerente de Marakos debido a que tiene amistades dedicadas al mismo rubro que están optando por dar a conocer sus puestos de trabajo a través del reclutamiento online.

La presente investigación se basará en la empresa Marakos grill o Marakos 490 que está a cargo del señor José Luis Dongo, mencionó que el restaurante está destinado a brindar servicios gastronómicos en carnes y parrillas, dentro de estos servicios se necesita de un reclutamiento

selectivo, ya que Marakos es una empresa caracterizada por brindar un buen servicio en la atención al cliente; en ese sentido se está necesitando mejorar la propuesta de reclutamiento online debido a que presenta inconvenientes para la elaboración de sus convocatorias de trabajo que se dan a conocer en la plataformas de CompuTrabajo, que por la escasa planeación de este proceso las personas no postulan a la convocatorias lanzadas en este portal de trabajo debido a que carecen de conocimiento para hacerlo, tampoco cuenta con una presentación para que los postulantes que visitan esta plataforma vean la transparencia, la confianza y el dinamismo que hoy en día buscan los trabajadores; haciendo que los postulantes no lleguen a concluir el proceso de selección.

En base a la problemática ya explicada en líneas anteriores determinamos a hacer la pregunta de la investigación:

¿Cómo mejorar el reclutamiento online en la empresa Marakos 490 para consolidar el proceso de convocatoria?

Planteo como objetivo general: Elaborar una propuesta de reclutamiento online para consolidar el proceso de convocatoria en la empresa Marakos 490, Chiclayo-Lambayeque, como objetivos específicos (1) analizar del contenido adecuado para un reclutamiento online que requiera la empresa Marakos 490, (2) analizar la forma que tienen las ofertas laborales de la empresa Marakos 490, y por último (3) realizar un análisis de la función que cumple el reclutamiento online para los trabajadores de la empresa Marakos 490.

La presente investigación está compuesta por 9 capítulos de la cual en el primer capítulo contendrá la introducción donde se relatará a grandes rasgos lo que es el reclutamiento y la problemática, como también los objetivos de la investigación, el segundo capítulo contiene el marco teórico en donde se presentó los antecedentes de investigaciones con el mismo tema en común; dentro del marco teórico también se ha considerado las bases teóricas, en el capítulo tercero se presenta la metodología y se detalla el tipo de investigación, el diseño, la población, los criterios de investigación, el procedimientos, entre otras, en los capítulos siguientes se menciona los resultados seguido de la discusión, elaboración de la propuesta de reclutamiento online y los últimos capítulos son referentes a las conclusiones y recomendaciones.

## **II. Marco teórico**

### **2.1. Antecedentes**

El propósito del reclutamiento electrónico y el papel de estos sitios de redes según Melanthiou, Pavlou, & Constantinou (2015) el autor da a conocer la identificación de las empresas al usar las redes sociales durante su proceso de reclutamiento para atraer y seleccionar candidatos, los hallazgos de la investigación indican que el método de contratación en línea tiene muchos beneficios, pero también trampas de lo cual los reclutadores deberían estar conscientes. Además, concluye que la práctica contemporánea de proyección de empleados a través de las redes sociales puede afectar mucho la decisión de contratación y las implicaciones legales, es probable que surja con el uso incorrecto de la información.

En la revista OIKOS desarrollado por Hernández, Liquidano Y Silva (2016) el objetivo que se tomó en este trabajo fue identificar y describir las prácticas de reclutamiento y selección de talento humano que aplican las empresas a través de las redes sociales Facebook y LinkedIn, para lo cual se diseñó un estudio no experimental, de corte cuantitativo, de carácter exploratorio, aplicando un cuestionario.

Los resultados muestran la tendencia de uso de estas redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección de personal, su utilidad con respecto a fuentes y medios convencionales, así como los beneficios que se pueden obtener. Además, se documentan los principales motivos por los que los reclutadores respondientes han descartado a candidatos después de revisar su perfil en estas redes sociales.

En la revista Iberoamérica desarrollada por Castro et al. (2016) su investigación menciona que su objetivo para desarrollar el estudio es identificar el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC), en los sistemas de reclutamiento y selección de personal de las empresas en México. Los fundamentos teóricos vinculados con la importancia de los procesos metodológicos para la contratación de personas y las herramientas tecnológicas que la facilitan en las organizaciones mexicanas, es un tema novedoso y desconocido para las micro y pequeñas empresas, pues la mayoría lleva a cabo procesos manuales. En la medida que se automatizan asegurarán la elección del personal idóneo para lograr sus objetivos estratégicos.

De la revista Redalyc desarrollada por Mababu (2016). En este estudio analiza la experiencia de 416 directivos y profesionales de recursos humanos en España sobre el uso de las redes sociales. Sus resultados indican que la mayoría de las empresas encuestadas están utilizando activamente las redes sociales no solamente para identificar, captar y reclutar a los mejores candidatos que necesitan, sino también para crear o reforzar la reputación corporativa de sus respectivas empresas.

Con lo que respecta al reclutamiento utilizando como herramienta los sitios de redes sociales Contreras et al. (2017). Menciona que el estudio del tema ha despertado a lo largo del tiempo un interés en el mundo científico, lo que permitió identificar los usos que las empresas le están dando a estas plataformas en el mercado laboral. Los principales resultados muestran que el contenido publicado por los candidatos repercute en las decisiones de los reclutadores, es por eso que las ofertas laborales por redes sociales no son asertivas por lo que la discriminación que estas acarrearán ha desencadenado un debate ético y legal, donde países como Estados Unidos han desarrollado iniciativas legales para regularlas. Con esto se logró crear bases para futuras investigaciones en torno a un tema que está incidiendo significativamente en la dinámica empresarial actual.

Son muchas de las organizaciones que buscan talento humano para reclutarlo en sus diferentes puestos de trabajo, por esto es importante asegurarse de utilizar los métodos correctos para identificar y atraer al mejor talento para la organización. Koch, Gerber, & Klerk (2018) su propósito es investigar el impacto de las redes sociales en el proceso de reclutamiento en

Sudáfrica, teniendo en cuenta una muestra que estuvo compuesta por 12 reclutadores, que abarca una amplia gama de industrias en Sudáfrica. Se realizaron entrevistas semiestructuradas y se utilizó un análisis temático para identificar temas y subtemas, llegando a la conclusión que, a pesar de seguir utilizando algunos métodos tradicionales para el reclutamiento, los reclutadores sudafricanos siguen a sus contrapartes internacionales, siendo LinkedIn el centro de sus respectivos procesos de reclutamiento. Se descubrió que el uso de Twitter y Facebook para el reclutamiento era sustancialmente menor en Sudáfrica que en cualquier otro lugar.

## 2.2. Bases teórico científicas

La introducción se hace referencia al reclutamiento online interno, el cual es un conjunto de técnicas y procedimientos que se proponen atraer posibles trabajadores, capaces de ocupar puestos dentro de la organización. Básicamente es un sistema de información, mediante la cual la organización pueda colocar sus anuncios laborales (Chiavenato, 2007).

Es importante que en el inicio del reclutamiento no solo sea importante para la organización sino también para los candidatos, ya que desean obtener una información precisa de cómo sería trabajar en la organización; y por otro lado las organizaciones desean obtener información precisa del tipo de empleado que será el próximo trabajador Milkovich y Boudreau (como se citó en García, 2013)

Se denomina Recursos Humanos al trabajo que aporta un conjunto de empleados o colaboradores de una organización. Pero lo usual es llamar así al proceso que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización. Y de este modo se busca las aportaciones que las personas efectúan al objetivo común de alcanzar las metas de la organización a la que pertenecen Werther y Davis (como se citó en García, 2013). Existen dos tipos de reclutamientos: Reclutamiento interno, es cuando al haber una determinada vacante, la empresa trata de llenarla mediante el reacomodo de sus empleados, los cuales pueden ser promovidos (movimiento vertical) o transferidos (movimiento horizontal) o transferidos con promoción (movimiento diagonal) (Chiavenato, 2007). Reclutamiento externo, funciona con candidatos que provienen de fuera. Cuando hay una vacante en cualquier área, la organización trata de cubrirla con personas extrañas, es decir, con candidatos externos atraídos mediante las técnicas de reclutamiento (Chiavenato, 2007). Para realizar un reclutamiento externo, se presenta algunas técnicas para manejar este proceso: Consulta de los archivos de los candidatos, esto se refiere al currículum de cada participante o también llamada hoja de vida, recomendación de candidatos por parte de empleados de la empresa, carteles o anuncios en la puerta de la empresa, tener convenios con (universidades, escuelas, asociaciones estudiantiles), ferias de empleo en las universidades, anuncios en periódicos y revistas, agencias de colocación o empleo, reclutamiento en línea en donde se puede tener contacto con la empresa a postular y es por ese medio que se le puede hacer llegar la información personal para que posteriormente en una posible elección, se te tenga en cuenta.

## **Pasos del proceso de reclutamiento**

Un procedimiento tan importante en el cual involucra personas que serán representantes de una organización es necesario seguir pasos, para que el proceso de reclutamiento sea más efectivo, según (González, 2012) se debe:

1. Determinar las necesidades tienes como reclutador y de este modo poder evaluar, después de haber establecido una necesidad primordial, se realiza una descripción del puesto que se desea publicar posteriormente.
2. El reclutador deberá considerar filtrar los Currículum vitae, de modo que seleccionará algunos participantes con el fin de poder conversar personalmente y poder evaluar sus habilidades blandas que concuerde con el puesto de trabajo, es decir, aquí se realiza la acción de sondeo de personal.
3. El reclutador debe verificar datos y comenzar con la inducción a los candidatos seleccionados, siendo necesario informarle al candidato las: (áreas, actividades de su puesto laboral, pagos o información sobre sus beneficios), una vez ya dentro de la empresa se debe tener en cuenta que toda organización hará un seguimiento de su personal recién ingresado con el fin de poder verificar que esté mejorando en su puesto de trabajo y que cumpla con los indicadores requeridos.

Dentro de uno de los pasos del reclutamiento según Ferraro (como se citó en García, 2013) es primordial recurrir algunos pasos de selección final:

1. Entrevista al participante para conocer datos relevantes con el encargado de selección por un espacio de 10 a 15 minutos, si el candidato postula a un puesto de mayor jerarquía es recomendable realizar una entrevista estructurada en donde se le realizan preguntas elaboradas.
2. El reclutador realizará un informe para que pueda evaluar aquellas habilidades que se hallaron en la entrevista, muchas de las organizaciones realizan pruebas psicométricas para medir habilidades y capacidades (test), hoy en día las organizaciones toman en cuenta la salud de su personal y es por eso que los someten a pruebas médicas para saber en qué condición se encuentra el postulante, como también se le hace una evaluación socioeconómica para tener presente la situación económica del solicitante así mismo hacer hincapié que dentro de este proceso es necesario saber si el postulante no cuenta con antecedentes penales.
3. Se realizaría la contratación en donde se le brinda el contrato explicándole su pago y sus beneficios que como trabajador debe recibir.

## **Reclutamiento online**

El reclutamiento online o reclutamiento 2.0 es el proceso de un modelo de reclutamiento tradicional que es evolucionado y diseñado para reclutar a través de la tecnología con el fin que el proceso sea más acelerado y de este modo ahorrar tiempo en los procesos (Gimeno, 2014). Por esta razón que las empresas están comenzando a utilizar las redes sociales para reclutar talento. Por lo tanto, se puede decir que el reclutamiento 2.0 consiste en la aplicación de herramientas 2.0 a los procesos de reclutamiento y selección (Díaz, 2010). Las herramientas que muchas de las empresas utilizan son la de las redes sociales generalistas en donde este tipo de redes se caracteriza con el fin de facilitar y fortalecer las relaciones personales entre los usuarios que la conforman (Facebook, MySpace), las redes sociales profesionales permite encontrar un nuevo trabajo en la red una de estas páginas es LinkedIn, existen empresas que cuentan blog corporativo en donde permite la interacción de los miembros de la empresa en donde pueden visualizar los anuncios de ofertas laborales internas y externas (Díaz, 2010), por último los portales se encuentran como primera opción para encontrar empleo con un 76% que lo utilizan siempre y un 23% a veces, por lo que el 99% confía en dichos portales con el fin de encontrar empleos solicitados (López, 2015).

### **Modelo de e-recruitment o reclutamiento 2.0**

Se puede destacar que las herramientas del reclutamiento 2.0, han logrado captar talento de forma rápida, eficaz y directa, según Díaz como se citó Manchobas y Betancourt (2015)

**Planificación del proceso e-recruitment:** Desarrollar un plan de trabajo, asegurándose de que sea de forma simple y aplicable en los diferentes casos de búsqueda de candidatos.

**Ejecución del proceso de e-recruitment:** Llevar a la acción las diferentes prácticas definidas en la planificación para obtener una base de datos de candidatos potenciales para las diferentes vacantes.

**Evaluación del proceso de e-recruitment:** Procedimientos que se llevan a cabo para determinar la efectividad del proceso de e-recruitment.

### **Modelo de reclutamiento online Contenido**

El tipo de contenido incluido en los anuncios de trabajo es un antecedente importante de atracción para una variedad de razones. Una relación positiva entre la organización y el empleador hace referencia a la cantidad de contenido encontrado en los materiales de reclutamiento y en la manera de atracción para el postulante (Maurer, Howe, & Lee, 1992).

Por el lado de los solicitantes de empleo han percibido que la información faltante es señal de que una organización es descuidada o desinteresada en la contratación de solicitantes de calidad (Barker & King, 1993). Además de cantidad de contenido disponible para revisión, el

tipo de contenido puesto a disposición de los solicitantes de empleo juega un papel importante en la determinación de su interés en búsqueda de empleo Highhouse y Hoffman (como se citó en Cober, Brown, & Levy, 2004). Un reciente análisis se encontró que el contenido relacionado con la formación es significativo en la atención de los buscadores de trabajo, y de este modo se realiza evaluaciones de una oportunidad de empleo (Cabel & Graham, 2000).

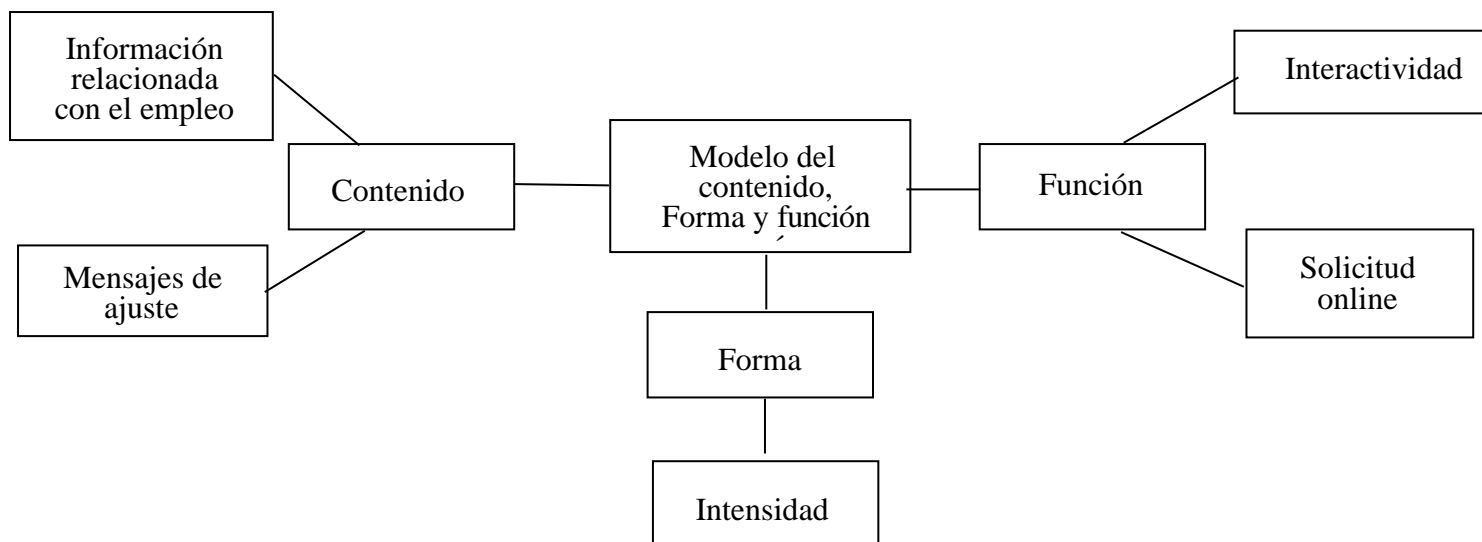
### **Forma**

Para que un solicitante considere requerir a una empresa, la publicidad de contratación debe inicialmente comprometer su interés (Foltman et al., 1991). Internet proporciona un mecanismo dinámico para las organizaciones, atrae a los solicitantes debido a la forma que las comunicaciones del sitio web pueden tomar. La forma más visible (y superficial) para que las organizaciones distinguan el empleo oportunidades es mediante la manipulación de la calidad y estética de los sitios web, la manera en cómo opera un sitio web se ha encontrado que afecta al consumidor en sus actitudes (Coyle & Thorson, 2013), posteriormente puede influir en la atracción a un empleador dentro de la contratación contexto. Los primeros estudios de reclutamiento en línea sugieren que el concepto de la calidad y estética puede ser transferido del comportamiento del consumidor al buscador de trabajo, por lo que afecta las percepciones de los solicitantes de empleo de un empleador Scheu, Ryan y Nona (como se citó en Cober, Brown, & Levy, 2004).

### **Función**

La web también jugará un papel importante en la determinación del éxito del sitio como un reclutamiento mecanismo. Por función, se refiere a la capacidad para interactuar y navegar un sitio web y usarlo para alcanzar un objetivo. Interactividad se refiere a la capacidad de los usuarios para modificar la forma y función de un sitio web (Steuer, 1992). Un sitio web interactivo aumenta la elección del usuario tanto en actividad como en información en el proceso y han sido reportados por los usuarios a afectar positivamente la experiencia subjetiva de un sitio (McMillan & Hwang, 2002). Como también se puede hacer que los sitios sean más entretenidos, por lo que se tendrá una herramienta interactiva como el menú de navegación. El menú de navegación guía a los buscadores de empleo a áreas específicas de información. Por lo que se puede estructurar para áreas específicas de información, dependiendo sobre la motivación de un solicitante de empleo para aumentar conocimiento del empleador Cober (como se citó en Cober, Brown, & Levy, 2004). El empleo organizacional en los sitios web puede hacer que el proceso sea más fácil para los candidatos, así como reducir el tiempo del proceso de contratación. Para facilitar el proceso, los empleadores pueden proporcionar a los solicitantes información sobre el proceso de solicitud que puede afectar las creencias con respecto a la utilidad de la búsqueda de trabajo en línea y seguridad de la información personal enviado en respuesta a publicaciones (Cober, Brown, & Levy, 2004)

*Ilustración n° 1: Mapeo del modelo de Cober*



Nota: La elaboración del gráfico es propia, los datos son recogidos de (Cober et al., 2004)

### III. Metodología

#### 3.1. Tipo y nivel de investigación

**Enfoque:** La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo ya que fue necesario medir por medio de la estadística y estimar magnitudes del problema planteado, en relación con la variable de reclutamiento online esta será evaluada en el restaurante Marakos.

**Niveles:** Para Sampieri (2014) cita que la investigación es de nivel descriptivo porque “Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice, describe tendencias de un grupo o población” (p. 92). Y se medirá el concepto de las dimensiones presentadas por la variable de reclutamiento online.

#### 3.2. Diseño de investigación

En base al planteamiento del problema se desarrolló una investigación con diseño noexperimental porque Sampieri (2014) menciona que un estudio como el del presente documento consiste: “En realizar una manipulación deliberada de variables y solo observados los fenómenos en su ambiente natural” (p. 152).

#### 3.3. Población, muestra y muestreo

La población estuvo constituida por 46 trabajadores que se encontraban laborando en el restaurante Marakos 490, siendo esta una muestra censal, se utilizó la población total, ubicada dentro del establecimiento, de lo cual se escogió a todos los integrantes de la empresa, siendo de tamaño mediano ya que comprende entre 30 a 100 personas, por lo que no se contará con un muestreo dentro de la investigación.

Tabla 1: *Cuadro de distribución de colaboradores*

<b>COLABORADORES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Gerente	1
Community Manager	1
Cajera	3
Recepcionista	3
Seguridad	3
Cocinero	12
Mozos	17
Barman	6
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>

Elaboración propia

#### 3.4. Criterios de selección

La presente investigación estuvo realizada en la empresa Marakos en sus tres locales: en la avenida Grau y los otros dos, situados en la avenida Elvira García, la razón por la cual se eligieron estos tres locales fue por presentar carencias al elaborar una propuesta de trabajo a través del reclutamiento online, al mismo tiempo se entrevistó al Sr. José Luis Dongo quien facilitó el estudio en su empresa, la cual cuenta con 46 trabajadores cuyas edades oscilan entre los 20 y 45 años de edad. Se escogió esta población debida que ya habían pasado por el proceso de reclutamiento brindando su opinión de mejora ante este proceso.

#### 3.5. Operacionalización de variables

Variable	Definición	Dimensión	Definición	Indicadores	Instrumento	Escala
<b>Reclutamiento online</b>	Es el proceso de un modelo de reclutamiento tradicional que es evolucionado y diseñado para reclutar a través de la tecnología con el fin que el proceso sea más acelerado y de este modo ahorrar tiempo en los procesos (Gimeno, 2014).	Contenido	El tipo de contenido incluido en los anuncios de trabajo es un antecedente importante de atracción para una variedad de razones	Salarios y beneficios Formación y planes de carrera Ambiente de trabajo Responsabilidades y tareas Candidatos específicos Diversidad laboral Testimonios Autoevaluación Intensidad Fotografía Color Animación Audio/	Cuestionario/ encuesta	Likert (1 – 7) 1: Totalmente en desacuerdo 2: Bastante en desacuerdo 3: En desacuerdo 4: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 5: De acuerdo 6: Bastante de acuerdo 7: Totalmente de acuerdo
		Forma	Es la publicidad de contratación que debe optar inicialmente para generar un interés	Imágenes de diversidad Menú principal Web Correo electrónico Solicitud online Currículum		
		Función	Es la capacidad para interactuar y navegar en un sitio web y usarlo para alcanzar un objetivo	Proceso de contratación		

Tabla 2: Operacionalización de variables en base a (Cober et al., 2004)

### 3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación en la empresa Marakos 490, utilicé como instrumento de recolección de datos: El cuestionario el cual, “es la modalidad de encuesta que se realizará de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel conteniendo una serie de preguntas” (Fidias Arias, 2006, p.74).

El cuestionario escala de Likert consistió en una serie de preguntas con relación a la variable de estudio, es decir se evaluó el reclutamiento online desarrollado en la empresa en base de la percepción de los empleados. El cuestionario se evaluó en una escala del 1 al 7, en donde: 1 es totalmente en desacuerdo, 2 bastante en desacuerdo, 3 en desacuerdo, 4 ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5 de acuerdo, 6 bastante de acuerdo, 7 totalmente de acuerdo, los trabajadores calificaron en base a su experiencia.

Cabe resaltar que se explicó el objetivo principal de la investigación a los encuestados, aclarando los puntos claves, a su vez se resolvió dudas en cuanto a la dificultad de la comprensión de preguntas o términos nuevos. La encuesta fue de tipo estructurado, ya que tiene un determinado orden en el cuestionario en forma concreta y precisa, de este modo se cubrió los sesgos que se presentaron en la empresa que es de longitud y de lógica, ya que la población en un 80 % son jóvenes, los cuales no manejan un lenguaje técnico.

La encuesta está compuesta en tres bloques basados en las dimensiones para mejorar el entendimiento del encuestado: 1) Contenido, 2) Forma, 3) Función. Las cuales permiten al encuestado orientar su atención a fin de responder con mayor exactitud.

También para minimizar el tiempo, se realizó 15 preguntas en un tiempo promedio de 15 a 20 min.

### 3.7. Procedimientos

Se aplicó la encuesta a los 46 colaboradores de la empresa Marakos 490, en los días miércoles, jueves y viernes en el horario de 6 a 7 pm, tres veces al mes por un espacio de dos meses consecutivos en el periodo agosto- setiembre del año 2018. Se reunió a los colaboradores antes de iniciar la jornada. Se presentó el cuestionario con una breve descripción en la parte superior para que los trabajadores se informen acerca del tema de la encuesta, por lo que el encuestado terminó de realizar la encuesta aproximadamente en 20 minutos. Los inconvenientes que se presentaron fueron debido a que la empresa rota a su personal con inmigrantes venezolanos quienes tienen una cultura y forma de expresarse diferente, lo cual causó una breve confusión a la hora de leerles las preguntas.

### 3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Como primera instancia para obtener una fiabilidad y validez del instrumento de recolección de datos, se analizó en el software SPSS, también se estudió el alfa de Cronbach siendo la primera dimensión contenido la cual obtuvo como resultado el 0.868 confiabilidad, en cuanto a la variable de forma su alfa de cronbach fue 0.937 y por último la dimensión función con 0.937, lo cual indica que la fiabilidad de nuestro instrumento tiene buena base puesto que el mínimo para que sea aceptado el alfa de cronbach es del 0.7. En cuanto a su validez convergente se obtuvo el 0.69 y eso indica que tiene una fiabilidad mayor al 0.5 lo cual es óptimo en la investigación. Por otro lado también se analizó la matriz de componente rotado en donde los indicadores de la dimensión contenido estaban alineadas con excepción de una pregunta la que los encuestados han considerado que esté en la dimensión forma de lo cual sus indicadores están perfectamente alineados, por último la dimensión función están alineadas todas las preguntas excepto dos, ya que las personas encuestadas no pertenecen a nuestra cultura confundiendo los indicadores con los de la dimensión contenido. El uso del software especializado en Microsoft Office Excel 2016 procederá para el análisis de datos, y elaboración de barras, posteriormente se elabora la propuesta en base a los resultados.

### 3.9. Matriz de consistencia

Tabla 3: Matriz de consistencia.

<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADOR/OPERACIONALIZACIÓN</b>	
<b>Problemas principales</b>	Objetivo general	Variable	Dimensión	Indicadores Salarios y beneficios Formación y planes de carrera Ambiente de trabajo Responsabilidades y tareas del candidato
<b>¿Cómo mejorar el reclutamiento online en la empresa Marakos 490 para consolidar el proceso?</b>	Elaborar una propuesta de reclutamiento online para consolidar el proceso en la empresa Marakos 490, Chiclayo-Lambayeque	Reclutamiento online	Contenido	Diversidad laboral Testimonio Autoevaluación Intensidad Fotografía Color
	Objetivo específico		Forma	Animación Audio Imágenes de diversidad racial Menú principal Web
	Analizar del contenido adecuado para un reclutamiento online que requiera la empresa Marakos 490			Función
	Analizar la forma que tienen las ofertas laborales de la empresa Marakos 490			
<b>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>POBLACIÓN MUESTRO</b>	<b>TECNICAS ESTADÍSTICAS</b>	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>	
<b>No experimental Transaccional transversal</b>	De 45 trabajadores	Excel, SPSS	Cuantitativa / Descriptiva	

### 3.10. Consideraciones éticas

La información aportada por la empresa fue utilizada de forma confidencial, manteniendo el anonimato con los colaboradores de ella y su uso se limitó a fines académicos.

La empresa considerada para la investigación tendrá acceso a los resultados obtenidos y a las conclusiones planteadas producto de la investigación.

## IV. Resultados

Como primera instancia se evaluó los resultados como promedio total de las tres dimensiones de la investigación y su valor fue de 5,18 siendo este un calificativo referente con una respuesta: “a un de acuerdo”, según la escala de Likert que se utilizó en la encuesta, es importante mencionar que los encuestados opinaron que la información que debe tener la propuesta de trabajo en cuanto al contenido y a la funcionalidad, dado que ambas dimensiones obtuvieron la mayor puntuación.

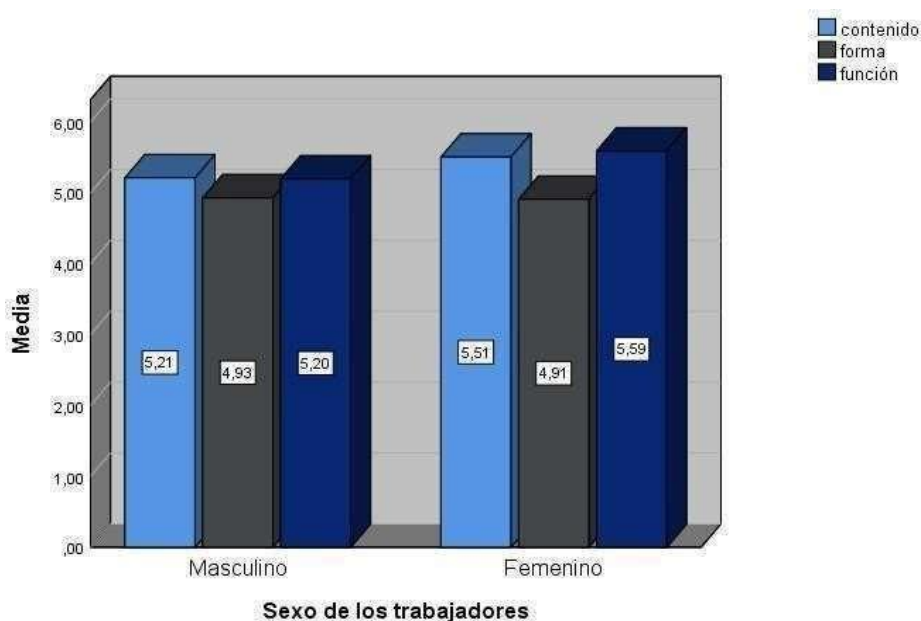
*Tabla 4: Promedio total*

<b>Dimensión</b>	<b>Valor</b>
<b>Contenido</b>	5,28
<b>Forma</b>	4,92
<b>Función</b>	5,33
<b>PROMEDIO</b>	<b>5,18</b>

Se realizó un análisis sociodemográfico evaluando las 3 dimensiones de la investigación; la dimensión contenido tuvo mayor impacto a la población femenina con una puntuación del 6 mientras que en la población masculina un 5, cabe aclarar que las cifras han sido redondeadas a un número entero para realizar la comparación escala Likert, la variación de este análisis es debido a que las mujeres están bastante de acuerdo que la propuesta tenga un contenido claro y transparente ya que la mujer se caracteriza por indagar más, como también observan con más detenimiento; de acuerdo al análisis de la dimensión forma se obtuvo un resultado igual para ambos sexos la puntuación es de 5 es decir están de acuerdo a que la propuesta presente imágenes, color, o video es importante observar el interés entre la dimensión contenido y forma, no tuvo el mismo impacto se justifica debido que la mayoría de los trabajadores son extranjeros; por último la dimensión función tuvo una puntuación del 6 y para los varones 5 ambos con puntuación favorable, durante la encuesta las mujeres mencionaron que es muy importante saber cómo va sus postulaciones, saber que debe tener su currículum y de qué modo será recibido el mismo, mientras que los varones

opinaron y se reflejó en los resultados que ellos más apuestan por colocar una información correcta y precisa en sus hojas de vida, de este modo llamaran la atención de los reclutadores.

*Gráfico 1 Resultados descriptivos por dimensiones sociodemográficas.*



*Gráfico 2 Resultados descriptivos de las dimensiones*

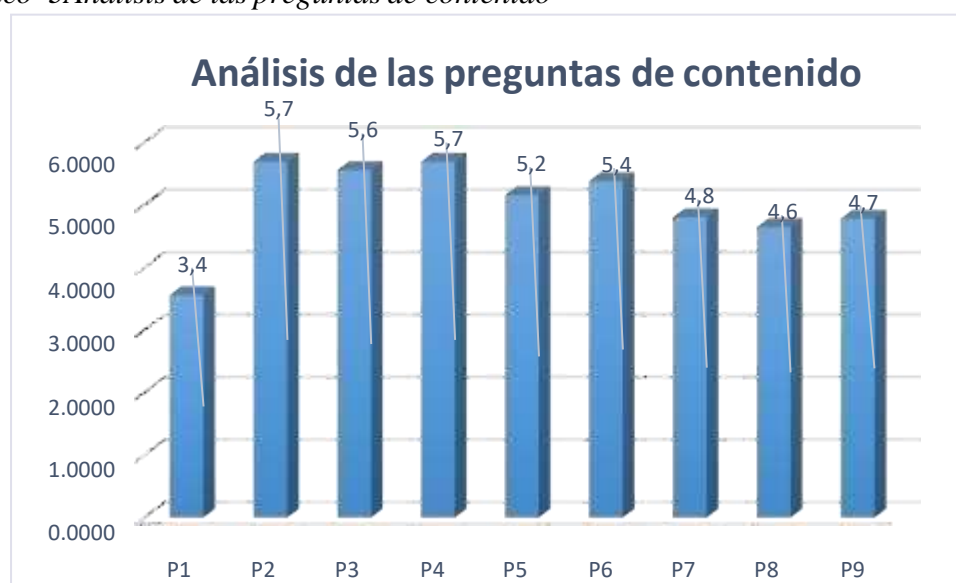


De acuerdo al análisis descriptivo se demuestra que la dimensión de contenido alcanzó una puntuación de 5 en base a la escala de Likert este resultado refleja que los encuestados están de acuerdo para que la propuesta tenga información referente al salario, el nivel de formación académica, testimonios, que género necesitan para el puesto; la dimensión forma alcanzó una puntuación de 4 es decir que para los participantes ni es tan de acuerdo ni en desacuerdo, es decir

que le parece irrelevante dado que al momento de la encuesta los trabajadores mencionaban que para ellos lo más importante es saber con exactitud la información sobre el puesto y de qué manera se realizará la postulación es por ello que la variable “función” alcanzo un puntaje de 5 concluyendo que los trabajadores están de acuerdo que dentro de la propuesta se encuentre cual será el proceso de la convocatoria (es decir por qué medios se enviara la hoja de vida, la fecha de contacto y la de contratación).

**Objetivo 1: Analizar el contenido adecuado para un reclutamiento online que requiera la empresa Marakos 490.**

*Gráfico 3 Análisis de las preguntas de contenido*



El análisis realizado para la dimensión contenido que obtuvo un promedio de 5 que según escala de Likert es que los participantes se encuentran de acuerdo, para ello dentro de esta dimensión se encuentran los indicadores de salarios y beneficios con un puntaje del 3 dado que los colaboradores son extranjeros de nacionalidad venezolana, ellos buscan estabilizar su economía, se conversó con los directivos de la empresa y se llegó a un acuerdo decidiendo que la información de salarios y beneficios si se considerará en la propuesta, debido que para los demás postulantes es significativa; en cuanto al indicador de nivel académico alcanzó una puntuación del 6 teniendo a los participantes bastante de acuerdo, debido que los postulantes locales tienen estudios como chef, mozo o barman, es importante mencionar que para los participantes en el momento de su postulación deseaban saber qué formación académica o nivel de estudios necesitaba la empresa, para los indicadores de cultura y objetivos también obtuvieron un puntaje alto debido a que los participantes quieren sentirse seguros y en confianza, por último el indicador de desarrollo habitual del trabajo (actividades a desempeñar) obtuvo un puntaje del 6 debido a que los participantes cuando estuvieron en la

posición de postulantes tenían dudas en cuanto a los puestos y que actividades desarrollarían, debido que muchos de ellos tenían experiencias en otros trabajos que realizaban mas de lo que estipulaba su contrato.

**Objetivo 2: Analizar la forma que tienen las ofertas laborales de la empresa Marakos 490.**

*Gráfico 4 Análisis de las preguntas de forma*



El análisis de la dimensión forma alcanzó un resultado de 5 siendo esto para los participantes unde acuerdo, como se puede observar en la gráfica, las 5 preguntas obtuvieron una nota según escaladeLikert (de acuerdo), desglosando el análisis tenemos al indicador de fotografía que a través de esto refleja al postulante de que empresa se trata, en cuanto a video se muestra a que rubro se desempeña la empresa y el ambiente laboral de ella; es importante mencionar que parte del personal estuvo más interesado en que esto se aplique, en su mayoría fueron de nacionalidad peruana mencionaron que la idea les llamaba la atención, que en la convocatoria se considere estos indicadores, y como finalidad tendrá informar al postulante de que empresa se trata, a que rubro representa; de este modo al momento de la contratación sepa con anticipación todo lo referente al trabajo.

**Objetivo 3: Análisis de la función que cumple el reclutamiento online para los trabajadores de la empresa Marakos 490.**

*Gráfico 5 Análisis de las preguntas de función*



El último análisis que se realizó es con respecto a la dimensión función obtuvo resultado de 5 lo cual indica que los participantes se encuentran de acuerdo, ya que en el momento de la encuesta el personal mencionaban que para ellos si es importante saber por qué medio se va enviar la solicitud del empleo, como también saber el proceso que sigue su candidatura y sobre todo que se debe considerar poner en sus hojas de vida, cabe resaltar que en su mayoría hay más varones que mujeres, estos ítems ya mencionados son los que obtuvieron un resultado más arriba del 5.1. Los dos indicadores más bajos son con respecto al menú principal y sobre los tramites online, esto debido a que el postulante busca solo información clara y precisa tanto para su interés económico, dinámico (las funcionalidades que desarrollarían), o el interés de saber a qué empresa postulan, y de qué manera lo realizarán.

## **V. Discusión**

El propósito del primer objetivo contenido es llegar a demostrar que colocar la información solo con algunos puntos que los directivos encargados consideran importante no es del todo acertado y bien visto por los candidatos, esto es observado en el problema real que se basa esta investigación, es de este modo que los resultados son avalados por el autor (Barker & King, 1993), donde el menciona que una organización que no presenta una información completa es índice de ser descuidada y desinteresada en la contratación. Se llega a la conclusión en base a los resultados que la convocatoria debe contener la mayor información, de este modo será más atractiva para los postulantes, así mismo se originará una relación transparente y dinámica entre la organización y el participante. La teoría sustenta el puntaje obtenido para esta dimensión siendo un (de acuerdo); el autor Melanthiou, Pavlou, & Constantinou (2015) menciona que las redes sociales brindan beneficios para la organización ya que de esta manera atrae y selecciona candidatos, pero también trae consigo trampas en cuanto a las personas que estén postulando, por eso es necesario saber que

información establecer en la convocatoria, de este modo se llega a concluir que si se hace una convocatoria por una red social es necesario que vaya de la mano con una página web de mayor peso.

En el segundo objetivo los estudios reflejan un resultado en la escala de Likert del 5 (de acuerdo); en base a la teoría nos menciona que la calidad y la estética se llevan la primera impresión del participante, de este modo influye en la decisión que tome; durante la investigación los encuestados reflejaron interés en que la convocatoria presente un video institucional, de este modo la propuesta se tornaría interesante para el participante; el autor del modelo utilizado en la investigación menciona que la propuesta debe tener detalles influyen mucho en la percepción de los solicitantes (como se citó en Cober, Brown, & Levy, 2004).

Con respecto al tercer objetivo se ha propuesto una página web, debido que aumenta el interés de los postulantes, así mismo la teoría afirma que realizar un menú principal dividido por áreas tendría un impacto dinámico, en relación al resultado del análisis refleja que los trabajadores les importaba el proceso que seguiría para enviar su curriculum, el contenido de la hoja de vida y por qué medio se enviará la solicitud; la teoría descrita por (McMillan & Hwang, 2002) afirma que una página web interactiva mejora la elección del participante, tanto en actividad como en la información de la propuesta de trabajo, cabe resaltar que se está de acuerdo con esta teoría; para esto se ha visto conveniente fusionar la teoría con la práctica es decir se realizó un prototipo de una página web y en ella se tomó lo que para los encuestados les parece más importante.

Manchobas y Betancourt (2015) propone un modelo de reclutamiento web en tres fases en planificación, ejecución y evaluación pero solo lo menciona grandes rasgos como por ejemplo se necesita en una organización un empleado para un área de trabajo, en la aplicación este modelo se planearía con todos directivos, como iría la propuesta, que contendrá y por qué medios, en la fase ejecución se desarrolla en base a qué medio será enviada la convocatoria, en la fase de evaluación es seleccionar al candidato para después entrevistarle; mientras el autor Cober se centra más en la convocatoria de trabajo, y es por eso que esta propuesta contribuye con la investigación por la base del problema es los detalles de la propuesta mas no todo el procedimiento del reclutamiento.

## **VI. Propuesta**

Para la presente propuesta se tuvo que analizar las dimensiones, con sus respectivos indicadores potenciales para elaborar un prototipo de convocatoria; ya antes mencionado en el capítulo de resultados, se ha considerado factible tener una introducción por parte de la empresa, considerar fotos y videos de presentación; por ende se realizó una propuesta de una página web para que cualquier portal de empleos que la empresa desee ingresar convocatorias pueda ser derivado a la página oficial de Marakos; en la página se encontrará la información completa de la propuesta de trabajo.



Ilustración 2: Propuesta de una página web



Ilustración 3 Reclutamiento online en la misma página web



Ilustración 4 Contenido de la propuesta

El interés de realizar esta investigación es proponer una mejora en el reclutamiento online de la empresa Marakos 490 se debe aclarar que el proceso que se ha evaluado es específicamente la propuestas de trabajo que ofrece la empresa, que son plasmadas en los portales de trabajo existentes hoy en día, uno de ellas es CompuTrabajo; si visualizamos el anexo n° 06, la empresa solo especifica la localización, que es lo que busca, fecha de contratación, educación y los años de experiencia; es de este modo que se determinó que la información que se brinda es muy escasa, sea persona extranjera o local que quiera un trabajo. Como también se ha podido observar que sin importar el rubro de la empresa debe tener especificada bien su información, esto debido a que los postulantes se encuentran en constante comparación con otras empresas, que ofrecen mejores beneficios; por ende, se puede perder un buen talento para la empresa. Después de todo lo observado y analizado es momento de presentar la propuesta mejorada de este proceso más importante de la selección, es decir la primera impresión que tendrá el postulante.

La propuesta será desarrollada de acuerdo al modelo que se ha realizado en la investigación; antes de presentar la propuesta se ha visto conveniente mencionar que indicadores se eligió para la elaboración del prototipo; la primera dimensión es contenido dentro de ella se encuentran 7 indicadores de los cuales 5 tienen un alto puntaje y dos se han elegido para ser atractiva la propuesta, los indicadores son: salarios y beneficios, formación de carrera, cultura, objetivos de la empresa, responsabilidades en cuanto al puesto, a quien estará dirigido o que grupos de candidatos, y declaraciones o testimonios. En cuanto a la dimensión forma los indicadores elegidos con más puntajes es fotografías y audio/ video y por último la dimensión función se tomará en cuenta que las convocatorias sean en la misma página de la empresa o su Facebook oficial, los Curriculum serán enviados mediante el correo electrónico institucional y detallara los procesos de la contratación. El proceso del reclutamiento que se propone a la empresa:

- a. Identificar los puestos: La persona a cargo de este procedimiento es la community manager de la empresa, quien está a cargo de revisar los contratos de los colaboradores, y de este modo pueda evaluar que puestos se encontrarán disponibles.
- b. Elaboración de la propuesta de trabajo: Para desarrollar este proceso se aplicará el modelo de convocatoria estudiada. Para ello se elaboró 5 propuestas de trabajo para diferentes áreas. Para la elaboración de la propuesta de trabajo se debe considerar 3 aspectos tales como: contenido, forma y función, de las cuales serán explicadas a continuación.

**Contenido:** Se visualizará la información del puesto, los beneficios, la formación académica, las actividades que se realizarán, la cultura/ objetivos de la empresa y la experiencia requerida. Para dar una apreciación de cómo se debe desarrollar, se presentó 4 puestos: Administrador de restaurant, jefe de cocina, cocinero y mozo.

#### **i. Administrador de restaurant:**

La familia Marakos te da la bienvenida a este proceso de selección en donde buscamos jóvenes talentos para que puedan desarrollar sus capacidades en el ámbito profesional,

para que puedas tu conocer un poco más de quienes somos nosotros te lo detallaremos a continuación:  
“Somos una empresa que supera los 20 años ininterrumpidos de atención y liderazgo en la ciudad de Chiclayo en el rubro de restaurantes y parillas”, nosotros creemos que en nuestra empresa debe primar la honestidad, la responsabilidad y la integridad.

#### **Información del puesto**

- Se requiere un Administrador de restaurant que sea una persona proactiva, empática, apasionada por el servicio al cliente
- Disponibilidad para laborar turno tarde-noche
- Edad: entre 25 y 40 años
- Salario: S/1700

#### **Actividades del puesto**

- Velar por el buen funcionamiento de la tienda.
- Supervisar las labores del personal.
- Llevar un control de los gastos y ganancias para garantizarla rentabilidad de la misma.
- Ofrecer a los clientes una atención oportuna y de calidad.
- Tener al día los Kardex de bebidas, productos y otros.
- Realizar cuadro de caja, inventarios.
- Otros que su jefe le asigne.

#### **Beneficios**

- Sueldo acorde al mercado.
- Grato ambiente laboral.
- Beneficios de acuerdo a ley

#### **Formación académica**

- Educación mínima: Universitaria

#### **Experiencia laboral**

1 año de experiencia en restaurantes, supermercados, tiendas retail y/o afines, teniendo personal a cargo.

- **Jefe de cocina**

La familia Marakos te da la bienvenida a este proceso de selección en donde buscamos jóvenes talentos para que puedan desarrollar sus capacidades en el ámbito profesional, para que puedas tu conocer un poco más de quienes somos nosotros te lo detallaremos a continuación:

“Somos una empresa que supera los 20 años ininterrumpidos de atención y liderazgo en la ciudad de Chiclayo en el rubro de restaurantes y parillas”, nosotros creemos que en nuestra empresa debe primar la honestidad, la responsabilidad y la integridad.

**Información del puesto**

- Se requiere de un jefe de cocina que sea proactivo y tolerante al trabajo bajo presión.
- Con capacidad para tener un aprendizaje constante.

Salario S/1500

**Actividades del puesto**

- Elaborar la producción de carnes y parillas, de acuerdo a las políticas definidas por el chef y al estándar de Marakos.
- Verifica el stock de insumos de la cocina, y elaborar requerimiento para la reposición de los mismos.
- Coordinación y producción de las cenas con agencias.
- Absolver dudas de los comensales.

**Beneficios**

- Sueldo acorde al mercado.
- Grato ambiente laboral.
- Beneficios de acuerdo a ley.

**Formación académica**

- Educación mínima: Técnico.

**Experiencia laboral**

- 3 años de experiencia en restaurantes.

- **Cocinero**

La familia Marakos te da la bienvenida a este proceso de selección en donde buscamos jóvenes talentos para que puedan desarrollar sus capacidades en el ámbito profesional, para que puedas tu conocer un poco más de quienes somos nosotros te lo detallaremos a continuación:

“Somos una empresa que supera los 20 años ininterrumpidos de atención y liderazgo en la ciudad de Chiclayo en el rubro de restaurantes y parillas”, nosotros creemos que en nuestra empresa debe primar la honestidad, la responsabilidad y la integridad.

**Información del puesto**

- Se requiere de un cocinero que sea proactivo y tolerante al trabajo bajo presión.
- Con capacidad para tener un aprendizaje constante.
- Conocimiento de cortes de carnes, términos de cocina, stocks e inventarios.
- Excelente actitud, ganas de aprender y disponibilidad al 100%.
- De preferencia residente en Chiclayo.
- Salario S/930

**Actividades del puesto**

- Apoyar en la elaboración del mise en place (cortes, salsas, ingredientes especiales, entre otros).
- Apoyar en la preparación de platos (piqueos, entradas, parrilla, salsas, etc.)
- Asistir a los demás Cocineros en lo que sea necesario.
- Apoyar en la limpieza (desinfección) del área de trabajo antes y después de cada turno de trabajo o cuando sea necesario.

**Beneficios**

- Sueldo acorde al mercado.
- Grato ambiente laboral.
- Beneficios de acuerdo a ley.

**Formación académica**

- Estudios técnicos o superiores concluidos o en curso de Gastronomía, Cocina, Hotelería y Turismo, o afines.

**Experiencia laboral**

- Experiencia mínima de 1 año.

- **Mozo**

La familia Marakos te da la bienvenida a este proceso de selección en donde buscamos jóvenes talentos para que puedan desarrollar sus capacidades en el ámbito profesional, para que puedas tu conocer un poco más de quienes somos nosotros te lo detallaremos a continuación:

“Somos una empresa que supera los 20 años ininterrumpidos de atención y liderazgo en la ciudad de Chiclayo en el rubro de restaurantes y parillas”, nosotros creemos que en nuestra empresa debe primar la honestidad, la responsabilidad y la integridad.

**Información del puesto**

- Nos encontramos en búsqueda de 01 mozo sepa trabajar en equipo.
- Sea responsable y proactivo.

**Actividades del puesto**

- Preparar el mise en place (todo lo necesario para la operación).
- Limpiar el mobiliario del salón.
- Realizar venta sugestiva de alimentos y/o bebidas.
- Llevar el control de la zona que se le asigne para la atención.

**Beneficios**

- Sueldo acorde al mercado.
- Grato ambiente laboral.
- Beneficios de acuerdo a ley.

**Formación académica**

- Educación mínima: Nivel secundario o estudiante.

**Experiencia laboral**

- 1 año de experiencia

**Forma:** Los indicadores considerados en esta propuesta son las fotografías de los alimentos que se presentan a los comensales, como también se mostrará un video institucional. Al finalizar será mostrado el simulador de esta propuesta en la siguiente página: <https://emicasdav97.wixsite.com>

**Función:** Se debe recalcar que las postulaciones deben ser en la propia página web como también se está considerando que haya una opción en Facebook en donde envié al postulante a la página oficial de la de empresa; en la misma convocatoria se mencionará el correo electrónico que marakos, en donde se enviará los Curriculum, como también se mencionara que el de ser elegido será contactado ya que en su hoja de vida debe tener número de contacto.

c. Contactar al postulante: La community manager quien es la encargada de recepcionar los cv se comunicará con los candidatos para coordinar el día y la hora para la entrevista ya que será realizada de forma presencial.

d. La entrevista: En este paso se ha visto conveniente que participe el gerente general y su community manager solo en el caso de los puestos de gerencias, y para los puestos de operarios participará un jefe de área y la community manager.

Para llevar a cabo esta propuesta es necesario contar con una persona que maneje la edición de páginas web, se le recomienda a los directivos tener el apoyo de un profesional en publicidad y en diseño corporativo, pagándole mensual alrededor de S/1700 laborando de 8 a 5 pm y su horario de refrigerio de 1 pm a 2:30 pm, el trabajo consta en administrar y ejecutar anuncios en la página web de Marakos que se está proponiendo en su página oficial de Facebook; en caso contrario podría cumplir estas labores su Community manager quien también maneja todo tipo de aplicativos para realizar las publicaciones de Facebook de lo cual solo lo aplicaría en la página web. El precio que costará para ejecutar una página web se ha estimado entre S/1000 a S/2500 y se tercerizará con una agencia de Marketing digital, por ejemplo, PS SMART, WIX, SITE 123, entre otras. Otro lado se ha estimado un costeo para darle una visión a la empresa de cuanto tendrá que contar para mantener la página web de manera mensual y anual.

<b>COSTEO MENSUAL DE PAGINA WEB</b>						
	<b>MES 1</b>		<b>MES 2</b>		<b>MES 3</b>	
<b>Costos Fijos</b>						
Personal	S/	1,700.00	S/	1,700.00	S/	<b>1,700.00</b>
Luz	S/	25.00	S/	25.00	S/	<b>25.00</b>
Internet	S/	20.00	S/	20.00	S/	<b>20.00</b>
<b>Total de costo fijo</b>	S/	<b>1,745.00</b>	S/	<b>1,745.00</b>	S/	<b>1,745.00</b>
<b>Costos Variables</b>						
Renovación de pagina					S/	<b>1,000.00</b>
Mantenimiento de pagina	S/	50.00	S/	58.33	S/	<b>54.16</b>
<b>Total, de costo variable</b>	S/	<b>50.00</b>	S/	<b>58.33</b>	S/	<b>1,054.16</b>

Ilustración 5 Costeo mensual de la página web

<b>COSTEO ANUAL DE PAGINA WEB</b>				
	<b>AÑO 1</b>		<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>Costos Fijos</b>				
Personal	S/ 20,400.00		S/ 20,400.00	<b>S/ 20,400.00</b>
Luz	S/	300.00	S/ 300.00	<b>S/ 300.00</b>
Internet	S/	240.00	S/ 240.00	<b>S/ 240.00</b>
Total de costo fijo	S/ 20,940.00		S/ 20,940.00	<b>S/ 20,940.00</b>
<b>Costos Variables</b>				
Renovación de pagina	S/ 4,000.00		S/ 4,000.00	<b>S/ 4,000.00</b>
Mantenimiento de pagina	S/	600.00	S/ 700.00	<b>S/ 650.00</b>
Total de costo variable	S/ 4,600.00		S/ 4,700.00	<b>S/ 4,650.00</b>

Ilustración 6 Costeo anual de la página web

## VII. Conclusiones

En la presente investigación se llegó a concluir que la dimensión contenido, se tomó los indicadores de escala 5 hasta 5.3 con el fin de tener una información para el postulante de lo cual se refiere a la información de salario siendo este el que recibió menos puntaje esto se debió al cambio radical en cuanto a personal, también se eligió los indicadores de la dimensión deformación, considerar las actividades del puesto y para quien es dirigido, como también algunas declaraciones y testimonios de los que ya han realizado este procedimiento, este primer párrafo descrito es referente al primer objetivo.

El segundo objetivo referente a forma; se eligió el indicador video y fotografía siendo los más valorados para considerarlos en la convocatoria, porque en la misma empresa se encuentra una pantalla mostrando cosas específicas y llamativas de la empresa, considerar a que público va dirigido, así mismo comentar que durante la encuesta los trabajadores afirmaron que si sería llamativo este tipo de propuesta descrita en líneas anteriores, de este modo la empresa atraerá candidatos que se identifican por vocación, y así se disminuye los postulantes incompetentes.

Por último, la dimensión función tuvo en todos sus indicadores un resultado de 5 pero de lo cual solo se consideró en la propuesta el indicador del correo electrónico, la interacción por página web, y la información del proceso de contratación. La página ya ha sido elaborada con el fin de ser interactiva y llamativa para que el postulante cree confianza y dinamismo.

La investigación tiene tres ponderados diferentes en cuanto a sus dimensiones de lo que contenido y función obtuvieron una nota alta, para forma obtuvo una nota media, esto se puede justificar porque el indicador más sobresaliente de esta dimensión es video, por lo que se concluye que el personal le hubiera gustado observar un video institucional en donde se muestre algunas escenas del restaurant dándose a conocer como tal.

Esta presente investigación fue muy interesante y provechosa realizar, se podría decir que el estudio se podrá llevar a cabo en diferentes empresas de cualquier rubro porque ya sea gerente de recursos humanos, o un Community, o un gerente general puede gestionar una convocatoria de trabajo y obtener lo que necesitan para cubrir un puesto en su organización.

### **VIII. Recomendaciones**

En esta oportunidad se realizó la propuesta para ayudar a los directivos de la empresa Marakos y puedan ejecutar el prototipo en sus próximas convocatorias, para minimizar el problema, el cual está centrado en que por la mala información el participante no llega a cumplir los parámetros del puesto. La propuesta ideal que la empresa debe implementar es la elaboración de una página web de la institución con el fin que las personas conozcan formalmente a la empresa. También es importante hacerles saber que todos los puestos disponibles se visualizarán con información necesaria y dinámica, para generar en el participante confianza y transparencia en la información brindada. Después de realizar todo el análisis de la investigación se optó por considerar la información básica en la convocatoria, ya que es un punto clave para el participante llevar a cabo el proceso del reclutamiento establecido por la empresa, es necesario mencionar que la información básica para el convocado es saber los salarios establecidos, la formación académica esperada, el objetivo de la empresa, las actividades del puesto y a que publico va dirigido. Pero también es importante considerar que la empresa debería optar por un procedimiento organizado de forma que tengan en cuenta que parámetros deben seguir ante este proceso, es por ello que dentro de la propuesta se dio los pasos y se detalló cada uno de ellos.

La atracción que debe presentar la convocatoria es un video institucional en donde se mostrará el establecimiento, la calidad de gestión humana por parte de la empresa, el ambiente laboral; así mismo se deberá tener dos opciones de envío del curriculum: 1. incluir el correo institucional para que los participantes hagan el envío directo a la bandeja del área gestión humana, 2. Activar la opción de envío en la plataforma por el cual la empresa subió su propuesta, de este modo se canalizará el interés de los participantes. Es importante que consideren una reunión entre el gerente general y el jefe de área de gestión humana para que se llegue a un acuerdo, de los parámetros que se deberá seguir en el proceso de la convocatoria como la del reclutamiento, de este modo sabrán que perfil deberá tener su posible trabajador para que cumpla las actividades del puesto, de este

modo estarán preparados para cuando los participantes lleguen a la entrevista.

## IX. Lista de Referencias

- Administración de recursos humanos. (n.d.).
- Authors, F. (2018). communication Social Media Recruitment 3. 0 Toward a new paradigm of strategic.
- Barker, P., & King, T. (1993). Evaluating interactive multimedia courseware-A methodology. *Computers*
- Cabel, D. M., & Graham, M. E. (2000). The determinants of job seekers: reputation perception. *Journal of Organisational Behavior*, 21(August 1999), 929–947.
- Casanova López de Mota, S. (2015). Reclutamiento 2.0, 0–35.
- Cober, R. T., Brown, D. J., & Levy, P. E. (2004). Form, content and function: An evaluative methodology for corporate employment WEB sites. *Human Resource Management*, 43(2–3), 201–218.
- Coyle, J. R., & Thorson, E. (2013). The Effects of Progressive Levels of Interactivity and Vividness in Web Marketing Sites Author (s) : James R . Coyle and Esther Thorson Stable
- Díaz Llairó, A., & Roca, J. (2010). El talento esta en la red. LID Editorial.
- Fidias Arias. (2006). El Proyecto de Investigación.
- Foltman, L., Devlin, T., Savage, M., Prefontaine, J., Weber, C., Bozec, J., ... City, I. (1991). the Importance of Recruitment in Job.
- Gimeno Toni. (2014). ¿Qué es Reclutamiento 2?0? Retrieved June 3, 2018.
- González Sánchez Jimena. (2012). Selección de personal en 8 pasos - GestioPolis. Retrieved May 10, 2018
- MAURER, S. D., HOWE, V., & LEE, T. W. (1992). Organizational Recruiting As Marketing Management: an Interdisciplinary Study of Engineering Graduates. *Personnel Psychology*, 45(4), 807–833.
- McMillan, S. J., & Hwang, J.-S. (2002). Measures of Perceived Interactivity: An Exploration of the Role of Direction of Communication, User Control, and Time in Shaping Perceptions of Interactivity. *Journal of Advertising*, 31(3), 29–42.
- Sampieri, R. H. (2014). No Title. (McGrawHill, Ed.) (6° EDICIÓN). Mexico.
- Steuer, J. (1992). Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. *Journal of Communication*; Autumn (Vol. 42).
- Yoon, D., & Tong, K. (2009). A study of e-recruitment technology adoption in Malaysia, 109(2), 281–300. <https://doi.org/10.1108/02635570910930145>

## Lista de anexos

Anexo n°01: Carta de aceptación

Chiclayo, 14 de junio de 2018

Profesora  
Valeria Liontop Hernández  
Directora de administración.  
Presente

Me dirijo a Ud., en la oportunidad de aceptar a él (la) bachiller **Emily Castañeda Dávila**, estudiante de la **Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo** en la especialidad de **administración de empresas**, para realizar su trabajo de investigación en esta empresa a partir de 1 de mayo y por un periodo mínimo de **18 meses** consecutivas de acuerdo al desarrollo del curso de tesis I, II y III.

El (la) bachiller **Emily Castañeda Dávila** tendrá como docente de curso al profesor Gamarra Flores, Carla Ethel y desarrollará durante este periodo el proyecto titulado "Propuesta de e-recruitment de la empresa Marakos Chiclayo-Lambayeque 2018" y las actividades específicas indicadas en el respectivo Plan de Trabajo.

Sin más a que hacer referencia.

Atentamente.



Jose Luis Dongo Avalo  
Gerente General

**Empresa:** Marakos 490.  
Elvira Garcia y Garcia 490 005174 Chiclayo / (074) 271457/ Chiclayo

## Anexo n°02: Mapeo por modelo

<b>Variable</b>	<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Modelo</b>	<b>Precedencia</b>	<b>Mide</b>
Erecruitment	Cober	2004	Modelo del contenido, Formay función	Forma, contenido y función: una metodología evaluativapara sitios web de empleo corporativo	<b>Contenido, Forma y función del reclutamientoonline</b>
	Diaz	2010	Practicas del erecruitment	Libro, El talento está en la red (España)	<b>Planificación del erecruitment, ejecución del e-recruitment y evaluación de erecruitment</b>
	García	2013	Reclutamiento y Selección por Redes Sociales	Tesis, Guatemala	<b>Utilidad, Socio económico, aceptación, factibilidad</b>
	Koch, Gerber, & de Klerk	2018	Impacto de las redes sociales en la contratación	Journal, Aosis	<b>El método de reclutamiento, el proceso de reclutamiento y el uso de las redes sociales en la contratación</b>

## Anexo n°03: Mapeo por definición

<b>Variable</b>	<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Definición</b>
E-recruitment	Gimeno	2014	<b>Es la evolución del modelo de reclutamiento tradicional en el cual las empresas y organizaciones divulgaban al mercado de los Recursos Humanos las necesidades de talento y puestos de trabajo a cubrir, pero adaptado a las nuevas tecnologías.</b>
	Díaz	2010	<b>Esta dentro de la web 2.0 esta transformada en procesos de reclutamiento y selección se ha pasado de una estrategia basada en medios tradicionales a una estrategia de aproximación al internet por parte de profesionales de recursos humanos y candidatos que buscan empleo.</b>
	Rudman y Fujimoto	2010	<b>Es un reclutamiento electrónico en donde se selecciona candidatos potenciales que soliciten un trabajo ya se por paginas profesionales, portales, redes sociales entre otras.</b>
	Rojas	2010	<b>Es el uso de técnicas relacionadas con la Web 2.0 o social media se ha convertido en una opción válida para encontrar candidatos debido a sus variadas ventajas</b>



## ENCUESTA

SEXO: F / M

**INSTRUCCIONES:** Estimado señor les agradecería a que respondan el siguiente cuestionario pues lo que buscamos la mejora del reclutamiento online para el restaurante Marakos, le agradezco por anticipado su buena disposición que tiene al prestarnos su atención. A continuación, se muestra la leyenda donde se explica la escala de medición donde usted tendrá que marcar una sola respuesta por pregunta, por favor asegúrese que no queda ninguna pregunta sin responder.

<b>Totalmente en desacuerdo</b>	<b>Bastante en desacuerdo</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Bastante de acuerdo</b>	<b>Totalmente de acuerdo</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

**Contenido:** Si fueras a solicitar un trabajo a través de la página web de una empresa que contenido estarías de acuerdo que tenga la propuesta de trabajo.

<b>N°</b>	<b>Valoración</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
<b>1</b>	Información relacionada con los salarios y beneficios							
<b>2</b>	Información relacionada con la formación y planes de carrera							
<b>3</b>	Información relacionada con la cultura, objetivos, valores o el ambiente de trabajo de la organización.							
<b>4</b>	Información relacionada con el desarrollo habitual del trabajo (tareas, responsabilidades)							
<b>5</b>	Información secciones dirigidas a grupos de candidatos específicos (estudiantes, trabajadores con experiencia, etc.)							
<b>6</b>	Información relacionada con facilitación de la organización de los empleados buscando el equilibrio entre trabajo y vida personal							
<b>7</b>	Información relacionada con promover la diversidad en el trabajo (por ejemplo, racial, de género, sexual) más allá del cumplimiento de la legislación.							
<b>8</b>	Declaraciones y testimonios de empleados acerca de su experiencia de trabajo (excluye a los mensajes del presidente y clientes)							
<b>9</b>	Mensajes dirigidos a la autoevaluación. Material con resultados sobre las encuestas de cultura, información específica sobre características de los empleados, deseos o herramientas interactivas de ajuste cultural.							

**Forma:** Si fueras a solicitar un trabajo a través de la página web de una empresa que forma considerarías de acuerdo que la página de reclutamiento posea.

<u>N°</u>	<u>Valoración</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>
<u>1</u>	Fotografías							
<u>2</u>	Color							
<u>3</u>	Animación							
<u>4</u>	Audio/ Video							
<u>5</u>	Imágenes con diversidad racial							

**Función:** Si fueras a solicitar un trabajo a través de la página web de una empresa que función importante considerarías de acuerdo.

<u>N°</u>	<u>Valoración</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>6</u>	<u>7</u>
<u>1</u>	Menú principal							
<u>2</u>	Directamente en la página web							
<u>3</u>	A través de correo electrónico							
<u>4</u>	Información sobre los tramites de solicitud online							
<u>5</u>	Información sobre lo que se espera de los Curriculum y hojas de vida							
<u>6</u>	Información sobre al menos uno de los aspectos del proceso de contratación							

## Anexo nº05: Análisis de Fiabilidad

**Estadísticas de fiabilidad de contenido dimensión forma**

Alfa de Cronbach	N de e
,917	

**Estadísticas de fiabilidad de dimensión de**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,983	5

**Estadísticas de fiabilidad de dimensión de función**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,705	6

## Anexo nº06: Análisis Factorial

**Matriz de componente rotada**

	Componente		
	1	2	3
Audio/ video	0,883		
Color	0,875		
Animación	0,858		
Fotografía	0,850		
Imagen de diversidad racial	0,834		
Racial	0,776		
Procesos	0,600	0,506	
Autoevaluación	0,571		<b>0,402</b>
Curriculum		0,791	
Menú principal		0,777	
Salarios		0,774	
Formación		0,761	<b>0,420</b>
A través de correo electrónico		0,675	
Solicitud		0,673	
Cultura		0,614	<b>0,613</b>
Web	0,487	0,555	
Secciones			<b>0,841</b>
Trabajo			<b>0,778</b>

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser. a.

La rotación ha convergido en 7 iteraciones.

Componente	<b>Varianza total explicada</b>								
	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	To tal	% de varianza	% acumulado	To tal	% de varianza	% acumulado
1	9,194	45,971	45,971	9,194	45,971	45,971	6,017	30,085	<b>30,085</b>
2	2,859	14,294	60,264	2,859	14,294	60,264	4,651	23,254	<b>53,339</b>
3	1,766	8,830	69,095	1,766	8,830	69,095	3,151	15,755	<b>69,095</b>
4	1,163	5,813	74,908						
5	,817	4,084	78,991						
6	,732	3,659	82,651						
7	,645	3,227	85,877						
8	,536	2,679	88,556						
9	,483	2,413	90,970						
10	,328	1,638	92,607						
11	,300	1,500	94,107						
12	,270	1,351	95,458						
13	,237	1,187	96,645						
14	,177	,884	97,529						
15	,153	,765	98,294						
16	,106	,532	98,826						
17	,088	,441	99,267						
18	,073	,363	99,630						
19	,050	,250	99,880						
20	,024	,120	100,000						

Método de extracción: análisis de componentes principales.

## Anexo n°07: Convocatoria real



**MARAKOS GRILL** Empresa verificada  
 ★★★★★ 20 evaluaciones

Seguir

Recibe notificaciones nuevas de MARAKOS GRILL

La empresa | **6 Ofertas** | 20 Evaluaciones | Entrevistas | Fotos

**Se necesita Mozos y Azafatas**

**Salario** Publicado: Ayer, 07:55 p.m. (actualizada)

- No informado

**Localización**

- Chiclayo, Lambayeque

**Descripción**

- Marakos Grill se encuentra en la búsqueda de personal para el puesto de Mozo y Azafata y que cuenten con amplia experiencia en el rubro de restaurantes y hoteles. los interesados presentar curriculum Vitae en calle Loreto N° 397 URB los parques - chiclayo
- Fecha de contratación: 26/05/2019

**Requerimientos**

- Educación mínima: Técnico
- Años de experiencia: 3
- Disponibilidad de viajar: No

**Resumen del empleo**

Se necesita Mozos y Azafatas Chiclayo, Lambayeque

**Empresa**  
MARAKOS GRILL

**Jornada**  
Tiempo completo

**Tipo de contrato**  
Contrato de Temporada

**Salario**  
No informado

Aplicar

Anterior | Imprimir | **Aplicar** | Siguiente

Anuncio:   
 ¡Cambiate a Movistar!  
 Samsung Galaxy S6 Edge