

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMERICAS

BACHILLERATO EN PUBLICIDAD

Identificación de la percepción de estudiantes de 18 a 30 años de edad, del grado de bachillerato de la carrera de publicidad de dos Universidades privadas ubicadas en el GAM sobre los sitios Web de bolsa de empleo como herramienta para su inserción en el mercado laboral durante el primer trimestre del año 2020.

**NOMBRE DEL AUTOR
Mónica Tatiana Fallas Aragón**

San José, Enero 2020

Contenido

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema de la investigación	1
Objetivos	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos	2
Justificación	2
Antecedentes.....	4
Proyecciones de la investigación.....	6
CAPITULO II: MARCO TEORICO	7
Proceso cognitivo.....	7
Percepción.....	10
Percepción visual	11
Percepción auditiva.....	11
Percepción táctil.....	12
Percepción olfativa.....	13
Percepción gustativa.....	13
Influencias en el acto perceptivo.....	14
Factores que pueden afectar la percepción en los consumidores	15
Bolsas de trabajo	19
Especialización de las bolsas de empleo en línea	20
Bolsas de trabajo en línea de Costa Rica	21
Importancia de las bolsas de trabajo en línea	25
Beneficios bolsas de trabajo en línea	25
Empleabilidad	28
Agencias de publicidad y su método de reclutamiento de personalidad	30
CAPITULO III: MARCO METODOLOGICO	34
Enfoque de la investigación	34
Diseño de la investigación.....	34
Fuentes primarias	34
Fuentes secundarias	35
Muestra.....	35
Unidades de análisis	35
Conocimiento.....	35
Bolsas de empleo en línea	35
Percepción.....	36
Instrumentos utilizados en la investigación	36
Cuestionario.....	36
Proceso para recolección de datos.....	36
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	37

Unidad de análisis: Conocimiento	38
Categoría 1: Conocimiento de que es una bolsa de empleo en línea	39
Categoría 2: Conocimiento del principal beneficio de una Bolsa de Empleo en Línea	40
Categoría 3: Variedad en las vacantes publicadas.....	41
Categoría 4: Variedad de niveles de puestos publicados	43
Categoría 5: Experiencia laboral como factor para la búsqueda de empleo en las Bolsas de trabajo en línea.....	44
Categoría 6: Conocimiento de las prácticas profesionales publicadas en las Bolsas de Trabajo en Línea	46
Unidad de análisis: Bolsas de empleo en línea.....	48
Categoría 1: Variedad en el uso de instrumentos en la búsqueda laboral	48
Categoría 2: Beneficios adicionales de una Bolsa de Empleo en Línea	51
Categoría 3: Conocimiento de las principales Bolsas de Empleo en Línea.....	53
Categoría 4: Búsqueda web posicionada como medio para la búsqueda laboral.....	54
Categoría 5: Tiempo dedicado a la búsqueda de empleo	56
Unidad de análisis: Percepción	58
Categoría 1: Calificación en cuanto a la percepción.....	58
Categoría 2: Comunicación con el usuario	60
Categoría 3: Características de las Bolsas de Empleo en Línea	61
Categoría 4: Obstáculos.....	63
Categoría 5: Reforzamiento en la comunicación.....	66
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
Conclusiones de la investigación.....	69
Recomendaciones de la investigación.....	71
CAPÍTULO VII: PROPUESTA	72
Cliente	72
Reseña	72
Análisis FODA	72
Fortalezas	72
Oportunidades	72
Debilidades	72
Amenazas.....	72
Mercado meta.....	73
Segmentación geográfica.....	73
Segmentación demográfica.....	73
Segmentación psicográfica	73
Segmentación conductual	73
Análisis de la competencia.....	73
Competencia directa	73
Ferias de empleo presenciales.....	73
Bolsas de empleo físicas.....	74

Competencia indirecta	74
Plan de mercadeo.....	74
Producto/Servicio.....	74
Descripción de producto/servicio.....	74
Características.....	74
Beneficios	74
Precio.....	74
Plaza	75
Herramientas de la comunicación integrada de mercadeo.....	75
Publicidad.....	75
Objetivos de mercadeo	75
Objetivos de comunicación.....	75
Estrategia publicitaria.....	75
Audiencia.....	75
El concepto del producto.....	75
Mensaje	75
Medios.....	75
Estrategia creativa	76
Concepto creativo	76
Mensaje publicitario	76
Ejecuciones	76
Estrategia y presupuesto de medios.....	76
Estrategia de medios.....	76
Medio principal: Digital	76
Medio de apoyo: Email marketing y radio	76
Estacionalidad.....	77
Tipo de estrategia	77
Media mix	77
Ejecuciones	77
Referencias.....	83

TABLAS

Tabla 1	10
Tabla 2	37
Tabla 3	39
Tabla 4	40
Tabla 5	42
Tabla 6	43
Tabla 7	45
Tabla 8	46
Tabla 9	49
Tabla 10	51
Tabla 11	53
Tabla 12	54
Tabla 13	56
Tabla 14	59
Tabla 15	60
Tabla 16	62
Tabla 17	64
Tabla 17	66

FIGURAS

Figura 1	7
Figura 2	9
Figura 3	14
Figura 4	16
Figura 5	18
Figura 6	19
Figura 7	22
Figura 8	22
Figura 9	23
Figura 10	23
Figura 11	24
Figura 12	24
Figura 13	25
Figura 14	25
Figura 15	28
Figura 16	30
Figura 17	32
Figura 17.1	32
Figura 18	47
Figura 19	48
Figura 20	58
Figura 21	63
Figura 22	66
Figura 23	68

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por darme la oportunidad de salir adelante, a mi familia por ser apoyo incondicional en todo momento y a la Universidad Internacional de Las Américas, de no haber sido por la beca brindada a principios de mi carrera no hubiera tenido la oportunidad de estudiar a nivel universitario.

Agradezco a mis profesores, directores de carrera y al tutor por la dedicación y tiempo brindado, agradezco a mis amigos, los cuales han estado motivándome a continuar con mis estudios y siempre dando una palabra de aliento, en especial a Melissa Cordero, fue una fuente de fortaleza e inspiración.

DEDICATORIA

Para mi hermano “Tito” Fallas, que sé que me apoya desde el cielo.

RESUMEN

Esta investigación se concentra en estudiar la opinión y percepción de la población de estudiantes universitarios en cuanto a la búsqueda de empleo en los portales en línea. Para obtener dichas opiniones, se estará aplicando un cuestionario en línea a estudiantes universitarios de dos universidades privadas.

Se pretende mencionar los beneficios que ofrecen las bolsas de empleo en línea y como las personas pueden sacar mayor provecho de ellas, específicamente los estudiantes universitarios, los cuales son la población seleccionada.

La investigación contiene un marco teórico en el que se definen los conceptos a evaluar, un marco metodológico en el cual se presentarán resultados, un capítulo de conclusiones y recomendaciones y, posteriormente, un capítulo de propuesta, en el cual se brindará una propuesta de comunicación 360°, para que pueda ser implementada por las bolsas de empleo.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema de la Investigación

La carencia de información siempre ha sido una problemática para el ser humano y en la actualidad también se toma como una de las causas que puede afectar el cumplimiento de metas profesionales, en esta era digital se facilita el encontrar información, por lo tanto, esto beneficia en gran manera la búsqueda laboral por medio de las bolsas de empleo en línea.

Según el artículo escrito en la página web OCCMéxico, González (2019), indica que las bolsas de trabajo en línea son el enlace entre empresas y candidatos, pues su función es ser el medio por el cual las empresas pueden dar a conocer sus vacantes, sin embargo, hay personas que carecen de esta información y las mismas no son utilizadas como un medio para la inserción laboral, por lo general las personas acuden a medios convencionales para la búsqueda de empleo, como las ferias laborales o las bolsas de empleo físicas en instituciones o universidades.

Una de las ventajas que brindan dichos sitios web de empleo para quienes buscan trabajo es la objetividad con la cual se puede posicionar un profesional, ya que le permiten ubicar el área en la que requiere laborar, contactar a las empresas que sean de su interés y hacer un currículum profesional, lo cual es muy eficiente para las empresas y a los candidatos se les permite actualizarse constantemente sobre las diferentes posiciones vacantes que hay en el mercado.

Las bolsas de trabajo en línea pueden generar un vínculo entre los candidatos y los empleadores, sin embargo, todavía es un área que se debe de desarrollar con más intencionalidad para que la mayoría de la población puedan conocer de este y otros beneficios que las bolsas de trabajo en línea pueden ofrecer. Es destacable el hecho de que la tecnología digital avanza cada vez más y por lo tanto lo ideal sería que el ser humano se actualice.

El medir la percepción que tienen los estudiantes de publicidad en cuanto a los sitios web de empleo brindará información relevante de las expectativas que tiene este público sobre los beneficios de utilizar estos servicios y la importancia de conocer las ofertas laborales actuales que tienen las empresas, lo cual no solo mejorará su búsqueda de oportunidades laborales, sino que también les brindará una visión más amplia de los beneficios que pueden obtener con estas herramientas tecnológicas.

Por lo tanto, en esta investigación se estudiará cuál es la percepción sobre los sitios web de bolsa de empleo como herramienta para su inserción laboral que tienen los estudiantes de 18 a 30 años de edad, del grado de bachillerato de la carrera de publicidad de dos universidades privadas ubicadas en el Gran Área Metropolitana, durante el primer trimestre del año 2020.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Estudiar la percepción de estudiantes de 18 a 30 años de edad, del grado de bachillerato de la carrera de publicidad de dos Universidades privadas ubicadas en el Gran Área Metropolitana sobre los sitios web de bolsa de empleo como herramienta para su inserción laboral durante el primer trimestre del año 2020.

Objetivos Específicos

Determinar el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre lo que es un sitio web de empleo en línea.

Identificar cuáles sitios web de empleo en línea son más visitados y las razones por las que son utilizados por los estudiantes.

Explicar la percepción que tienen los estudiantes de dos universidades privadas sobre los beneficios que les brindan los sitios web de bolsa de empleo.

Justificación

Esta investigación tiene la finalidad de identificar la percepción que tienen los estudiantes de publicidad de 18 a 30 años de edad de dos Universidades privadas ubicadas en el Gran Área Metropolitana acerca de los sitios web de bolsas de empleo, lo cual puede llevar a una mejora importante en la comunicación que utilizan dichos sitios web para atraer estos nuevos talentos. En Costa Rica, diferentes empresas, incluyendo las del área de Publicidad, prefieren dar a conocer sus ofertas de trabajo por medio de sitios web especializados y no mediante búsquedas por procesos convencionales.

La búsqueda de candidatos por medio de los sitios web de empleo es cada vez más atractiva para las Agencias de Publicidad porque les permite hacer una filtración relativamente exacta del talento que requieren, haciendo que el proceso de reclutamiento sea más sencillo en cuanto a la comunicación con los candidatos, ya que les brindan datos exactos de su contacto y de los trabajos que han realizado. Según Sergio Porrogas, Director de Operaciones de la OCCMundial, una bolsa de trabajo puede ofrecer a los empleadores: Eficiencia, reducción del tiempo, seguridad, optimización y generación de ahorro. (Porrogas, 2018)

La información que se obtenga por medio de esta investigación permitirá que los sitios web de empleo tengan un panorama más amplio de cuál es la opinión de los estudiantes en cuanto a los servicios brindados y cómo estos les pueden ayudar en su inserción laboral, con lo cual dichas bolsas de empleo tendrán una orientación a la hora de comunicar sus beneficios ante usuarios que actualmente cursan sus estudios universitarios.

Es probable que dentro de unos años solamente existan estos medios en el mercado para encontrar fuentes de trabajo, ya que las bolsas de empleo en línea generan búsquedas más precisas para las empresas y los candidatos tienen el beneficio de filtrar su postulación por títulos, área de interés y zona de residencia. Algunas de ellas que permiten buscar empleo por empresas oferentes determinadas, lo cual hace que los estudiantes puedan también cumplir sus expectativas en cuanto a la postulación con los mejores empleadores.

Adicional a esto, los candidatos tienen la posibilidad de postularse de manera internacional, ya que internet une al mundo y las bolsas de empleo no son la excepción. En el artículo “Buscar trabajo en el extranjero: opciones y recursos” de Educaweb, se menciona la RedEures, la cual publica vacantes y consejos prácticos para conseguir empleo y se ofertan programas de ayuda como “Tu primer trabajo Eure” para recién graduados, lo cual es bastante atractivo para las nuevas generaciones- (Bosada, 2019)

Asimismo, los sitios web de empleo se han encargado de que no existan fronteras en cuanto a la búsqueda laboral, pero claro está que para aplicar a estos puestos hay que cumplir con todos los requisitos incluyendo los permisos laborales o el visado de ser el caso. Así como la RedEures, hay otras bolsas de empleo que ofrecen programas para los estudiantes y graduados universitarios interesados en la búsqueda de empleo internacional.

Otra posibilidad que dan las bolsas de empleo es conseguir trabajos extras en el área de comunicación, incluyendo Publicidad, ya que hay empleadores que tienen programas para que las personas trabajen por proyectos y por servicios profesionales, lo cual abre una vía grande para que los profesionales puedan tener más experiencia, y, por ende, más oportunidad de posicionarse en el mercado laboral.

El comunicar las percepciones de los estudiantes de publicidad en cuanto a las bolsas de empleo para su inserción laboral ampliará el conocimiento de ambas partes, tanto de los empleadores como de los candidatos, y ayudará a que se mejore la comunicación, y, por tanto, se mejore la búsqueda de puestos de trabajo y talentos.

Cabe destacar que al ser una búsqueda por medio de sitios web es posible que las probabilidades de trabajo sean más altas, pues muchas agencias de publicidad utilizan estos medios para la búsqueda de candidatos, sin embargo, también los utilizan empresas que no son del área de comunicación o publicidad, pero que requieren personas con conocimientos en dichas áreas.

Antecedentes

La mayoría de empresas en el mercado quieren atraer buenos talentos, por lo que buscan estrategias para lograrlo en el año 2015 la Escuela IEBS en su blog realizo un artículo donde mencionan diferentes consejos para hacer una oferta de empleo más atractiva, en el consejo número 5 (Visibilidad) indican que las plataformas de búsqueda de empleo en línea son el ideal para dar a conocer las vacantes, mencionan los portales genéricos y portales de búsqueda segmentada, ambos son bolsas de empleo en línea (Canal, 2015).

The Coca Cola Company cuenta con un blog donde se colocan artículos de interés para sus seguidores, recientemente en el año 2019 colocaron un artículo llamado “Tres consejos para encontrar trabajo en la era digital” donde recalcan la importancia de mantenerse activo en la web e indican un dato relevante para hacerlo: “De acuerdo con datos de Pew ResearchCenter, 79% de los reclutadores utilizan el internet para buscar candidatos para puestos, actualmente la mayor parte de las compañías cuentan con bases de datos o sistemas para aplicar en línea”. (Mociavis,2019, párr. 2)

Las plataformas digitales para conseguir empleo cuentan con una gran ventaja y es que la información se mantiene actualizada, en el año 2019 los estudiantes Javier Benavides Reyes y Cristian Naranjo Barrionuevo de la Universidad Central del Ecuador para obtener su título como ingenieros informáticos desarrollaron e implementaron un sistema de bolsa de empleo dirigido a estudiantes, egresados y profesionales de la carrera de Ingeniería Civil.

El objetivo de dichos estudiantes era el diseñar una herramienta que sea flexible y amigable para la búsqueda de empleo, ya que entraban muchas solicitudes a la Universidad de diferentes empleadores, pero no tenían un medio para verificar que las vacantes llegaran a los estudiantes y, por ende, se logrará colocarlos en el ámbito laboral.

Como conclusión de esta investigación y proyecto, la implementación de la bolsa de empleo para esta Universidad fue un éxito y en una de sus conclusiones expresan lo siguiente:

El sistema cumple en un 85% el proceso de generación de convenios entre empresas y la Universidad del Ecuador, esto debido a que los datos ingresados y generados por el sistema deben de ser validados por las partes involucradas mencionadas anteriormente. (Benavides Reyes y Naranjo Barrionuevo, 2019, p.44)

El porcentaje indicado en la conclusión anterior es bastante viable. Adicional mencionan que gracias a los reportes que brinda el sistema se puede cuantificar la cantidad de postulantes que hay para una oferta de empleo y la información llega de manera precisa a su público meta.

El departamento de la investigación de la Universidad Internacional de Las Américas realizó un documento acerca de la Orientación Laboral y Gestión de Empleo Díaz (2016), menciona que donde descifran la orientación laboral como todo un proceso que inicia en la carrera seleccionada para estudiar, en el mismo documento se puede observar estrategias para gestionar la búsqueda laboral donde se instruye al lector en la búsqueda de tecnologías para llevar a cabo la tarea. Adicional, en su conclusión, mencionan de mantenerse actualizado en cuanto a tendencias laborales.

En el artículo Orientación Laboral escrito por Josué Jiménez, enfatiza como las innovaciones tecnológicas aceleran todos los procesos entre ellos la inserción laboral y el desempeño que tiene el ser humano en el trabajo, como conclusión el autor detalla:

Por tanto, las personas especialistas requieren una sólida formación interdisciplinaria en la que integren el saber ser, con el saber conocer y el saber hacer, en el desarrollo de procesos de investigación y de intervención desde lo organizacional y lo individual (Ulate, 2017, p.14).

La formación que se les brinda a los estudiantes en cuanto al conocimiento de la tecnología es un pilar importante para el desarrollo en el ámbito laboral.

Según la revista Summa, una de las tendencias de capital humano para retener talento es la búsqueda de candidatos por medio de la tecnología, en el artículo indican que la importancia de hacer un buen reclutamiento es de un 85% en todo el proceso, adicional a esto, mencionan lo siguiente refiriéndose a las bolsas de empleo en línea:

Las organizaciones buscan la forma de recopilar los datos, para eso las tecnologías cognitivas y la inteligencia Artificial (IA) están ayudando a mejorar la organización y sus equipos. La disrupción más grande en la adquisición de talento hoy es en día es la experimentación con soluciones y servicios tecnológicos avanzado. (Revista Summa, 2017, párr.13)

Según Chung (2018) en Costa Rica, Zona Franca el Coyol decidió en el año 2018 abrir una bolsa de empleo en línea donde las empresas tuvieran un espacio para publicar sus vacantes y, por ello, los candidatos tuvieran otro medio para aplicar a las mismas, según la noticia dada por EKA Consultores en su revista digital dicho sitio web será el motor de búsqueda de personal de importantes empresas. Adicional, mencionan que en esta bolsa de empleo en línea las empresas podrán publicar también sus prácticas o pasantías que tengan disponibles en las empresas.

Proyecciones de la Investigación

Determinar el conocimiento que tienen los estudiantes de publicidad de dos Universidades privadas en cuanto a los sitios web de empleo que ofrecen diferentes vacantes para su inserción laboral, esto con la finalidad de conocer sus expectativas acerca de estos servicios.

Mencionar los sitios web conocidos y utilizados por los estudiantes de publicidad para la búsqueda laboral en su sector.

Dar a conocer las percepciones de los estudiantes de Publicidad en cuanto a las bolsas de empleo en línea para su inserción laboral, de manera que se mejore la comunicación entre las bolsas de empleo en línea y estos usuarios. Se informará a los sitios web de empleo sobre la opinión de los estudiantes en cuanto a los servicios brindados, para dar una orientación a la hora de comunicarse con este público.

Se desarrollará una propuesta de comunicación 360° para generar un acercamiento efectivo entre los estudiantes de publicidad y los sitios web de bolsas de empleo, basados en los hallazgos más relevantes en el período del estudio.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

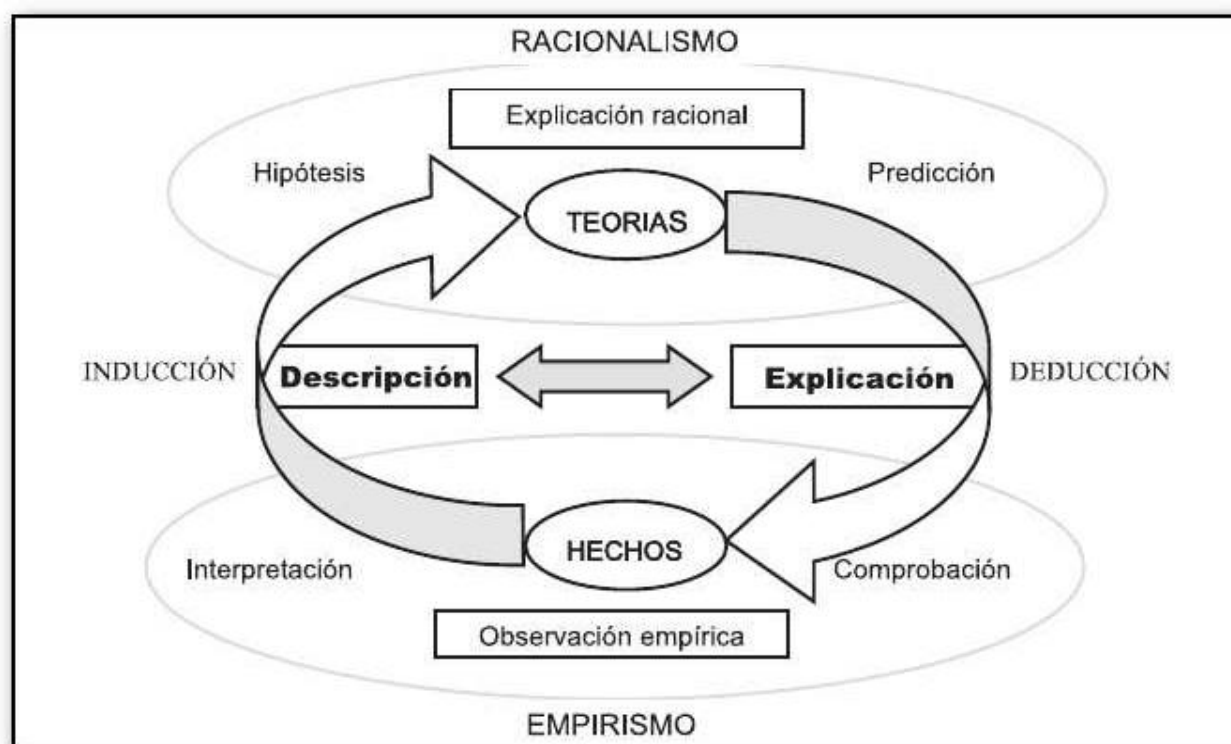
Proceso Cognitivo

El proceso cognitivo es aquel que lleva al ser humano a procesar la información que recibe diariamente, en el área de la psicología se habla de que la mente tiene diferentes niveles de análisis lo cual hace que el individuo pueda tratar con las diversas informaciones que llegan a él, entre estos niveles se pueden mencionar: Nivel de procesamiento de la información y nivel de una descripción física. Dichos niveles tienen relación entre sí, pero se analizan de manera diferente. (Smith & Kosslyn, 2008)

Según Smith y Kosslyn, para procesar la información en el proceso cognitivo se requiere evaluar los estímulos, respuestas, sucesos internos y las consecuencias de respuestas observables (2008), por ende, se puede determinar que este proceso es un todo en la mente del ser humano, es un proceso complejo que lleva a comprender situaciones.

Martínez (2005) explica por medio de una figura el proceso del desarrollo cognitivo y el conocimiento, la figura es la siguiente:

Figura 1: Relaciones entre los hechos y las teorías:



Nota: (Martínez, 2005)

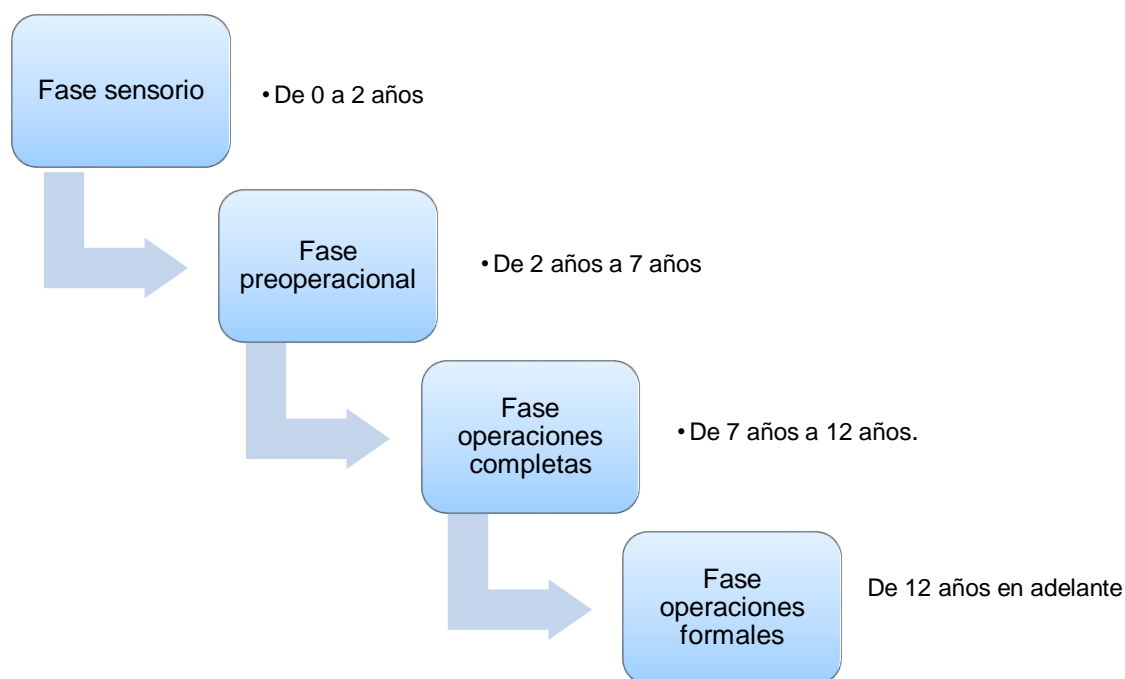
Martínez por medio de la imagen indica que los hechos y las teorías se relacionan entre sí y dan resultados cruzados a la hora de buscar un concepto de una situación. Los hechos suelen asumirse de la información recopilada por diferentes fuentes y las teorías ya son propias del

proceso cognitivo de cada individuo, por lo tanto se puede denotar que el proceso cognitivo es un círculo en movimiento constante de información y vivencias.

El psicólogo Triglia (s.f.) menciona en el blog Psicología y Mente a Piaget. J (1972), el cual ha escrito acerca de las 4 fases del proceso cognitivo e indica que el mismo empieza a partir de la niñez, las 4 fases mencionadas son:

1. Fase sensorio – motora o sensomotriz: Esta etapa empieza en el momento del nacimiento y se define de acuerdo a la interacción física que se tenga con el entorno inmediato que rodea al niño o niña al nacer, se puede indicar que es el aprendizaje obtenido por medio de dicha interacción.
2. Fase preoperacional: Esta etapa inicia a partir de los 2 años. Triglia (s,f), indica que los niños y niñas “empiezan a ganar la capacidad de ponerse en el lugar de los demás, actuar y jugar siguiendo roles ficticios” (párr..5) sin embargo aún no se desarrolla la capacidad para evaluar las situaciones como normalmente lo puede hacer un adulto.
3. Fase operaciones completas: A partir de los 7 años se da esta etapa donde se empieza con la utilización de la lógica para llevar a cabo conclusiones válidas de las circunstancias que rodean al individuo.
4. Fase operaciones formales: Esta etapa aparece a partir de los 12 años y es la que continúa hasta la vida adulta, en esta fase el individuo ya es capaz de razonar acerca de las diferentes situaciones, adicional que le permite el analizar las opiniones de los demás y tomar decisiones de acuerdo a sus interés y necesidades. Se puede decir que en esta etapa la persona ya es consciente de su realidad.

Figura 2: Fases del proceso cognitivo



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Martínez Marín y Ríos Rosas mencionan que, como parte del proceso cognitivo, se encuentra el conocimiento el cual permite a los seres humanos ser conscientes de su realidad, adicional ayuda a que los individuos comprendan las diferentes situaciones (2006), por lo tanto, se puede indicar que el proceso cognitivo es una guía en la toma de decisiones para satisfacer sus necesidades.

López (2008) hace mención en la Revista Española de Investigación de Marketing (ESIC), del proceso cognitivo relacionado con el marketing/publicidad hacía los consumidores, en este artículo se menciona la importancia de tomar en cuenta las emociones y actitudes del consumidor hacia el producto y que experiencias puede causar en los consumidores. Las experiencias de consumo generan que los individuos tengan una intención de compra a un nivel más alto.

Por otro lado, García (2018) comenta que el marketing y el proceso cognitivo debe de ir de la mano, la comunicación emitida por las empresas y marcas, deben de tener énfasis en quedar en la mente de sus consumidores, captar la atención de ellos y saber persuadirlos, todo esto implementando el conocimiento que se tiene de los sistemas sensoriales, como resultado se obtendrá mayor valor por parte de los consumidores al mensaje publicitario emitido.

Glover (2019) indica que existen las habilidades cognitivas, las cuales permiten que las personas lleven a cabo su vida cotidiana, entre ellas se pueden mencionar percepción,

sensación, memoria y atención, para esta investigación se desarrollara el tema de la percepción, ya que es uno de los objetivos a evaluar.

Percepción

La sensación es la respuesta a estímulos que reciben los sistemas sensoriales (boca, nariz, oídos, manos y ojos) y la percepción es el proceso que permite descodificar dichos estímulos recibidos, en este proceso las personas distinguen, organizan e interpretan la información. El valor agregado de un producto en ocasiones recaerá sobre la experiencia única que brinde hacia el sistema sensorial de los consumidores, específicamente si el producto por medio de su comunicación enlaza el consumirlo con una sensación única. (Solomon, 2008)

En el libro Psicología de Davis, S. y Palladino, J. (2007), ofrece una visión general de los que representa cada sistema sensorial:

Tabla 1: Visión general del sistema sensorial

Sistema sensorial	Definición	Órgano
Visual	Los que se ve. "Recepción de ondas electromagnéticas por medio de las células visuales". Davis, S. y Palladino, J. (2007)	Ojos
Audición	Sonidos, vibraciones, audición	Oídos
Gusto	Definición de Sabores	Lengua
Olfato	Distinción de olores	Nariz
Tacto	Contacto, presión	Piel/Manos

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Según el artículo del periódico La Vanguardia en el año 2000, Sáez (2015) menciona que la Universidad de California realizó un experimento donde se contradice la idea de que los sentidos trabajaban de manera individual, llegando así a la conclusión de que el cerebro no los percibe por aparte, sino como un conjunto, pues trabajan entre ellos, por lo tanto, la percepción es un proceso activo donde participa todo el sistema sensorial.

La percepción permite al individuo interactuar y adaptarse al ambiente que lo rodea, de esta manera, el ser humano adquiere nuevas experiencias para manejar las diferentes situaciones que se le presentan, esto hace que la percepción tenga un papel importante en la comunicación. (Orellana, 2018)

En modo resumen, se puede mencionar a Alberich, Gómez Fontanills y Ferrer Franquesa, donde definen la percepción de la siguiente manera: "La percepción no es más que un subsistema de un sistema cognitivo más complejo que incluye percepción sensorial, memoria,

atención, conocimiento, reconocimiento, entendimiento, conciencia, representación, interpretación”. (p.33)

Percepción visual

Vásquez Echeverría (2015) menciona que la percepción visual nace a raíz de las reflexiones de la luz ante los ojos, es decir, se pueden ver objetos cuando la luz llega al ojo, en conjunto con toda la información que tiene el cerebro dada por los otros órganos sensoriales, puede tener una percepción del objeto que se está observando en ese momento, aunque la parte estética es importante en la comunicación, se lee que el cerebro también consulta otra información anteriormente recibida para poder verificar el concepto que le dará a lo que tiene ante la vista.

Se debe entender que la percepción no es algo rígido que esté determinado con alguna fórmula en específico, más bien se considera un ciclo que está en constante movimiento con la finalidad de dar la mejor interpretación a los datos recibidos. (Vásquez Echeverría, 2015)

Los aspectos que componen la percepción visual, según Carlvalho (2016), son el color, el tamaño y la forma, estos no siempre funcionan en conjunto, pues hay personas que no poseen alguno de dichos aspectos, tal como las personas con daltonismo. Adicional a estos aspectos, hay otros factores que hacen interferencia a la percepción visual, entre ellos: objetos, movimientos y acción.

En el ensayo realizado por Alberich, Gómez Fontanills, & Ferrer Franquesa (s.f.), se indica que existen 4 tipos de actos de pensamiento visual los cuales son relevantes en el proceso de percepción:

1. Retentiva visual: Se dice que la capacidad de retener visualmente es del 1/15 partes de segundo, esto quiere decir que el ser humano no logrará percibir todo lo que observa.
2. Agudeza visual: Este acto hace referencia al tamaño de los objetos que se presentan frente a los individuos.
3. Preferencias de la mirada: Todas las personas tienen diversas preferencias en cuanto a los tonos que desea ver, por ejemplo: hay personas que prefieren la preferencia a los tonos oscuros que los claros, ya que estos les causa alguna dificultad en la visión.
4. Perversiones de la mirada: Este factor hace referencia a los trastornos de reconocimiento visual, por ejemplo: la ilusión óptica.

Percepción Auditiva:

Para Avendaño C., Pas Montes, y Rueda Vera (2015), el órgano que se encarga de llevar la percepción sonora al cerebro es el oído, este está compuesto por oído externo, medio e interno, este último se encarga de hacer la conexión con el sistema nervioso central; el oído además de ser el encargado de la audición, también se encarga del equilibrio.

Existen factores que pueden intervenir en el desarrollo de la percepción auditiva, estos son mencionados por la clínica EFETA (s.f), entre ellos se puede mencionar:

1. La edad: Normalmente cuando el ser humano nace, se desarrolla la capacidad auditiva, sin embargo, esta va perdiendo sensibilidad conforme el crecimiento.
2. Nacimiento prematuro: Se dice que las personas que han tenido un nacimiento prematuro son más riesgosas a padecer de deficiencias auditivas.
3. Transmisión hereditaria: Las deficiencias auditivas se pueden generar de modo hereditario, en este caso si la persona tiene familiares con deficiencias auditivas puede heredarlas.
4. Entorno laboral: En el caso de las personas que laboran en puestos donde se genera mucho ruido pueden llegar a perder su capacidad auditiva.
5. Estilo de vida: Los hábitos sociales pueden llegar a repercutir de buena o mala manera sobre la capacidad auditiva.
6. Tabaco y alcohol: Estos son hábitos nocivos para la capacidad auditiva.
7. Ocio: El nivel de audio utilizado en la música que colocan en algunos establecimientos puede que afecte la capacidad auditiva de los usuarios.
8. Enfermedades: Hay algunas enfermedades que intervienen en el desarrollo de este sensor.

Como se menciona anteriormente la percepción auditiva puede ser intervenida por múltiples factores, por lo tanto, a la hora de dar alguna comunicación se debe de generar un estudio y verificar el sonido ideal para emitir un comercial. El sonido ya sea una melodía, una narración o un ritmo puede generar respuestas emocionales en los consumidores incluyendo sensaciones de mejora, placer e incluso bienestar emocional, esta percepción puede hacer que las personas se sientan atraídas hacia un producto o servicio en específico. (Avendaño C., Pas Montes, & Rueda Vera, 2015)

Percepción táctil

La piel brinda diferentes tipos de experiencias según las situaciones, puede provocar diferentes estímulos, se puede sentir el frío, el calor, la presión, el dolor entre otros, la piel ofrece una cobertura a todo el cuerpo, es el órgano que tiene más peso y el más voluble, tiene la función como órgano sensorial de dar una percepción táctil al individuo. (González, 2015)

Adicional, González (2015) menciona que la percepción táctil cuenta con diferentes tipos: de detalles, de vibración, de textura, de los objetos, por lo tanto en la comunicación se debe tomar en cuenta estos tipos de percepciones táctiles a la hora de validar el material que se utilizara para presentar un producto o una marca en específico.

En los últimos años, la tecnología ha avanzado a pasos apresurados y el marketing no se queda atrás, como ejemplo de ello, Torreblanca (2019) menciona como una marca ha sacado provecho de esta percepción con la finalidad de atraer a más personas que puedan pertenecer a su mercado meta, hace mención a la marca Dot, la cual ha hecho smartwach especiales para personas no videntes, por lo general, estas personas desarrollan el sentido del tacto y a pesar de que es una discapacidad el marketing puede hacer de esto una oportunidad ayudando a cubrir las necesidades de esta población.

Percepción olfativa

El sistema límbico en el cuerpo humano es donde se ubican las emociones, se dice que el nervio del olfato se dirige directamente a este sistema, por lo cual tienen una estrecha relación. El ser humano puede recordar más de 10 000 olores y estos pueden asociarse sin ningún inconveniente a experiencias vividas anteriormente (Vasquez Patiño & Rueda Barrios, 2019), por lo tanto, esta es la percepción que más varía de una persona a otra ya que un olor puede significar una experiencia buena para una persona, pero para otra tal vez no sea tan agradable.

Se debe recordar que las emociones pueden hacer la diferencia entre un producto u otro, por ello, una gran ventaja que tienen los creadores de experiencias es la percepción olfativa, ya que esta puede hacer que los consumidores se devuelvan a su infancia, recuerden personas que aprecian o crear un recuerdo positivo.

En la actualidad, varios comercios apuntan hacia el marketing sensorial, tomando en cuenta la percepción olfativa que van a tener sus clientes a la hora de visitarlos, Montero (2019) menciona en el artículo publicado en el Periódico el Financiero que al desarrollar marketing olfativo en los comercios, hace que las personas tengan una recordación de marca y estimule su sistema sensorial, adicional confirma que la creación y selección de un olor en específico para la marca es un proceso que requiere tiempo, esfuerzo y dedicación.

Percepción gustativa

Chiacchio (2016) indica que la reacción química que se da cuando una sustancia llega a las células que se ubican en las pupilas gustativas se le conoce como el gusto, cabe recalcar que el gusto y el sabor son términos totalmente diferentes, el sabor incluye tanto el gusto y el olor, el cual se percibe por medio de la nariz, se puede definir el sabor como la combinación de ambos.

El sentido del gusto es relevante en algunas industrias como lo es la de alimentación, por lo tanto, la percepción gustativa se resaltará en la comunicación si la marca lo amerita, por lo general, las marcas que requieren que el consumidor tenga un buen gusto por su producto proceden a realizar pruebas, análisis de mercado y grupos focales. (Solomon, 2008)

Figura 3: Percepciones

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Influencias en el acto perceptivo

Como ya se ha mencionado anteriormente la percepción se forma de los estímulos que las personas reciben a diario, sin embargo, cada individuo es capaz de ser selectivo y definir cuáles estímulos serían tomados en cuenta para generar una percepción. Hay diferentes factores que pueden influir esta selección, entre ellos factores internos y externos. (Equipo Editorial, 2018)

Factores internos

Serra (2008) menciona que las motivaciones: son un conjunto de procesos psíquicos que regulan el comportamiento, determinan el sentido y la intensidad, las motivaciones son aquellas que ayudan a las personas en la toma de decisiones para satisfacer alguna necesidad y a su vez son reguladoras del cumplimiento de un objetivo, por lo tanto, cuando se requiere satisfacer una necesidad se consulta a las motivaciones para verificar cuál sería la mejor manera de quedar satisfechos.

Tomando en cuenta la definición anterior para la satisfacción del consumidor es importante determinar la necesidad que estará satisfaciendo el producto o servicio a ofrecer, ya que la misma motivará al individuo a consumirlo.

Las experiencias pasadas: “Se define como experiencia las circunstancias que una persona ha vivido a lo largo de su vida y cómo el individuo las comprende, este proceso hace posible que se pueda valorar, interpretar y dar sentido a la realidad” (Erasquin, Sulle, García, y Livia,

2016, p.99). Según lo mencionado anteriormente, conformen pasan los años el ser humano hace su realidad de acuerdo a las vivencias pasadas por lo tanto se puede determinar que las mismas influyen en la percepción ante las situaciones y en la toma de decisiones en el presente.

Las necesidades: “Las sensaciones de carencia son conocidas como necesidades, adicional se define como aquello que es indispensable para continuar con la vida cotidiana, se indica que es lo que lleva a el ser humano a tener un estado estable en cuanto a la salud mental, física y social”. (Tonelli, 2018)

En la definición de necesidades cabe destacar una jerarquía de las mismas, propuesta por Abraham Maslow como una teoría psicológica. Tejo (2016) indica que la jerarquía se divide en 5 niveles, los cuales son: necesidades básicas, necesidades de seguridad y protección, necesidades de afiliación y afecto, necesidades de estima y necesidades de autorrealización. Estas condiciones denotan que el ser humano está lleno de necesidades y de alguna manera buscará como satisfacerlas.

Por lo tanto, a la hora de tomar la decisión de satisfacer una necesidad, el ser humano analizará cuál sería la mejor opción para llevar a cabo este proceso, aquí es donde la percepción comienza a hacer su función.

El ambiente cultural: Según la revista Polis, el autor Cadenas (2014) menciona que la cultura es un medio de comunicación, por el cual se adopta una comunicación social, tomando en cuenta esta definición, el ambiente cultural se ve influenciado por la comunicación que las personas tienen en su entorno y cómo interactúan entre sí.

Por consiguiente, los productos y servicios deben de conocer la cultura de su mercado meta para dar una comunicación afín con los individuos y presentar de una manera efectiva los beneficios que tendrán como consumidores.

Factores externos

Estímulos: El estímulo se define como el conjunto de cosas que incitan a la respuesta de la reactividad del ser humano, los estímulos se dividen en dos áreas la física y la psicológica, la primera hace referencia a las reacciones biológicas, la segunda área se asocia tanto con las reacciones biológicas como emocionales. (Espinoza, 2014)

En consecuencia, el consumidor al tomar la decisión de adquirir un producto o servicio verificará en su percepción sus estímulos físicos y psicológicos con la finalidad de evaluar cuál sería la decisión más acertada.

El contraste: según el Diccionario Actual, la palabra contraste se define como una acción para marcar diferencias, en elementos, situaciones u opiniones (Diccionario Actual, 2020, párr.. 1), tomando como base esta definición el contraste en la percepción puede influir en un nivel

alto puesto que las personas antes de tomar una decisión o actuar ante alguna situación podría tomar en cuenta la opinión de otros individuos o contrastar el hecho con alguna situación pasada.

La repetición: según Kierkegaard (1997), en cuanto a la repetición se dice que es lo mismo que el recuerdo, su diferencia es que el recuerdo es un acontecimiento que solamente está en la mente pero la repetición es un acto que lleva a la persona a volver a una situación, opinión o sentimiento, por lo tanto, se puede decir que el proceso de percepción se puede ver influenciado por la repetición, ya que las personas determinaran si quieren volver a pasar por alguna situación o volver a valorar algunos elementos.

Se puede determinar que el consumidor al tener una buena experiencia con un producto o servicio lo recordará, de modo que el mismo puede tomar la decisión de volver a adquirirlo y, de esta manera, tener alguna fidelidad con la marca.

Figura 4: Factores que influyen en el acto perceptivo



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020

Factores que pueden afectar la percepción en el comportamiento de los consumidores

Para verificar cuáles factores pueden afectar la percepción en el consumidor, primeramente, se definirá que es el Comportamiento del consumidor, Lazar y Schiffman (2010) definen el comportamiento del consumidor como:

Definimos el comportamiento de los consumidores como el comportamiento que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar, desechar productos y servicios que ellos esperan que satisfagan sus necesidades. El

comportamiento del consumidor se enfoca en la manera en que los consumidores y las familias o los hogares toman decisiones para gastar sus recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) en artículos relacionados con el consumo. Eso incluye lo que compran, por qué lo compran, cuándo, dónde, con qué frecuencia lo compran, con qué frecuencia lo utilizan, cómo lo evalúan después de la compra, el efecto de estas evaluaciones sobre compras futuras, y como lo desechan. (p.5)

Tomando en cuenta la definición anterior cuando se habla de “recursos disponibles” no solamente se refiere a la inversión monetaria, sino también al tiempo y esfuerzo dedicado para adquirir o poseer un producto y servicio, aunque algunos servicios no tengan un costo monetario, los consumidores pueden adquirirlos y tener experiencias tanto físicas como emocionales.

Adicional a los estímulos sensoriales que una marca puede ofrecer al consumidor por medio de la experiencia, para que este tome la decisión final de adquirir o utilizar los productos y servicios, hay otros factores que intervienen en la decisión final, tales como: Precio, reputación, calidad e imagen. (Mercer, 2018)

Los factores en mención se describen de la siguiente manera:

Precio: Todos los productos o servicios provenientes de una marca tienen un valor monetario conocido como precio, sin embargo, para los servicios que son no lucrativos el concepto de precio está en la voluntad que debe de realizar el usuario para acceder a este tipo de servicios especializados. Se debe estar claro que el precio y el coste son términos completamente diferentes, el coste es la inversión generada para el desarrollo de un servicio, si bien es cierto ambos están relacionados, pero no hacen referencia a lo mismo. (Marcial, 2015)

Como lo menciona la doctora Viviana Fernández (2015), el precio no tiene un valor absoluto y tampoco se debe tomar como el beneficio obtenido por el producto o servicio, por lo tanto, el precio solamente hace referencia al valor monetario o esfuerzo que paga el consumidor por adquirirlo.

Reputación: esta se puede dividir entre reputación de marca y reputación corporativa, ambas tienen relación entre sí, la marca reflejara de alguna manera lo que una corporación o empresa es y cómo llevan sus procesos internos, por ello, es sano para la marca que la corporación tenga un buen trato tanto con sus trabajadores como con sus clientes, de esta manera, la reputación no se verá afectada.

El consumidor al no tener información de alguna marca en específico es probable que pueda empezar a buscar primeramente la reputación de la corporación o empresa que ha desarrollado la marca y luego información de la misma, esto con la finalidad de tener referencias antes de

adquirir algún producto con una marca en específico. Cabe destacar que una buena reputación puede traer una mejor ventaja competitiva, lo cual influirá de manera positiva ante la decisión de compra del consumidor. (Mir, 2018)

Calidad: según los autores del libro Gestión de Calidad (2006), la palabra calidad tiene múltiples significados y estos pueden variar de una empresa a otra, en el libro se comparte la siguiente tabla (p.147):

Figura 5:
Conceptos de Calidad

Autores	Enfoque	Acento diferencial	Desarrollo
Platón	Excelencia	Calidad absoluta (producto)	Excelencia como superioridad absoluta, «lo mejor». Asimilación con el concepto de «lujo». Analogía con la calidad de diseño.
Shewhart Crosby	Técnico: conformidad con especificaciones	Calidad comprobada / controlada (procesos)	Establecer especificaciones. Medir la calidad por la proximidad real a los estándares. Énfasis en la calidad de conformidad. Cero defectos.
Deming, Taguchi	Estadístico: pérdidas mínimas para la sociedad, reduciendo la variabilidad y mejorando estándares	Calidad generada (producto y procesos)	La calidad es inseparable de la eficacia económica. Un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste. La calidad exige disminuir la variabilidad de las características del producto alrededor de los estándares y su mejora permanente. Optimizar la calidad de diseño para mejorar la calidad de conformidad.
Feigenbaum Juran Ishikawa	Aptitud para el uso	Calidad planificada (sistema)	Traducir las necesidades de los clientes en las especificaciones. La calidad se mide por lograr la aptitud deseada por el cliente. Énfasis tanto en la calidad de diseño como de conformidad.
Parasuraman Berry Zeithaml	Satisfacción de las expectativas del cliente	Calidad satisfecha (servicio)	Alcanzar o superar las expectativas de los clientes. Énfasis en la calidad de servicio.
Evans (Procter & Gamble)	Calidad total	Calidad gestionada (empresa y su sistema de valor)	Calidad significa crear valor para los grupos de interés. Énfasis en la calidad en toda la cadena y el sistema de valor.

Nota: (Camisón, Cruz, & González, 2006)

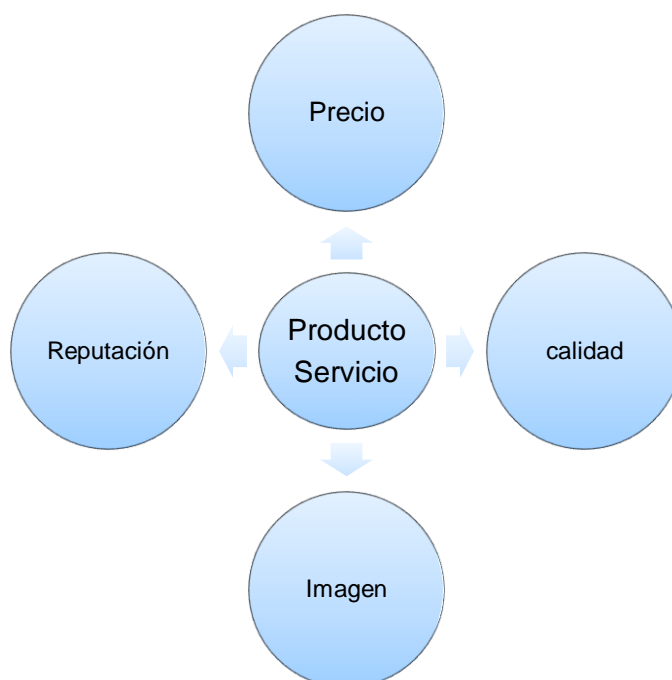
Como se puede observar en los conceptos anteriormente mencionados (Ver Figura 1), calidad se relaciona con experiencias, conformidad y excelencia, en la comunicación se puede incluir todas aquellas características donde el consumidor pueda experimentar la calidad que se brinda.

Imagen: Capriotti (2013) menciona que la imagen se da por medio de las estructuras mentales cognitivas, las cuales están formadas por la información percibida ante productos, individuos y empresas en diferentes experiencias ya vividas, lo cual lleva a las personas a conceder nuevas características, todo este proceso permite reconocer y diferenciar las cosas. La

imagen va de la mano con la percepción visual, por lo tanto, es importante hacer énfasis en los detalles si el objetivo es que el consumidor perciba la marca como algo agradable.

Una ventaja que tienen las industrias y creadores de productos/servicios es el acceso a información relevante de sus consumidores, esto por medio de las bases de datos que se generan de cada consumidor; por lo general, estas bases de datos incluyen datos como el correo electrónico, donde las industrias pueden generar campañas de comunicación efectiva y recibir retroalimentación de parte de sus consumidores, otra gran ventaja que ofrece esta información es el poder segmentar de una manera más precisa el mercado. (Lazar & Schiffman, 2010)

Figura 6: Factores que afectan la percepción del consumidor



Bolsas de trabajo

Bolsas de trabajo en línea

Las bolsas de trabajo son un instrumento de comunicación entre las empresas y las personas que buscan una oportunidad laboral, ayudan a generar una conexión entre ambas partes, donde cada uno obtienen beneficios según su necesidad, las empresas pueden localizar más fácilmente a candidatos que cumplan con los requisitos para cubrir una plaza vacante y los candidatos pueden optar por colocarse en el mercado laboral o si fuera el caso encontrar nuevas oportunidades de trabajo. (Adecco, 2019)

Según el blog de la Escuela de Comunicación y Marketing Online ubicada en España, González (2019) indica que el Internet es el medio más utilizado para la búsqueda de empleo y hay bastantes sitios web dedicados a brindar este servicio, por lo tanto, se denota un crecimiento

en este tipo de páginas web, las cuales generan conexiones entre empleadores y candidatos, teniendo así la posibilidad de visualizar más vacantes para aplicar, en este mismo artículo recalcan varias de las características que hace que una bolsa de empleo pueda llegar a resaltar.

Algunas de las características mencionadas son:

- Creación de varios cv's
- Sección para promocionarse como freelance
- Guardar búsquedas
- Sección con ofertas de empleo internacionales
- Disponibilidad de varios idiomas
- Especializado solamente en un área, la informática
- Dispone de una sección llamada Formación donde los candidatos pueden acceder a diferentes cursos educativos.

En la conclusión del artículo se hace énfasis en fortalecer la marca personal, lo cual ayudará en la búsqueda laboral actual, para los empleadores es importante conocer las personas que han aplicado a las vacantes, por lo tanto, es recomendable el mantener una buena imagen profesional y ética tanto de manera presencial como digital. (González, 2019).

Una de las tendencias digitales utilizadas por las empresas en la actualidad es el verificar las redes sociales de los candidatos que han aplicado a las vacantes publicadas en las bolsas de empleo, esto con la finalidad de cerciorarse de que la persona que contratarán cumpla con el perfil indicado para laborar en la empresa, según el Informe Talento Conectado 2019, el 81% de los empleadores consultan redes sociales como una fuente de información poner referencia al final, este índice refuerza el hecho de que es importante fortalecer la marca personal ante una búsqueda activa de empleo. (InfoEmpleo, s.f)

Especialización de las bolsas de empleo en línea

En la Revista Summa (2017) se menciona que las bolsas de trabajo pueden ser especializadas según el área, el puesto y el género, este es el caso de la plataforma Sheworks!, la cual es una bolsa de trabajo en línea que facilita la postulación a vacantes que están dirigidas solamente para mujeres que requieran una oportunidad laboral a distancia, es decir un trabajo donde no tenga que trasladarse a una oficina, sino que lo puedan hacer desde sus casas, este portal de empleo en específico contribuye a que haya igualdad de oportunidades laborales en cuanto al género.

Así como Sheworks!, hay otras bolsas de empleo especializadas, tal es el caso de Michael Page, los cuales se especializan en publicar puestos especializados en directivos financieros, los puestos publicados son de mandos altos, por lo tanto solamente personas que cumplan con certificados y grados académicos que respalden su conocimiento pueden aplicar a dichos puestos. (Michael Page, s.f.)

En el mundo hay variedades de sitios web de empleo especializados, otro por mencionar son: Turijobs (Dedicados a publicar vacantes en el área del turismo), TicJob (Portal para los profesionales en informática), los portales anteriormente mencionados están ubicados en España. (Ideas y Ahorro, 2019)

Una de las nuevas tendencias de los portales de empleo en línea son los sitios web de “mini trabajos” donde se ofrecen trabajos desde casa, por horas o por tareas específicas, tales como: pasear mascotas, traducciones de documentos, actividades de limpieza, compras, entre otras; por lo general para estas tareas no se requiere contratar personal de tiempo completo, pero si son de ayuda para que las personas puedan encontrar una fuente de ingresos. (Otto, 2015)

Los portales de empleo se están reinventando, esto con la finalidad de que sus servicios sean más confiables para el uso de los candidatos, como en el caso de Jobandtalent, un portal español que no tiene su enfoque en ofrecer infinidad de vacantes, si no, en analizar los cv's de los candidatos y mediante los algoritmos programados ofrecerles vacantes que mejor se adapten a su perfil. (Otto, 2015)

Bolsas de trabajo en línea de Costa Rica

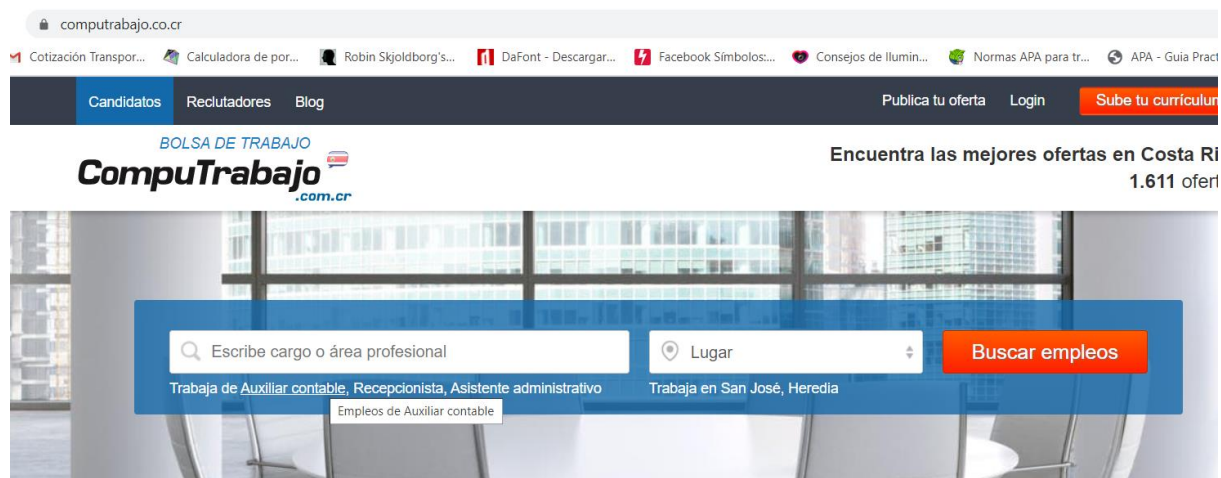
En Costa Rica, algunas de las bolsas de empleo en línea más relevantes, con algunos de sus beneficios, son:

El Empleo.com: Esta bolsa de empleo ofrece una herramienta llamada empleo VIP, la cual consiste en la aplicación de una prueba conductual para ayudar en las posibilidades de conseguir el puesto que la persona requiere. Esta prueba fortalece y eventuales debilidades. (El Empleo.com , s.f.)

CompuTrabajo: Este sitio web al igual que los demás ofrece la creación de un registro gratuito, adicional del envío de vacantes al correo electrónico del candidato, indican que cuentan con presencia en más de 19 países de Latinoamérica. (CompuTrabajo, párr. 1.)

Figura 7: Página web de Computrabajo.com

<https://www.computrabajo.co.cr/>

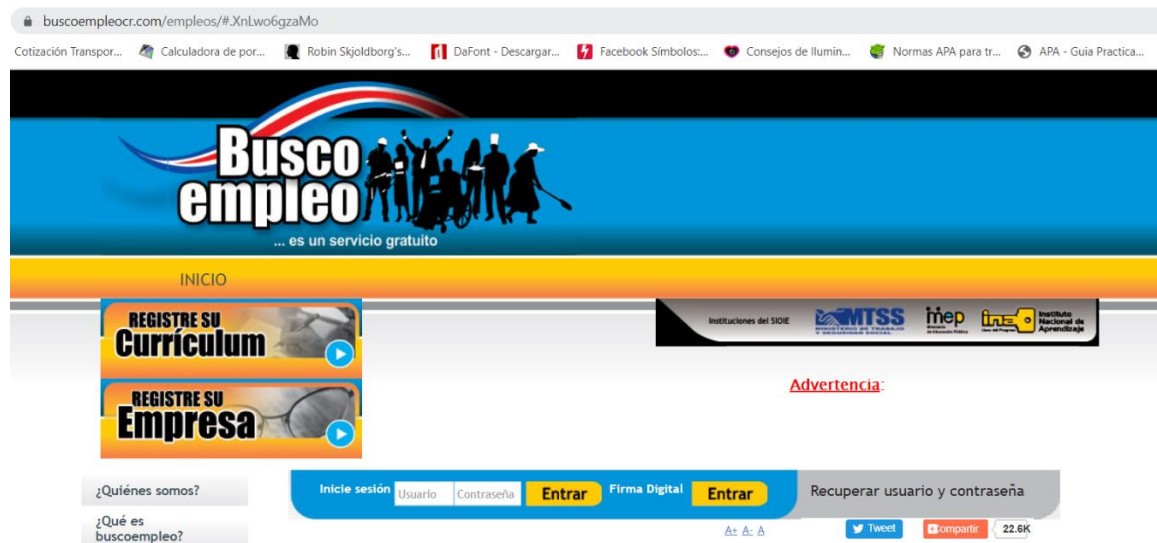


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Buscoempleo: Esta página web está dirigida a las personas que buscan un empleo en las 22 administraciones públicas, la administración de la página la tiene el Instituto Nacional de Aprendizaje. (Busco empleo, s.f.)

Figura 8: Página web de BuscoEmpleocr.com

<https://www.bucoempleocr.com/empleos/>

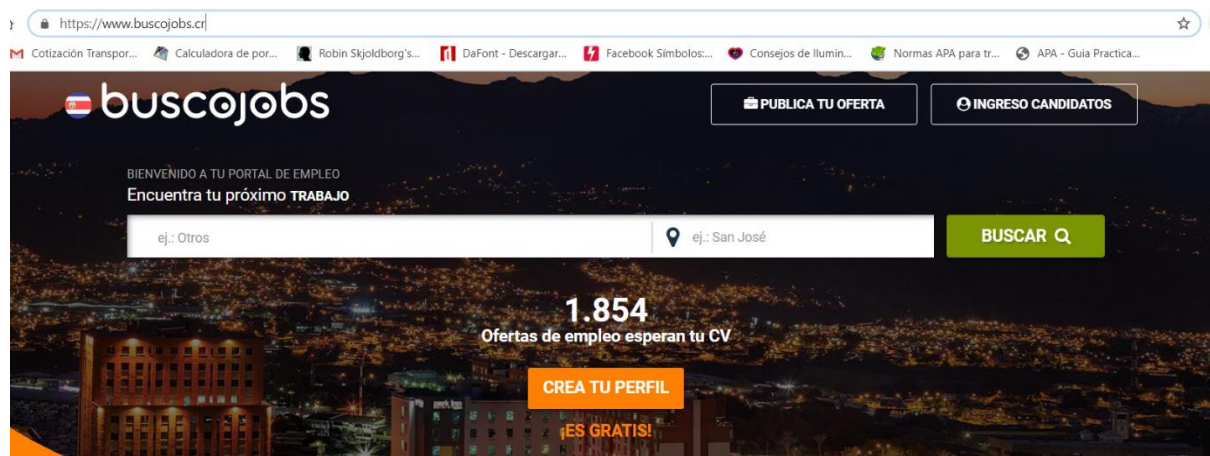


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Buscojobs : La página Buscojobs es general, postulan puestos desde mandos bajos a altos, el requisito que le solicitan a los postulantes es ser mayor de 18 años y es totalmente gratuito (Buscojobs, s.f.).

Figura 9: Página web de Buscojobs.cr

<https://www.buscojobs.cr/>

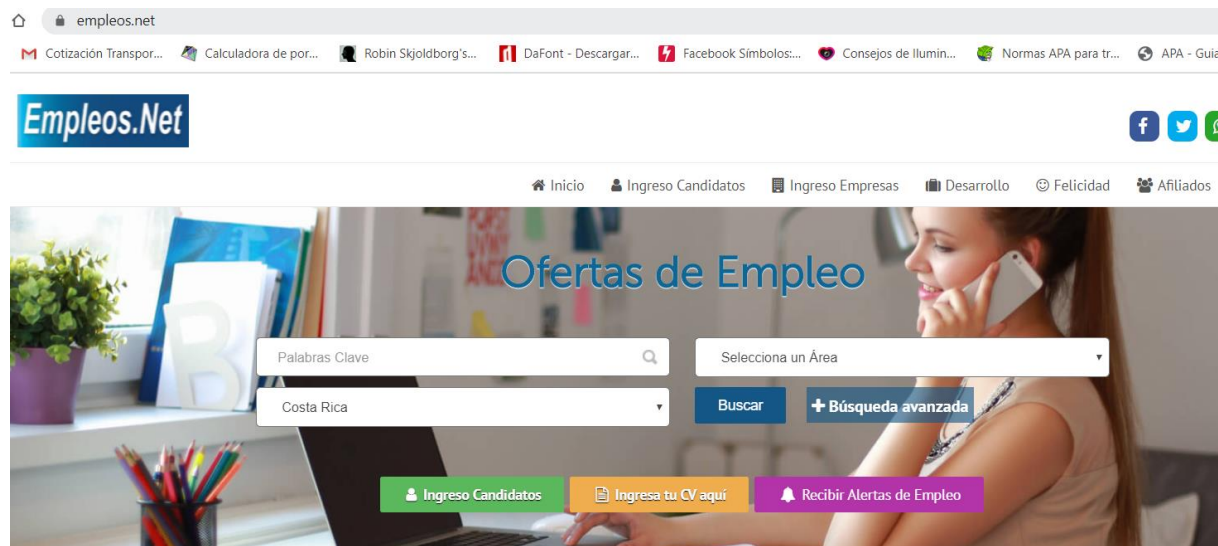


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Empleos.Net: Este portal de empleo cuenta con vacantes en toda Latinoamérica, el registro es gratuito y los candidatos tienen diferentes herramientas, como evaluaciones de comportamiento y personalidad, solicitud de referencias en modo de encuesta y la posibilidad de inactivar el currículum pero seguir manteniendo la cuenta (Empleos.Net, s.f.).

Figura 10: Página web de Empleos.Net

<https://empleos.net/>

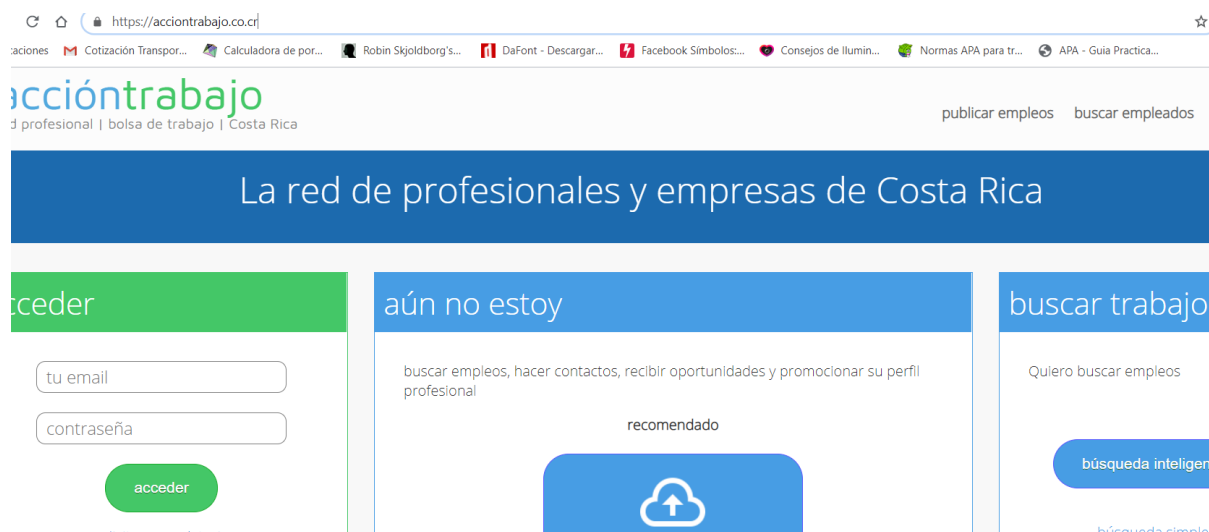


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Acción Trabajo: Esta página web ofrece trabajo de todos los niveles, adicional cuenta con vacantes internacionales, el usuario que crean los postulantes les permite actualizar los datos siempre que lo requieran y dichos datos se actualizan de manera automática en todo el sistema y las aplicaciones que se han hecho anteriormente. (Acción Trabajo, s.f.)

Figura 11: Página web de Acción Trabajo

<https://acciontrabajo.co.cr/>



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Encuentra 24: Este sitio web es conocido por la publicación de diferentes ofertas en todo el mercado y tiene una sección de empleos donde tanto las empresas como los candidatos pueden publicar de manera gratuita. (Encuentra 24, s.f.)

Figura 12: Página web de Encuentra 24

<https://www.encuentra24.com/costa-rica-es/empleos>

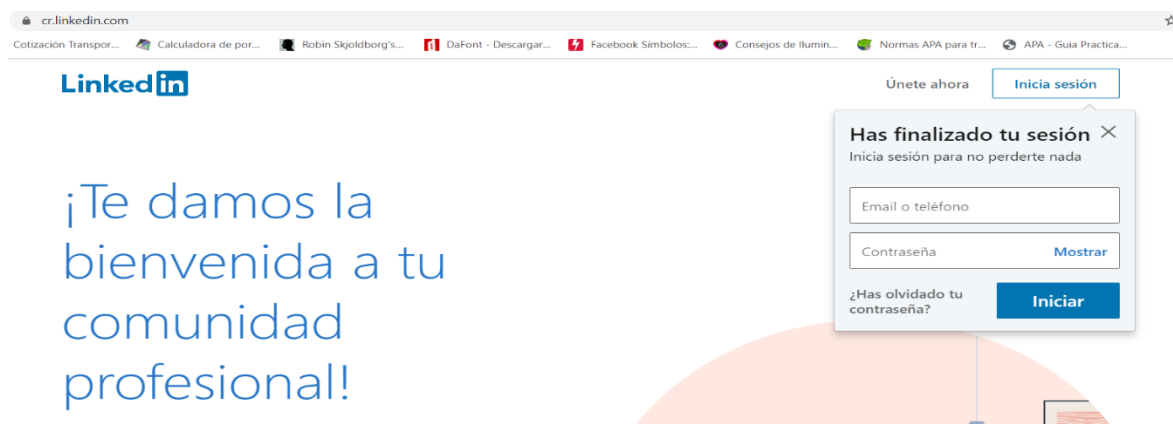


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

LinkedIN: Es conocida mayormente como una red social dedicada a profesionales, indican que cuentan con millones de empleos, al ser una red social tiene amplias posibilidades de que las personas puedan encontrar en el mercado laboral ofertas de diferentes países. (Linkedin, s.f.)

Figura 13: Página web de LinkedIn.

<https://cr.linkedin.com/>

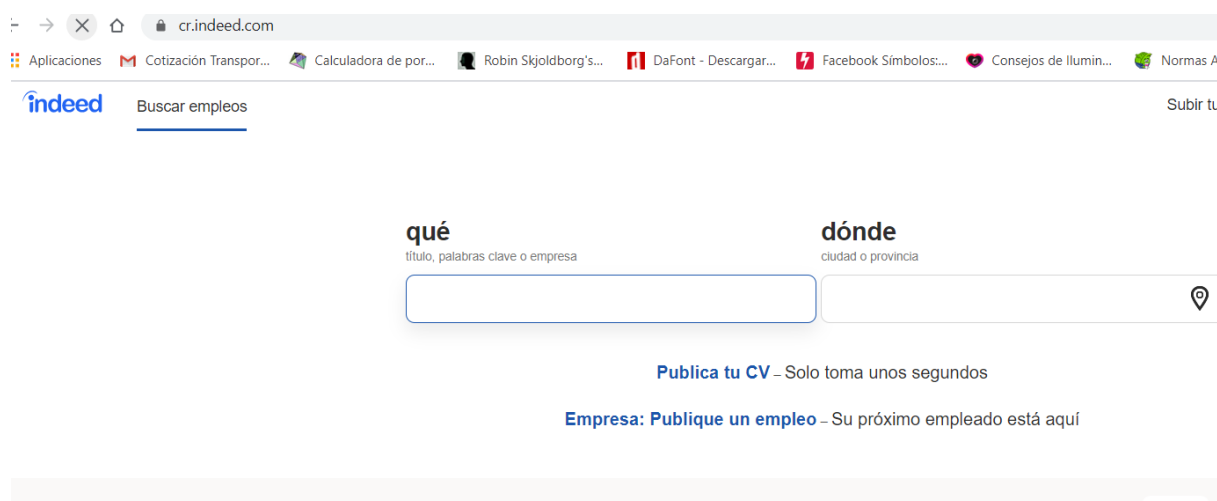


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Indeed: Se considera un portal de empleo, sin embargo, no tienen vacantes propias, su función es replicar las vacantes de los demás portales con la finalidad de hacer más ruido de las mismas, los candidatos si pueden registrarse y tener una cuenta activa para la aplicación de diversos puestos. (indeed, s.f.)

Figura 14: Página web de Indeed

<https://cr.indeed.com/>



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Importancia de las Bolsas de trabajo en línea

Las empresas buscan una bolsa de empleo para satisfacer la necesidad de completar algunas de sus vacantes, por lo tanto, se puede determinar que las vacantes ofrecidas en las bolsas de trabajo son reales, la importancia de las bolsas de empleo es que ayudan a las personas a posicionarse en el mercado laboral y tienen un índice de veracidad amplio. Cabe recalcar que

cada profesional es el responsable de mantener una buena imagen y proyectar su profesionalismo ante las empresas interesadas en su curricular. (Centro de Formación Campo Arañuelo)

La red de empleos de LinkedIn tiene profesionales registrados de 200 países entre los cuales incluyen a diferentes encargados del área de reclutamiento y selección que utilizan esta red para publicar vacantes vigentes y conseguir personal, se menciona que a nivel internacional LinkedIn está posicionada como la primera plataforma de reclutamiento y selección, este tipo de bolsas de empleo permiten que los candidatos tengan un contacto directo con la empresa, sin necesidad de ir a una entrevista física y a las empresas les permite conocer el perfil del candidato como profesional adicional a su hoja de vida. (Redacción CepymeNews, 2017)

En un estudio realizado por la entidad International Research Centre on Organizations indica que las empresas prefieren realizar el reclutamiento de los puestos junior por medio de las bolsas de empleo en un 57%, esto quiere decir que las empresas prefieren reclutar puestos de nivel bajo y medio por medio de alguna plataforma en línea, lo cual genera la publicación amplia de vacantes y por ende los candidatos tienen mayores posibilidades de aplicar y conseguir posicionarse en el mercado laboral. (Laboral Social, 2007)

Una de las importancias de la bolsa de empleo es el evitar la pérdida de tiempo y esfuerzo a la hora de buscar una oferta laboral, esto porque al estar la vacante en la web es posible verificar si la persona es compatible con los requisitos solicitados y a su vez buscar información de la empresa que requiere contratar. (Orientación Laboral, 2015)

Las bolsas de empleo en línea hacen que se presente mayor competitividad laboral tanto para candidatos como para empresas y hacen que la mayoría de personas ingresen al aprendizaje del uso de la tecnología digital, ante la necesidad de conseguir un empleo las personas se actualizan y proceden a abrir perfiles en los sitios web, adicional a esto algunos portales ofrecen plantillas para que las personas solamente deben llenar los datos de su hoja de vida y de esta manera mostrar un documento más profesional. (Universia, 2018)

En este siglo, el ser inclusivo es un requisito para las empresas en algunos países, por lo tanto los sitios web de empleo deben adaptarse ante la necesidad que tienen las empresas de contratar personas con alguna discapacidad, esto ha generado la creación de algunos portales de empleo en línea especiales para personas discapacitadas, sin importar si la discapacidad es mental, física o sensorial, entre ellos se puede mencionar EHLABE, Mercadis y Vivva (2018), cabe destacar que en Costa Rica no hay bolsas de empleo especializadas para este sector del mercado.

Beneficios de las bolsas de trabajo en línea.

Anteriormente uno de los métodos para buscar empleo consistía en dejar hojas de vida presentándose de manera física en las empresas, sin embargo, Internet ofrece una gran alternativa a todas las personas que están en busca de una oportunidad laboral y son los portales de empleo.

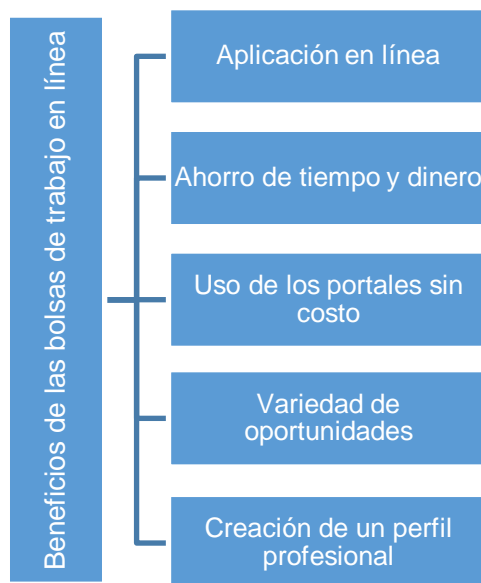
Estos tienen diversos beneficios, entre ellos se puede mencionar el buscar trabajo sin tener que salir de casa, lo cual puede llevar el gastar recursos, otro de los beneficios es el tener un proceso rápido y de esta manera aplicar a más de una vacante, algunos portales de empleo ofrecen la posibilidad de tener un currículum más versátil sin que conlleve costo monetario y cabe destacar que los portales de empleo ofrecen el beneficio de una posibilidad más alta de contratación ya que ofrecen más variedad de vacantes para aplicar. (González, 2019)

Como lo menciona RRHH Digital (2018), la accesibilidad que ofrece un portal de empleo es por mucho uno de los mayores beneficios, puesto que las personas solamente requieren de una conexión a Internet para proceder a aplicar a las vacantes, se sabe que hay países que cuentan con zonas donde el acceso a una red es gratuita, se destaca también que este es un beneficio también para los empleadores, ya que no necesitan esperar a que el postulante llegue de manera física a la oficina si no que el contacto está con tan solo un click.

En el caso de la bolsa de empleo Infojobs permite que los candidatos puedan tener más de una hoja de vida en el portal, esto ayuda a que el profesional que tiene más de una profesión pueda encontrar diversidad en las oportunidades laborales y, por ende, mayores oportunidades de posicionarse en el mercado, esta función también es utilizada por las personas que cuentan con varias experiencias laborales y no quieren hacer una hoja de vida extensa, si no colocar cada experiencia en un cv diferente. (Gelida, s.f.)

Los portales de empleo permiten conocer de manera más rápida y precisa la compatibilidad que tienen los candidatos con las vacantes, ya que en la mayoría de las vacantes se detallan los requisitos que se requieren para concursar en las mismas y adicional se colocan las funciones, lo que permite que la persona interesada en aplicar tenga un panorama más amplio. (Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2019)

Figura 15: Beneficios de las Bolsas de Trabajo en Línea



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020

Empleabilidad

Ortega (2019) menciona que la empleabilidad se define como la capacidad o posibilidad de encontrar un trabajo, cabe destacar que la empleabilidad se relaciona con las capacidades que un trabajador puede dar a una empresa, por lo tanto, esta capacidad no solamente abarca el conseguir un empleo, si no el también mantenerlo.

El mercado laboral es bastante competitivo por lo que es importante que las personas se mantengan actualizadas en el trabajo esto con la finalidad de que siempre sea empleables para su patrono, la experiencia adquirida en un trabajo puede sumar al currículum de la persona y a su vida profesional, hay empresas que ayudan al trabajador para que este siempre sea empleable, esto se hace por medio de las capacitaciones que se les brinda para mayor conocimiento y crecimiento profesional. (i Future for work institute, 2017)

La empleabilidad abarca tanto habilidades básicas de los trabajadores que suman a la buena comunicación como las actitudes que llevarán a las personas a tener un buen ambiente laboral y la habilidad de trabajar en equipo (Ríos, 2003, p. 108), por ello, a las empresas les funciona tener trabajadores empleables, ya que esto hará que el ambiente laboral sea el óptimo para su efectividad.

EAE Business School (s.f.) hace mención de 7 factores determinantes que conforman la empleabilidad, los cuales son:

1. Liderazgo
2. Adaptabilidad

3. Flexibilidad
4. Creatividad
5. Habilidad social
6. Competencia digital
7. Iniciativa y pasión

Todas las personas pueden tener acceso a desarrollar la empleabilidad, los 7 factores que se mencionan anteriormente dan un equilibrio entre las habilidades que un trabajador puede desarrollar. La Competencia digital es una nueva habilidad que se ha integrado conforme lo ha hecho la tecnología en la vida de los seres humanos.

Para mantener la empleabilidad también se pueden mencionar según Half (2019), diferentes formas de las cuales los trabajadores se pueden apoyar para este fin:

- Desarrollar habilidades digitales: Es importante que las personas se mantengan actualizadas con las nuevas tecnologías que se presentan en el mercado.
- Red de contactos activa: Los seres humanos por diferentes motivos deben de reforzar sus relaciones interpersonales, por lo tanto, es importante que este aspecto este presente en el área laboral, manteniendo la actualización de los contactos a fines con la profesión que se esté practicando.
- Presencia: Este factor esta enlazado con la presentación personal que cada trabajador brinde ante su lugar de trabajo y clientes (en caso de tenerlos), la presentación es algo que no se debe descuidar.
- Aprendizaje continuo: Los trabajadores deben de estar dispuestos a estar en constante actualización, aprovechando las diferentes capacitaciones que brinda la empresa y tomando algunos cursos que sean de importancia en la profesión que está ejerciendo.
- Visualización a largo plaza: Cabe destacar que los trabajadores deben de tener una visión de crecimiento a largo plazo tanto dentro de la empresa como en la profesión.

Según la Revista Summa (2018), los empleadores tienen dificultad en conseguir algunos perfiles que requieren de habilidades técnicas, ya sea por falta de conocimiento o de experiencia, en Costa Rica los 10 puestos más difíciles de conseguir para las empresas son los siguientes:

Figura 16: Diez puestos más difíciles de conseguir en Costa Rica



Nota: (Revista Summa. 2008)

Como ya se ha mencionado anteriormente, la empleabilidad es una habilidad que se debe de mantener una vez conseguida, por lo tanto, es de suma importancia que los candidatos se pueden mantener capacitados en los nuevos procesos de acuerdo con su profesión.

Agencias de Publicidad y su método de reclutamiento de personal

La empresa Adecco (2018) menciona que el reclutamiento es una etapa inicial de todo el proceso de selección para las empresas, se indica que esta fase es de evaluación, tanto para verificar las necesidades de la empresa, determinando las funciones de los puestos vacantes, adicional en este proceso se definen los medios por los cuales se buscara el personal requerido, seguido de esto se hace la selección, donde ya se define a cuáles aplicantes tomar en cuenta.

Según lo estudiado por la empresa Atcom (2018), hay 4 formas distintas de llevar a cabo el proceso de reclutamiento y selección de personal, las cuales se mencionan a continuación:

1. Interno: Este medio consiste en promocionar las vacantes dentro de la empresa para que los funcionarios actuales puedan dar referencias de conocidos.
2. Externo: Por lo general, se usa esta forma cuando se tienen puestos con profesionales específicas, las cuales deben de ser cubiertas por personal especialista en el área.
3. Mixto: Este permite tomar en cuenta tanto trabajadores actuales (por un ascenso), como personas que sean nuevos aplicantes.

4. Reclutamiento 2.0: Le llaman reclutamiento 2.0 cuando se integra la tecnología en el proceso de reclutamiento y selección, tal como las bolsas de empleo en línea.

Las agencias publicitarias buscan perfiles específicos cuando se trata del reclutamiento y selección de su personal, por lo general en las empresas las entrevistas y los procesos lo hacen las personas del departamento de Recursos Humanos, pero en cuanto a agencias publicitarias se refiere, la jefatura directa es la que lleva todo el proceso, ya que esto permite la evaluación del candidato de una manera más directa. (Vergara, 2011)

En el portal de trabajo Primer Empleo han realizado un blog donde se describe como es trabajar en una agencia publicitaria, se menciona que es importante que el colaborador tenga la habilidad de trabajar bajo presión, ya que es un factor con el que tendrá que lidiar, adicional se menciona la habilidad de trabajar en equipo como parte esencial del ambiente. (Primer Empleo, s.f. párr. 1-2)

Como estas hay otras habilidades que se necesitan para laborar en el área de Publicidad y Marketing, la directora de la agencia de Aplus Field Marketing indica que varias de las habilidades que hacen a un postulante contratable son: innovación, creatividad, deseo de aprender, detallista, entre otros. (2011)

Algunas de las agencias publicitarias cuentan en su sitio web con una pestaña donde se hace referencia a las vacantes que tienen vigentes en el momento, tal es el caso de la agencia Orson, los cuales tienen una sección de trabajos (Orson, s.f.), por lo tanto, se llega a la conclusión de que las agencias publicitarias también hacen su reclutamiento en línea, es importante recalcar que dependiendo del área, las agencias solicitan como parte de su hoja de vida trabajos o campañas para las que han trabajado anteriormente.

El día 10 de febrero del 2020, se generó una búsqueda en la web con la finalidad de ver buscar algunas vacantes publicadas en las diferentes bolsas de empleo en línea de Costa Rica correspondientes al área de publicidad, esta búsqueda se llevó a cabo en la página de empleo Buscojobs. A continuación, se presenta una imagen del resultado:

Figura 17: Búsqueda de vacantes 10/02/2020

Ejecutivo (a) de Cuentas para el área de Servicios de Publicidad

KleeGlobal - San José, San José

Agencia digital de publicidad, diseño gráfico e impresión de distintos materiales publicitarios requiere contratar Ejecutivo (a) de Cuentas para el...

🕒 Publicado hace 8 horas

Ejecutivo (a) de Cuentas para el área de Servicios de Publicidad

KleeGlobal - San José, San José

Agencia digital de publicidad, diseño gráfico e impresión de distintos materiales publicitarios requiere contratar Ejecutivo (a) de Cuentas para el...

🕒 Publicado hace 14 días

Ejecutivo (a) de cuentas - Sector Publicidad

KleeGlobal - San José, San José

Agencia digital de publicidad, diseño gráfico e impresión de distintos materiales publicitarios requiere contratar Ejecutivo (a) de Ventas para el...

🕒 Publicado hace 20 días

Gerente de Marketing

KleeGlobal - Santo Domingo, Heredia

Compañía transnacional del sector comercial requiere contratar: Gerente de Marketing. Requisitos: Grado Mínimo de Licenciado(a) en Administración de...

🕒 Publicado hace 20 días

Nota: (Buscojobs, s.f.)

Figura 17.1: Búsqueda de vacantes 10/02/2020

Creadora De Contenido Y Coordinadora De Redes Sociales

Intensa - San José

Habilidades y responsabilidades Construir y administrar los perfiles y presencia en redes sociales de la institución, las cuales incluye Facebook...

🕒 Publicado hace 3 días

Ejecutivo De Ventas De Automóviles

Grupo Davimo, S.A. - San José, San José

Descripción de la Plaza/nOBJETIVOS DEL PUESTO: Realizar el cierre de ventas de los vehículos de la empresa con base en los "leads" que le llegan...

🕒 Publicado hace 5 días

Visual Merchandising

Deportes Jimmy Cr S.A. - Escazú, San José

Requisitos:- Bachiller, estudiante de Mercadeo, Publicidad, Decoración de Interiores o carrera a fin - Vehículo propio. - Licencia de Conducir B...

🕒 Publicado hace 12 días

Coordinador De Medios Digitales Y Publicidad Mundo Cine

Cinepolis - Cartago, Cartago

Coordinador de medios digitales y publicidad Funciones principales Distribución y estrategia de los materiales online, como lanzamientos de tráileres...

🕒 Publicado hace 17 días

Nota: (Buscojobs, s.f.)

Adicional a utilizar internet como medio de atracción de talento, las agencias también hacen campañas publicitarias creativas con la finalidad de atraer a los mejores candidatos, en el artículo escrito en el sitio web de Marketing directo se hace mención de algunas de las campañas que han usado las agencias publicitarias. (Marketing directo, 2016)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

La presente investigación tendrá un enfoque cualitativo, debido a que se estudiará la opinión de una población en específico en cuanto a las Bolsas de Empleo en línea. Hernández, Fernández y Batipsta, (2014) mencionan que “La Investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en la relación con su contexto”. (p.356)

El enfoque cualitativo es una acción indagatoria entre los hechos y la interpretación (Hernández, Fernández y Batipsta 2014, p.40), lo cual hace que la investigación deba estudiar a detalle cada opinión, pues cada una de ellas puede llevar a diferentes conclusiones y planteamientos diversos, sin embargo, pueden complementarse para el planteamiento de una propuesta final.

En comparación con la investigación cuantitativa que tiene un punto de partida, el enfoque cualitativo conlleva una realidad por descubrir, construir e interpretar según los resultados. La realidad que ofrece este enfoque es la mente de los individuos participantes de la población seleccionada para realizar la investigación. (Hernández, Fernández y Batipsta 2014, p.10)

Diseño de la Investigación

La presente investigación tendrá un diseño Fenomenológico, el cual, según Hernández, Fernández y Batipsta (2016), “explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias con un determinado fenómeno” (p.469). Para esta investigación, se examinará el conocimiento que tienen los estudiantes de Publicidad de dos universidades privadas en cuanto a las bolsas de empleo en línea.

El fenómeno que se evaluará en esta investigación son las bolsas de empleo y beneficios obtenidos por los usuarios de las mismas, que en este caso son los estudiantes de Publicidad de dos universidades privadas, buscando las variables determinantes para mejorar la comunicación entre ambas partes.

Fuentes primarias

Para la presente investigación la fuente primera serán los estudiantes de publicidad, la opinión de los mismos acerca de las bolsas de trabajo en línea será de vital importancia para concluir con dicha investigación. Se estará aplicando un cuestionario a la población seleccionada con la finalidad de recolectar información.

Se consultarán bolsas de empleo en línea para verificar sus beneficios, esta consulta será vital para el cumplimiento de uno de los objetivos, adicional de material como libros, revistas con

artículos científicos, blogs en la web que amplíen el panorama en cuanto al tema a investigar y diccionarios que ayuden a comprender el concepto de las categorías.

Fuentes secundarias

Para información adicional de la presente investigación se estará consultando los sitios web de Bolsas de Empleo.

Muestra

Según Hernández, Fernández y Batipsta (2014), la muestra no probabilística es el proceso de la selección orientado por las características de la investigación más que por un criterio estadístico de generalización (p.189), por lo tanto, la muestra para esta investigación será intencionada, ya que a criterio de la investigadora se segmenta la población por aquellos que estudien la Carrera de Publicidad y que pertenezcan a dos Universidades Privadas.

Se utilizará un sondeo a conveniencia, de acuerdo con Corral, Corral y Franco (2015), el muestreo por conveniencia “se configura de acuerdo a la conveniencia del investigador, ya sea económica, por tiempo u otra razón” (p.163), en esta investigación se seleccionó la muestra de 40 estudiantes de dos universidades privadas.

Unidades de Análisis

Conocimiento

Objetivo: El objetivo que pertenece a esta categoría es el siguiente: Determinar el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre lo que es un sitio web de empleo en línea.

Definición conceptual: El conocimiento es una mezcla de diferentes factores, entre ellos experiencia, información, valores y el saber actuar, dichos factores en conjunto sirven para generar nuevas experiencias y actuar. (Espinoza G., 2016)

Instrumentos: El instrumento que se utilizará para medir esta categoría será el cuestionario, específicamente en los Ítems número: 2, 3, 4, 5, 6 y 7.

Bolsas de Empleo en Línea

Objetivo: El objetivo que pertenece a esta categoría es el siguiente: Identificar cuales sitios web de empleo en línea son más visitados y las razones por las cuales son utilizados por los estudiantes.

Definición: Espacio en el cual se registran una serie de ofertas laborales, y a su vez lo mismo sucede con las personas que buscan empleo (Coordinación Empresarial, 2014). Tomando en cuenta este concepto las bolsas de empleo se pueden tomar como un medio por el cual las personas buscan trabajo, en esta investigación se requiere conocer de parte de la población

cuales son las bolsas de empleo en línea más visitadas por ellos y las razones por las cuales escogen una u otra.

El instrumento que se utilizará para medir esta categoría será el cuestionario, específicamente en los Ítems número: 8, 9, 10, 11, 12 y 13.

Percepción

Objetivo: El objetivo que pertenece a esta categoría es el siguiente: Explicar la percepción que tienen los estudiantes de dos universidades privadas sobre los beneficios que les brindan los sitios web de empleo.

Definición: La Percepción es la interpretación y entendimiento de la información que las personas reciben por medio de los sentidos, incluye el encontrar razón a toda la información que se recibe para aplicarla o almacenarse para uso futuro, este es un proceso activo, selectivo e interpretativo. (Díaz J, 2018)

El instrumento que se utilizará para medir esta categoría será el cuestionario específicamente en los Ítems número: 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20.

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Cuestionario

Se estará aplicando un cuestionario inclusivo a la población seleccionada para esta investigación, se realizarán 20 preguntas con las cuales se llevará a cabo la recolección de datos y posteriormente se analizarán para llegar a las conclusiones. El cuestionario se hará llegar de manera virtual a cada persona que cumpla con el perfil establecido de la muestra.

Proceso para la Recolección y Análisis de Datos

Para recolectar los datos de la presente investigación principalmente se buscará información de personas que estén familiarizadas con el tema, en este caso los estudiantes de la Carrera de Publicidad de dos universidades privadas, esto se hará por medio de un cuestionario que se les aplicará para conocer su percepción en cuanto a las bolsas de empleo en línea.

El análisis de datos se basará en las categorías que se definan de cada unidad analizada en el cuestionario. Las categorías se tomarán de las respuestas que brinden la población y el valor de dichas categorías será analizado a la luz de la teoría con la finalidad de demostrar validez como hallazgo de la investigación.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

El objetivo general de esta investigación es el estudiar la percepción de estudiantes de 18 a 30 años de edad, del grado de Bachillerato de la Carrera de Publicidad de dos Universidades privadas ubicadas en el Gran Área Metropolitana, sobre los sitios Web de Bolsa de Empleo como herramienta para su inserción laboral, durante el primer trimestre del año 2020. Esta investigación tuvo un enfoque cualitativo.

Aunque el enfoque de la investigación es cualitativo, la interpretación de los datos se hizo de manera cuantitativa, esto porque el recurso (cuestionario utilizado) está bajo este enfoque, el sondeo realizado no responde a una muestra representativa, ya que no se conoce a la población.

La primera pregunta del cuestionario hace referencia a la población de la presente investigación, cada persona participante debía colocar a que Universidad Privada pertenecía. La población se seleccionó entre la Universidad Internacional de Las Américas y la Universidad Hispanoamericana, se deseaba lograr un porcentaje equitativo entre las mismas, sin embargo, no fue posible, por lo tanto, el porcentaje se divide en 80% de los estudiantes son de la Universidad Internacional de Las Américas y 20% son estudiantes de la Universidad Hispanoamericana.

En el presente capítulo se desarrollará el análisis de los resultados del cuestionario aplicado, en primera estancia se mostrará una tabla con las unidades de análisis y sus respectivas categorías, las cuales se han derivado de los objetivos específicos. En una segunda parte se analizará las categorías correspondientes a cada unidad. Cabe destacar que las categorías son tomadas de la opinión brindada por cada participante que ha dado respuesta al cuestionario.

Tabla 2: Unidades y Categorías de Análisis

Unidad	Categorías
Conocimiento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento de que es una bolsa de trabajo en línea 2. Conocimiento del principal beneficio de una bolsa de empleo en línea. 3. Variedad en las vacantes publicadas 4. Variedad de niveles de puestos publicados 5. Experiencia laboral como factor para la búsqueda de empleo en las Bolsas de Trabajo en Línea 6. Conocimiento de las prácticas profesionales publicadas en las Bolsas de Trabajo en Línea.

Bolsas de empleo en línea	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variedad en el uso de instrumentos para la búsqueda laboral 2. Beneficios adicionales de una bolsa de empleo en línea 3. Conocimiento de las principales bolsas de empleo en línea 4. Búsqueda web posicionada como medio para la búsqueda laboral 5. Tiempo dedicado a la búsqueda de empleo.
Percepción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calificación de la búsqueda laboral por medio de una Bolsa de Empleo en Línea 2. Comunicación con el usuario 3. Características de las Bolsas de Empleo en Línea 4. Obstaculos 5. Reforzamientos en la comunicación.

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Unidad de análisis 1: Conocimiento

La unidad de conocimiento se basa en darle respuesta al siguiente objetivo específico: Determinar el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre lo que es un sitio web de empleo en línea.

Esta unidad hace referencia al conocimiento que tiene la población de esta investigación en cuanto a las Bolsas de Empleo en Línea y su respectiva definición. Para verificar esta unidad de análisis se utilizaron las preguntas de la 2 a la 7.

Segarra y Boul (2014), citando a Nonaka y Takeuchi (1995), mencionan que existen diferentes tipos de conocimiento, entre ellos el conocimiento conceptual, el cual se logra al convertir el conocimiento tácito en conocimiento explícito. A partir de esa conversión se posibilita que el conocimiento sea expresado por medio de analogías, hipótesis, modelos entre otros.

Para fines de esta investigación es importante verificar si el concepto de lo que es una Bolsas de Empleo en Línea estaba correctamente posicionado en la mente de los aplicantes, y para ello se formularon preguntas específicas, las cuales se analizarán en las categorías respectivas.

Las categorías que han salido de esta Unidad de Análisis son:

1. Conocimiento de que es una Bolsas de Empleo en Línea
2. Conocimiento del principal beneficio de una Bolsas de Empleo en Línea
3. Variedad en las vacantes publicadas
4. Variedad de niveles de puestos publicados

Categoría 1: Conocimiento de que es una bolsa de empleo en línea

Descripción

Para la medición de esta categoría, se utilizó la pregunta 2 del cuestionario: Según su conocimiento ¿Sabe usted qué es una bolsa de empleo en línea?

Tabla 3: Conocimiento de lo que es una Bolsa de Empleo en Línea

Opción de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Sí	27	67,5%
No	11	27,5%
NS/NR	2	5%

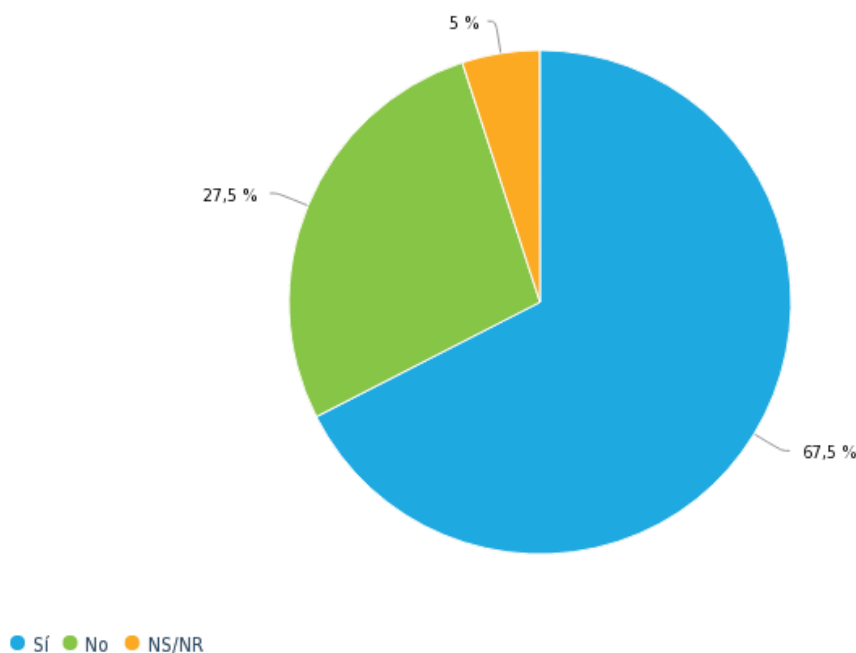
Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Según lo indicado por los resultados en un 67,5% tienen conocimiento de lo que es una bolsa de empleo, un 27,5% no tiene conocimiento y un 5% marcó la opción NS/NR, la cual corresponde a no sabe / no responde. Esta pregunta se le aplicó a un total de 40 personas.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 1

Conocimiento de lo que es una Bolsa de Empleo en Línea



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

Se puede percibir que el 67,5% de la muestra tiene conocimiento de lo que es una Bolsas de Empleo en Línea y posiblemente den uso de ella, sin embargo, hay un índice del 32,5% que no sabe que es una Bolsas de Empleo en Línea, por lo tanto, se determina que aún hay porcentaje muy representativo de estudiantes con falta de conocimiento en cuanto a esta fuente de búsqueda laboral.

El 32,5% se toma de la población que ha dado las respuestas de NO y NS/NR, siendo relevante tomando en casi una tercera parte de la población sondeada.

Como es mencionado por Martínez Marín y Ríos Rosas (2006) el conocimiento lleva al ser humano a ser consciente de una realidad, por ende, cabe recalcar que al 32,5% de la muestra de sondeo se le debe comunicar lo que es una bolsa de empleo en línea y sus beneficios, con la finalidad de que más estudiantes las utilicen y puedan tener una opción más para colocarse en el mercado laboral.

Categoría 2: Conocimiento del principal beneficio de una Bolsas de Empleo en Línea

Para la medición de esta categoría se utilizó la pregunta 3: “Las Bolsas de Trabajo en Línea son sitios en los cuales las personas pueden aplicar con sus datos personales y profesionales para ser candidatos a puestos vacantes en empresas que buscan talento humano”. ¿Está de acuerdo con este enunciado?

Tabla 4: Conocimiento de concepto y principal beneficio de una Bolsa de Empleo en Línea

Opción de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Totalmente de acuerdo	23	57,5%
De acuerdo	16	40%
Parcialmente de acuerdo	1	2,5%
En desacuerdo	0	0%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

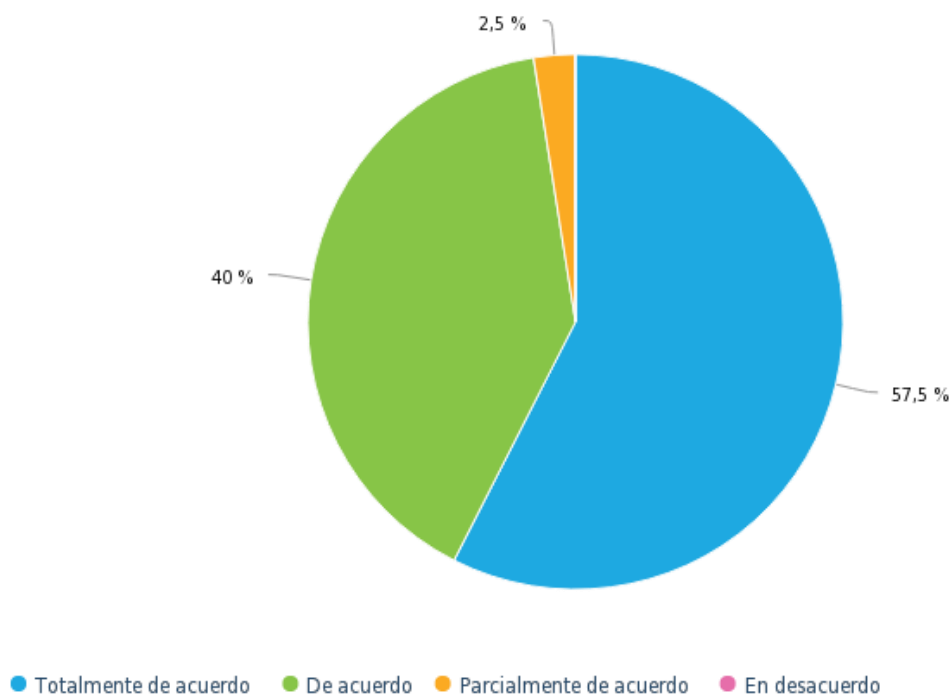
Descripción

Para hacer la medición de esta categoría se presentó en el cuestionario la definición de lo que es una Bolsas de Empleo en Línea con su principal beneficio, debiendo los aplicantes mencionar si estaban de acuerdo o no con la definición. En un 57,5% estaba totalmente de acuerdo con la definición, en un 40% estaba de acuerdo y un 2,5% respondió parcialmente de acuerdo. Esta pregunta la respondieron 40 personas.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 2

Conocimiento de concepto y principal beneficio de una Bolsa de Empleo en Línea



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

Los porcentajes de 40% y 2,5% a primera vista indican un resultado positivo, sin embargo, al compararlo con la respuesta “totalmente de acuerdo”, se denota que puede haber un factor que está interfiriendo en el conocimiento total que tienen en cuanto a la definición mencionada, lo cual hace que su conocimiento del tema tenga algún desfase o falta de información.

Glover (2019) menciona que las habilidades cognitivas tales como la percepción son parte de la vida cotidiana, por lo tanto, el 42,5% de la población que han dado una respuesta no contundentemente afirmativa posiblemente tienen una percepción interferida por opiniones de terceras personas o por falta de información.

Categoría 3: Variedad en las vacantes publicadas

Para la medición de esta categoría se utilizó la pregunta 4 del cuestionario: ¿Usted sabe si las bolsas de trabajo en línea ofrecen variedad de vacantes?

Tabla 5: Opinión de la variedad de vacantes en una Bolsa de Empleo en línea

Opción de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Sí	30	75%
No	5	12,5%
NS/NR	5	12,5%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

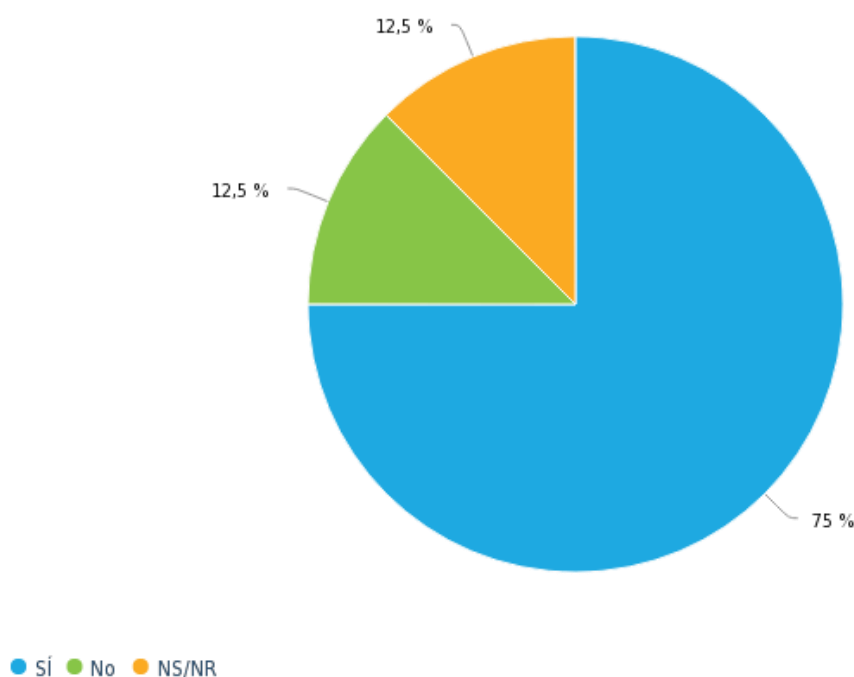
Descripción

En la pregunta 4 del cuestionario se hizo mención de las vacantes publicadas en una Bolsas de Empleo en Línea, específicamente para evaluar la variedad en las publicaciones de vacantes. Como resultado se obtuvo que un 75% de la población contestó de manera afirmativa, indicando que en las Bolsas de Empleo en Línea sí existe variedad de vacantes. Por su parte, un 12,5% indicó que no y un 12,5% se negó a contestar.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 3

Opinión de la variedad de vacantes en una Bolsa de Trabajo en Línea



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

González (2019) afirma que las bolsas de empleo en línea ofrecen variedad de vacantes con la finalidad de que los candidatos tengan mayor oportunidad de posicionarse en el mercado laboral. En su mayoría, la población estudiada indica que están de acuerdo con que las Bolsas de Empleo en Línea publican variedad de vacantes, pudiéndose inferir que este factor no es un inconveniente para el uso a las mismas. Sin embargo, se tiene un 25% que desconoce esta información o no está de acuerdo con lo afirmado, sobre lo cual podría pensarse que el desconocimiento descubierto en la pregunta 2 puede estar tendiendo un efecto sobre este porcentaje de encuestados.

Categoría 4: Variedad de niveles de puestos publicados

Para la medición de esta categoría se utilizó la pregunta 5 del cuestionario: ¿Las bolsas de trabajo en línea solamente ofrecen vacantes para puestos altos?

Tabla 6: Opinión de la variedad de niveles de puestos publicados en las Bolsas de Trabajo en Línea

Opciones de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Sí	5	12,5%
No	29	72,5%
NS/NR	6	15%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

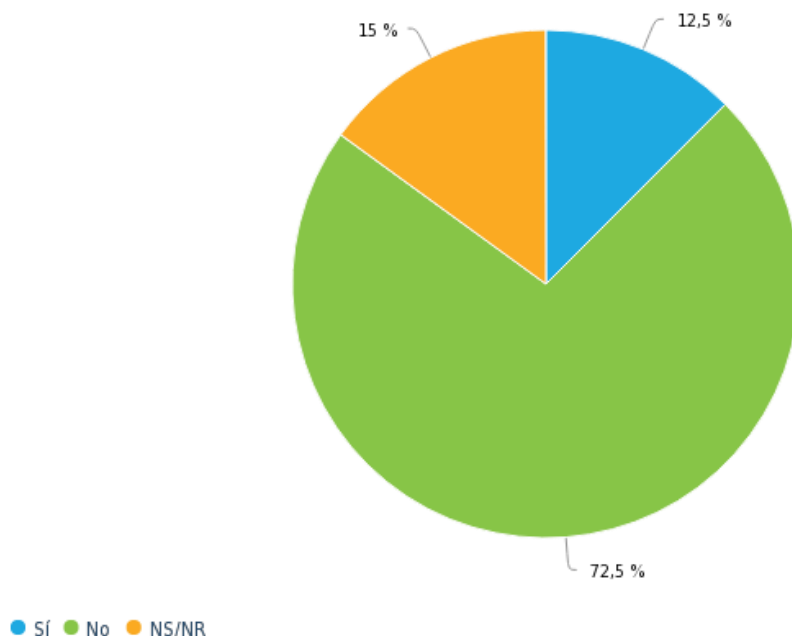
Descripción

Un 75,5% identifica que las Bolsas de Empleo en Línea no solamente son para el nivel más alto de puestos, sino para todos los niveles de puestos de trabajo que existen en la empresa. El porcentaje restante se divide en un 12,5% que cree que las bolsas de empleo en línea solamente ofrecen vacantes de puestos altos y un 15% no respondió o no sabían la respuesta.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 4

Opnión de la variedad de niveles de puestos publicados en las Bolsas de Trabajo en Línea



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

Aunque el porcentaje más alto indica que los estudiantes están de acuerdo con que las Bolsas de Empleo en Línea publican variedad en cuanto a ofertas para distintos niveles de puestos. Sin embargo, otra vez, una cuarta parte de los encuestados no está de acuerdo, lo cual puede denotar que hay una falta de conocimiento en cuanto a lo que las bolsas de empleo en línea ofrecen. Este porcentaje pierde oportunidades valiosas, pues según Laboral Social (2007) un 57% de las empresas deciden reclutar su personal de nivel bajo y medio utilizando las Bolsas de Empleo en Línea.

Categoría 5: Experiencia laboral como factor para la búsqueda de empleo en las Bolsas de Trabajo en Línea

Para la medición de esta categoría se utilizó la pregunta 6 del cuestionario: ¿Las bolsas de trabajo en línea son solamente para personas con experiencia laboral?

Tabla 7: Opinión de las publicaciones de vacantes para personas sin experiencia en las Bolsas de Trabajo en línea

Opciones de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Sí	11	27,5%
No	27	67,5%
NS/NR	2	5%

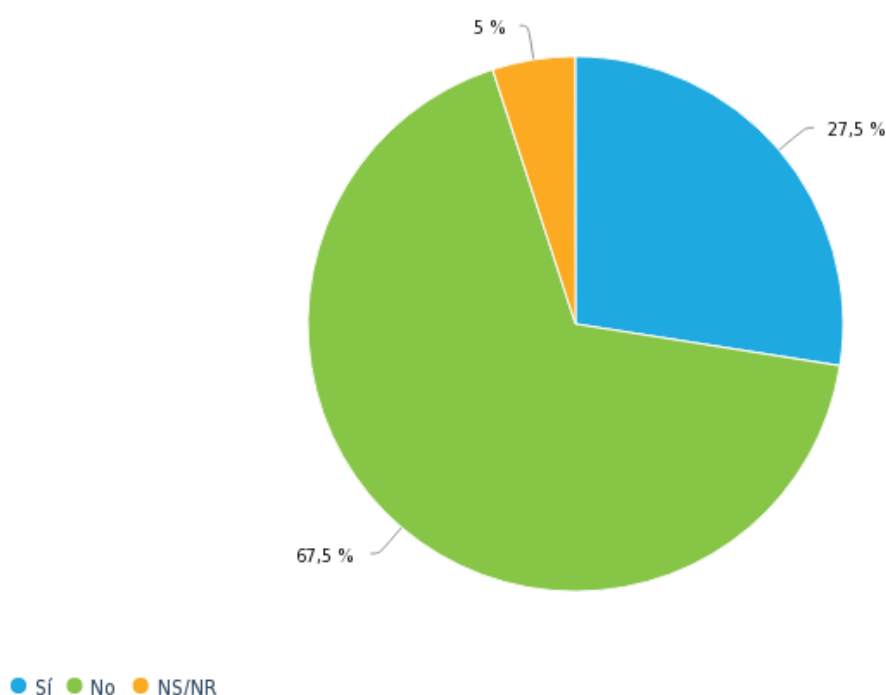
Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Descripción

Como se puede verificar en la tabla anterior el 27,5% opina que las bolsas de trabajo en línea tienen oportunidades para personas que no tienen experiencia laboral, sin embargo, el 67,5% opina que solamente son para personas con experiencia y el 5% no respondió a la pregunta. A continuación, la gráfica:

Gráfico 5

Opinión de las publicaciones de vacantes para personas sin experiencia en las Bolsas de Trabajo en Línea



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

De acuerdo con lo mostrado anteriormente la estadística representa a un 67,5% que está de acuerdo con que las Bolsas de Trabajo en Línea publican vacantes para las personas sin experiencia laboral, no obstante, el 32,5% indica que no están de acuerdo o no responden a la

pregunta, las personas que han dado esta respuesta posiblemente han estado en alguna situación donde al aplicar a diversas vacantes donde no son contratados por la falta de experiencia.

Según la Secretaría del Trabajo y Previsión social (2019), indica que las bolsas de empleo en línea permiten conocer de manera precisa la compatibilidad de una hoja de vida con la vacante que han publicado, sin embargo, cuando las personas no cuentan con experiencia laboral puede ser un factor para que esta sea descartada del proceso y no lo tomen en cuenta, ya que hay una incompatibilidad con lo solicitado.

Categoría 6: Conocimiento de las prácticas profesionales publicadas en las Bolsas de Trabajo en Línea

Para la medición de esta categoría se utilizó la pregunta 7 del cuestionario: ¿Sabía usted que algunas de las bolsas de trabajo en línea ofrecen posibilidad a estudiantes universitarios de colocarse en prácticas profesionales?

Tabla 8: Opinión acerca del conocimiento de posteo de prácticas universitarias en las Bolsas de Trabajo en Línea

Opciones de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Sí	25	62,5%
No	11	27,5%
NS/NR	4	10%

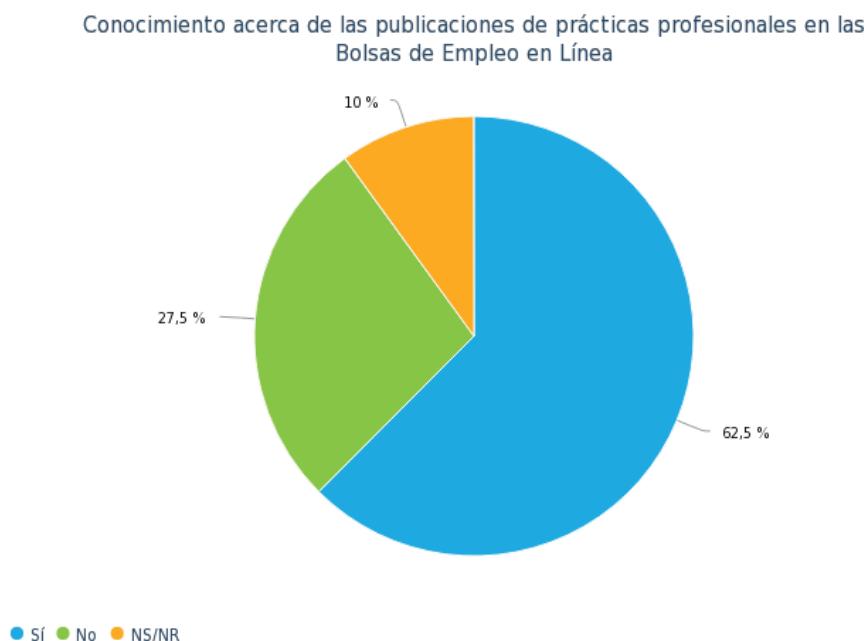
Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Descripción

El 62,5% de la población indican que sí han tenido conocimiento en cuanto a las prácticas profesionales posteadas en las Bolsas de Trabajo en Línea, el 27,5% mencionan que no tienen conocimiento de estos posteos y el 10% no responde / no responde a la pregunta.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfica 6



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

El Centro de Formación Campo Arañuelo (s.f) confirma que la importancia de las Bolsas de Empleo está en satisfacer la necesidad que tienen las empresas en cuanto a llenar sus vacantes postuladas, partiendo de este concepto, se puede indicar que las empresas también publican la necesidad de dar oportunidad a los estudiantes para que realicen sus prácticas respectivas, por lo tanto, es importante informar a ese 37,5% acerca de la existencia de este tipo de publicaciones.

Figura 18: Resumen de la Unidad I

Conocimiento de las Bolsas de Empleo en Línea

- Concepto de una Bolsa de Trabajo en Línea

Principal beneficio de las Bolsas de empleo en Línea

- Inserción y búsqueda laboral

Otro tipo de publicaciones en las Bolsas de Empleo en Línea

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Unidad de análisis: Bolsas de empleo en línea

Esta unidad busca dar respuesta al segundo objetivo específico, el cual es el siguiente: Identificar cuáles sitios Web de Empleo en Línea son más visitados y las razones por las cuáles son utilizados por los estudiantes.

Según la empresa Adecco (2019), las Bolsas de Empleo en Línea son un instrumento de comunicación entre las empresas y los candidatos (personas que buscan una oferta laboral). En el cuestionario las preguntas de la 8 a la 13 hacen referencia a las diferentes Bolsas de Empleo en Línea que existen actualmente; por lo tanto, en esta unidad se analizará detalladamente, por medio de las categorías, las respuestas brindadas por la población.

Las categorías relevantes en esta unidad son las siguientes:

1. Variedad en el uso de instrumentos en la búsqueda laboral
2. Conocimiento de las principales bolsas de empleo en línea
3. Beneficios adicionales de una bolsa de empleo en línea
4. Búsqueda web posicionada para encontrar trabajo.
5. Tiempo dedicado a la búsqueda de empleo.

Categoría 1: Variedad en el uso de instrumentos en la búsqueda laboral

Para la medición de esta categoría se usaron las preguntas 8 y 9: ¿Cuáles métodos utilizado o ha utilizado para la búsqueda laboral? Por favor, separe cada método con el signo de coma “,”. De los siguientes métodos de búsqueda laboral, por favor marque todos los que utiliza. Puede marcar todos los necesarios.

Cuadro de resultados pregunta 8

Amistades, universidad	EMPLEOS.NET ELEMPLEO.COM COMPUTRABAJO	Feria de Empleo, Bolsa de trabajo en línea	Universidad, portales de empleo en línea
Empleos.Net - Elempleo - BuscoJobs - Computrabajo	Curriculum, correo, entrevistas, conocidos	Bolsas de empleo, enviar CV, contactos	Facebook
Encuentra 24, Joobs CR, por medio de correo	LinkedIn, sitios web de las empresas a las que quería aplicar	Por medio de LinkedIn, Facebook, recomendaciones	Páginas web, Facebook, ferias como Cinde Job
Referencias de otras personas y en páginas webs	"compu trabajo"	Bolsas de empleo (2x)	Puesto, campo
Aplicaciones y sitios web	Correo electrónico directo a la empresa, amigos en la empresa	Bolsas de empleo, redes sociales, búsqueda por internet, amigos que puedan referir.	Buscar en internet, enviar el CV a distintas empresas
Busqueda web, anuncios	Referencias de amigos	bolsas de empleo	Internet (2x)
Bolsas de empleo en línea, búsqueda de contactos, redes sociales y búsquedas propias (presenciales y en línea)	Páginas web, redes sociales, presencia física	Plataformas de ofertas de empleo que envían correos con ofertas, la sección especial de empleos de facebook, ferias de empleo, entrega personal	Suelo enviar currículum por Internet únicamente a todas las páginas de trabajo confiables
Online	Curriculum		Entrevista; bolsa de trabajo en línea
Correo electrónico, páginas para empleo	No he usado	Bolsa de empleo, periódico, pagina web	Linking,
	Computrabajo		Anuncios

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Tabla 9: Métodos para la búsqueda laboral

Opción de respuestas	Respuestas obtenidas	Porcentaje obtenido
Búsqueda presencial (dejar cv's en las empresas)	16	40%
Recomendaciones personales	29	72,5%
Recomendaciones de profesores	10	25%
Bolsas de trabajo en línea	27	67,5%
Bolsas de trabajo físicas	12	30%
Ferías de empleo	18	25%
Visita directa a empresas de interés	10	25%
Otro	3	7,5%

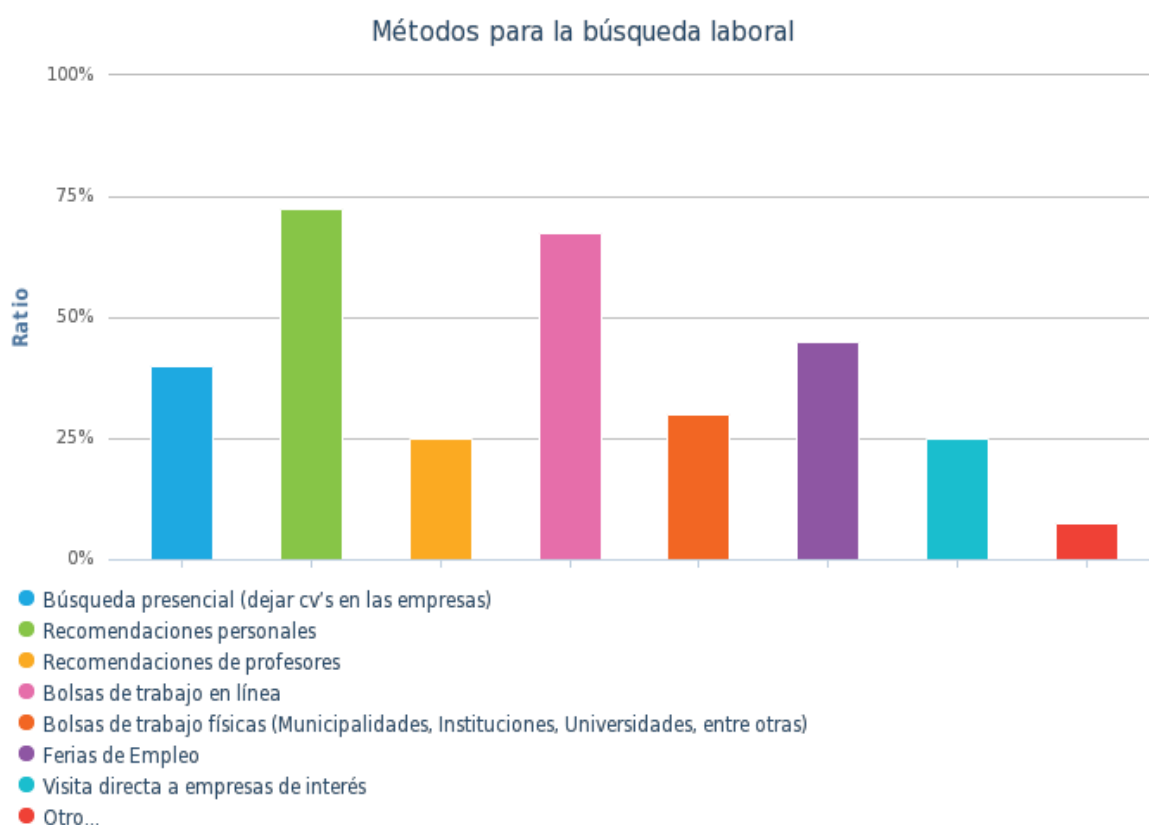
Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Descripción

De acuerdo con el cuestionario aplicado, en un 72,5% de los estudiantes sondeados utilizan recomendaciones personales para proceder con la búsqueda laboral, seguido de un 67,5% que utilizan las Bolsas de Empleo en Línea. El 45% de la población usa las Ferias de Empleo como otro método de búsqueda, un 40% la búsqueda presencial, refiriéndose a dejar CV's en diferentes empresas, el 30% busca posicionarse laboralmente en Bolsas de Trabajo físicas, tanto las recomendaciones de profesores como la visita a empresas obtuvieron un 25% y el mínimo porcentaje, 7,5%, indicó que tiene otros métodos de búsqueda, como las redes sociales.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 5



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

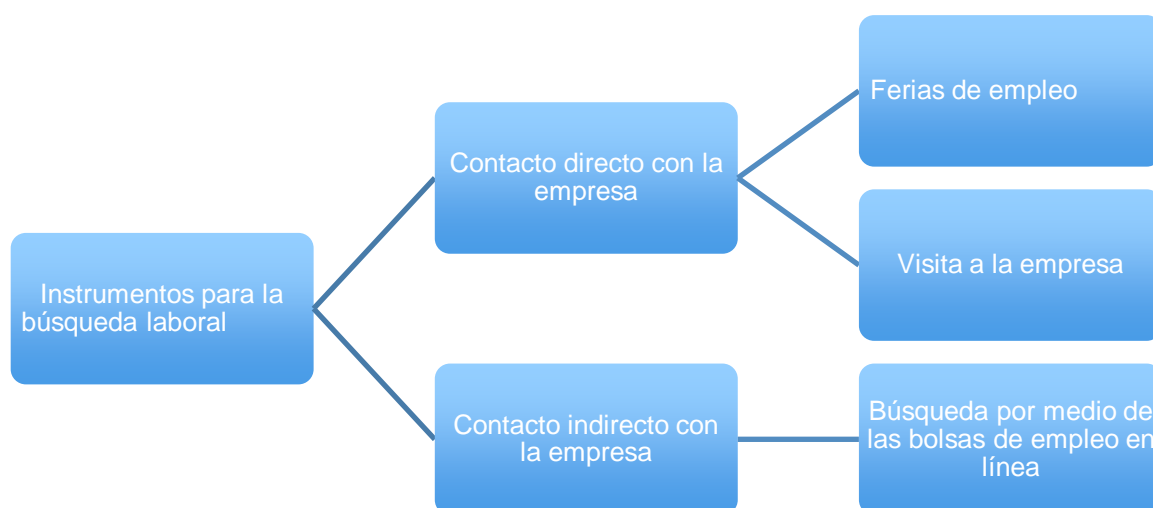
En la Revista RRHH Digital (2018) se mencionan los principales beneficios de buscar empleo en una Bolsas de Empleo en Línea, sin embargo, las personas usan otros métodos para conseguir empleo y entre ellos, como lo representa el gráfico anterior, se puede denotar que uno de los más fuertes son las recomendaciones personales, aunque la búsqueda de trabajo en

Bolsas de Empleo en Línea tenga el segundo porcentaje más alto, por lo que se puede inferir que los estudiantes no las prefieren, puesto que lo complementan con otros métodos.

Un porcentaje relevante es el indicado en cuanto a la búsqueda presencial, haciendo referencia a dejar el CV en empresas y Ferias de Empleo, las cuales también vienen siendo presenciales, esto representa que hay un porcentaje de la población que confía en estos métodos, lo cual es válido, ya que se puede determinar que el contacto directo con el entrevistador es importante.

Cabe recalcar el porcentaje del 7,5%, el cual habla acerca de otras opciones que tienen las personas para buscar trabajo y hacen mención a las redes sociales. Según CepymeNews (2017), la red social LinkedIn es una de las favoritas por los empleadores para buscar personal y realizar sus procesos de reclutamiento, siendo reconocida a nivel internacional como la primera plataforma digital de reclutamiento y selección.

Figura 19: Instrumentos para la búsqueda laboral



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Categoría 2: Beneficios adicionales de una bolsa de empleo en línea

La pregunta utilizada para medir esta categoría es la siguiente: ¿Tiene conocimiento de algunos de otros beneficios que brindan ciertas bolsas de empleo en línea en Costa Rica? Puede marcar todos los que conoce.

Tabla 10: Conocimiento de los beneficios que ofrecen las Bolsas de Trabajo en Línea

Opciones de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Test de perfil profesional	18	45%

Orientación a la hora de inscribir su currículum en la web	7	17,5%
Escala salarial	12	30%
Artículos de ayuda para mejorar la búsqueda laboral como candidato	10	25%
No tengo conocimiento de ninguno	14	35%

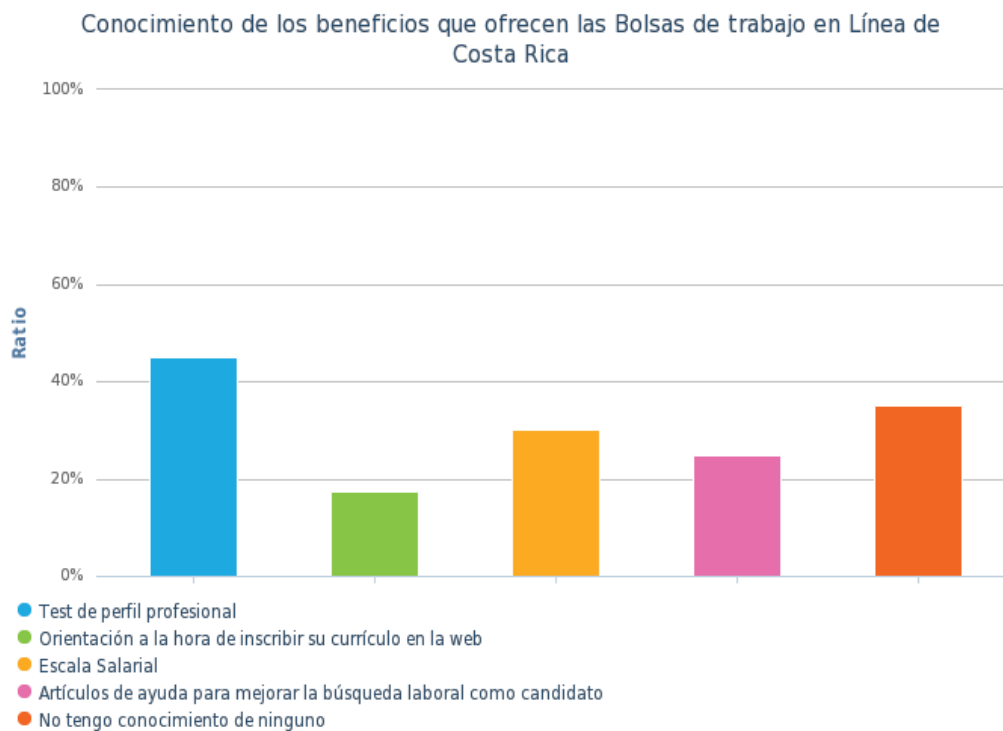
Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.Co

Descripción

El porcentaje más alto es el de 45%, el cual pertenece al conocimiento sobre el test de perfil profesional que ofrecen algunas Bolsas de Empleo en Línea. Un 35% no tiene conocimiento de ninguno de los beneficios mencionados, un 30% refiere al beneficio de la escala salarial, un 25% a los artículos de ayuda para mejorar la búsqueda laboral y un 17,5% corresponde al beneficio de la orientación a la hora de inscribir su currículum en la Web.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Grafico 6



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

El índice del 35% es alarmante, ya que es un indicador de que posiblemente exista una deficiencia en la comunicación con los usuarios de las Bolsas de Empleo en Línea, lo que produce un desconocimiento sobre las mismas que repercute en el desconocimiento de la amplia gama de los beneficios. En esta investigación, en el marco referencial se mencionan algunos de los beneficios adicionales ofrecidos, los cuales se han tomado de las páginas Web de cada portal.

Categoría 3: Conocimiento de las principales bolsas de empleo en línea

La pregunta utilizada para medir esta categoría fue la siguiente: De las siguientes bolsas de empleo en línea de Costa Rica indique cuáles conoce. Puede marcar varias opciones.

Tabla 11: Conocimiento de algunas Bolsas de Trabajo en línea

Opción de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
El Empleo.com	21	52,5%
Empleos.net	20	50%
Computrabajo	26	65%
Acción Trabajo	12	30%
BuscoJobs	15	37,5%
Ninguna de las anteriores	4	10%
Otro	3	7,5%

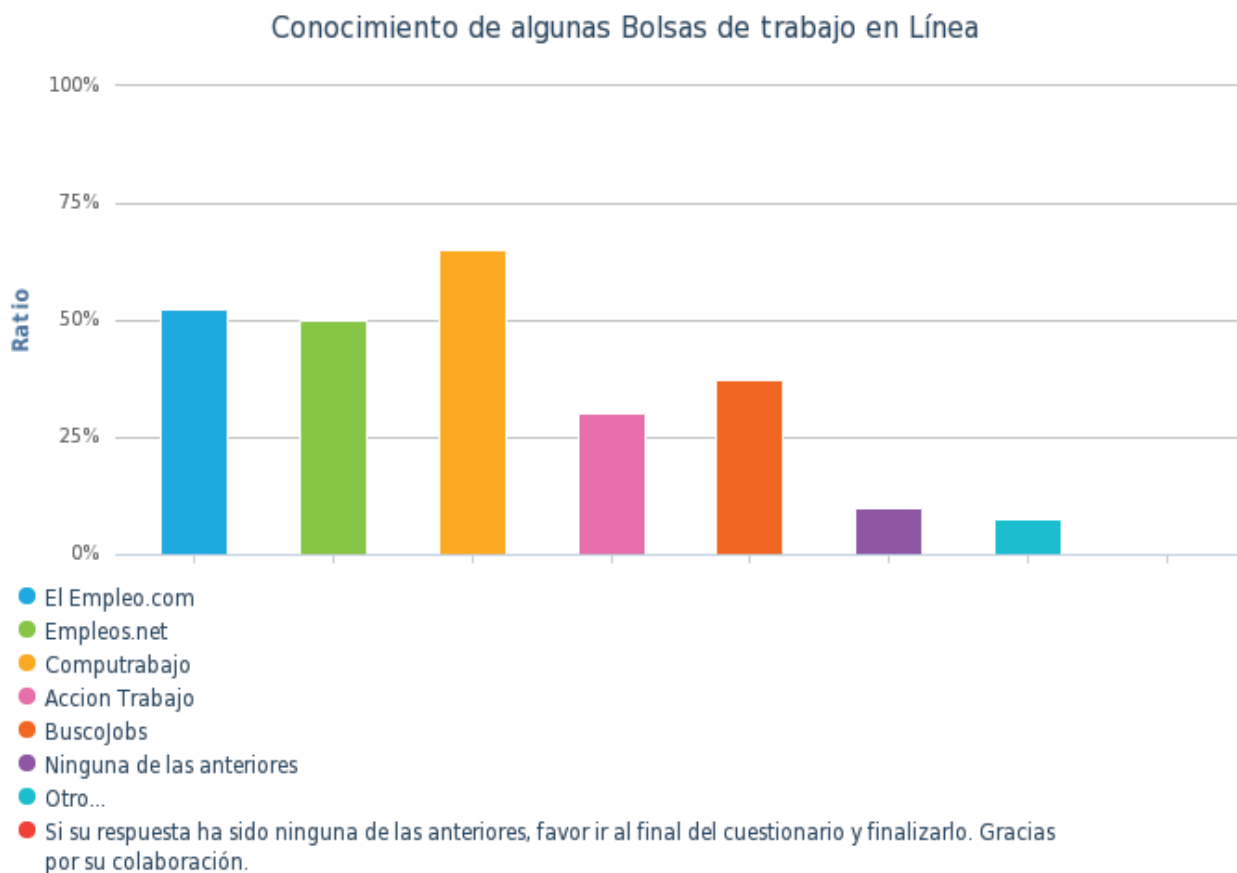
Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Descripción

En Costa Rica hay diferentes Bolsas de Empleo en Línea. Según la población sondeada, en un 65% Computrabajo es la que más se da a conocer, seguida por El Empleo.com, la cual obtuvo un 52,5%. La otra Bolsas de Empleo en Línea más relevante es Empleos.net, obteniendo un 50%. Con los porcentajes más bajos aparecen BuscoJobs, con un 37,5%, Acción trabajo con un 30%. Un 10% de la población sondeada indicó que no conoce ninguna de las anteriores y un 7,5% marcó la opción de otro, mencionando a Tecoloco.com y Redes Sociales.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 5



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

Por medio de lo descrito anteriormente, se puede denotar que hay varias Bolsas de Empleo en Línea posicionadas en el mercado, sin embargo, es interesante observar que hay un 10% de la población indica que no tienen conocimiento de las mismas. Según González (2019), Internet es el medio más utilizado para la búsqueda de empleo, pero, aunque las bolsas de empleo en línea están enlazadas con la Web, no quiere decir que todas las personas conocen de ellas, tal y como lo han demostrado los datos obtenidos.

Categoría 4: Búsqueda Web posicionada como medio para la búsqueda laboral

La pregunta utilizada para medir esta categoría es la siguiente: ¿Cómo se enteró de la existencia de las bolsas de trabajo en línea?

Tabla 12: Medio por el cual conocen las Bolsas de Trabajo en Línea

Opciones de respuestas	Cantidad de respuestas	Porcentaje de respuestas
Por medio de una referencia personal	8	22,9%

Por medio de una búsqueda en la web	19	54,3%
Por medio de algún anuncio publicitario	7	20%
Por medio de alguna institución	1	2,9%
Otro	0	0%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

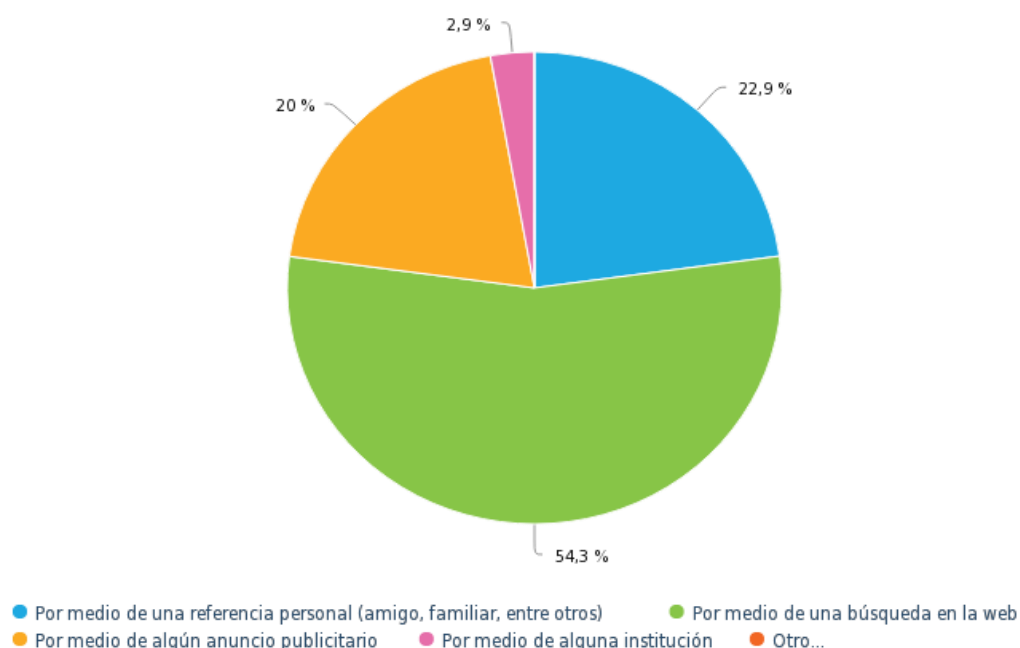
Descripción

El 54,3% de la población indica que llegaron a las Bolsas de Empleo en Línea por medio de la búsqueda Web, un 22,9% de la población indica que conocieron de las mismas por medio de una referencia personales, el 20% por medio de algún anuncio publicitario y el 2,9% por medio de alguna institución.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 7

Medio por el cual conocen las Bolsas de Trabajo en Línea



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

Uno de los principales beneficios de una Bolsas de Empleo en Línea, según lo menciona González (2019), es el realizar la búsqueda laboral sin necesidad de salir de casa, esto porque

la búsqueda se hace por medio de internet. Por ello no es una sorpresa que el 54,3% haya llegado a las Bolsas de Empleo en Línea por medio de la Web.

Mir (2018) indica que una buena reputación puede traer mayor ventaja competitiva a un producto o servicio. Basada en esta afirmación, la gráfica anterior el 22,9% indica que conoció de estos portales por medio de referencias de personas cercanas, por lo tanto es importante recalcar la buena comunicación con los usuarios que deben tener las Bolsas de Empleo en Línea, ya que estos pueden referir a los demás.

Categoría 5: Tiempo dedicado a la búsqueda de empleo

La pregunta utilizada para medir esta categoría es la siguiente: ¿Con qué frecuencia realiza búsquedas en las bolsas de trabajo en línea?

Tabla 13: Frecuencia con las que se utilizan las Bolsas de Trabajo en Línea para la búsqueda laboral

Opciones de respuesta	Respuestas obtenidas	Porcentaje de respuestas
Una vez a la semana	8	24,2%
Dos veces a la semana	4	12,1%
Tres veces a la semana	2	6,1%
Siempre que pueda	19	57,6%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

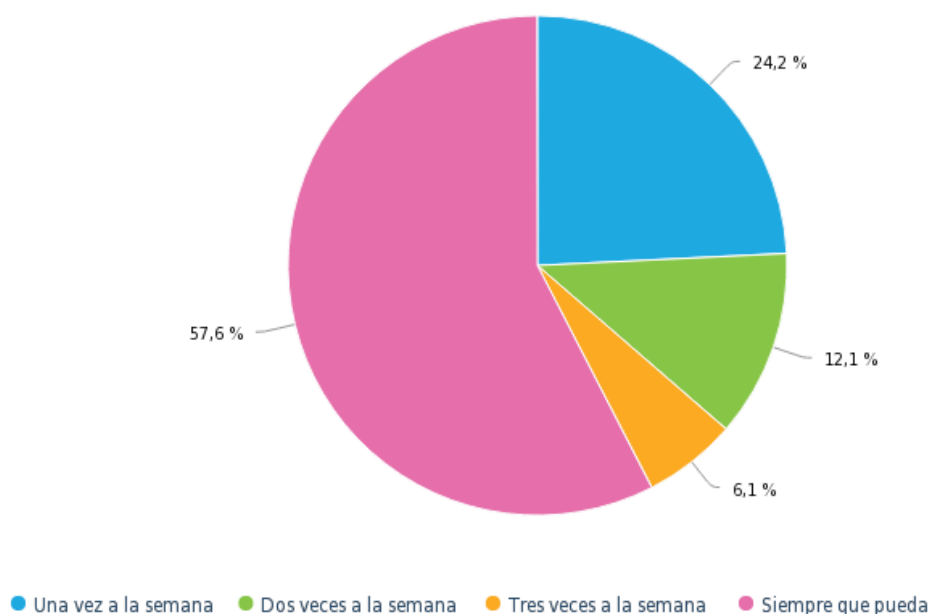
Descripción

En esta categoría se indica el tiempo que normalmente los estudiantes dedican a ingresar a un sitio Web a buscar opciones de empleo para su inserción laboral. El 57,6% marcó la casilla siempre que pueda, el 24,2% ingresan una vez a la semana, el 12,1% ingresan dos veces a la semana y el 6,1% ingresan tres veces a la semana.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 8

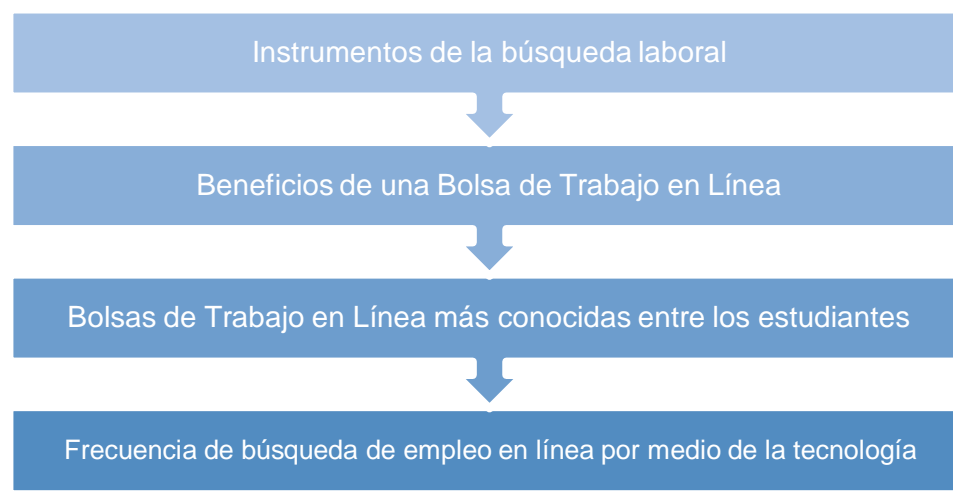
Frecuencia con la que se utilizan las Bolsas de Trabajo en Línea para la búsqueda laboral



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

Tonelli (2018) menciona que las sensaciones de carencia son conocidas como necesidades y el suplir las necesidades es indispensable para continuar con vida cotidiana. Partiendo de esto, se puede indicar que una de las necesidades que tiene el ser humano es posicionarse laboralmente, pero no es una necesidad recurrente. Por lo tanto, es entendible que el 57,6% haga su búsqueda siempre que pueda, sin embargo, si los aplicantes tuvieran el conocimiento de otros beneficios que brindan las plataformas digitales para conseguir empleo, posiblemente les dieran más función.

Figura 20: Resumen de la Unidad 2

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Unidad de análisis 3: Percepción

En esta unidad se dará respuesta al siguiente objetivo específico: Explicar la percepción que tienen los estudiantes de dos universidades privadas sobre los beneficios que les brindan los sitios Web de empleo.

En el cuestionario, de la pregunta 14 a la 20 se evalúa la percepción de la muestra en cuanto a las Bolsas de Empleo en Línea y sus beneficios, analizando detalladamente los datos recopilados para verificar cuáles son las categorías más relevantes.

Solomon (2008) indica que la percepción es un conjunto de estímulos que llevan a las personas a tener un criterio de las diferentes experiencias que viven diariamente; el conseguir empleo es una necesidad para la mayoría de la población y, conforme pasan los años, las personas van adquiriendo más experiencia en cómo proceder con la búsqueda para posicionarse en el ámbito laboral.

Las categorías más relevantes para analizar esta unidad son las siguientes:

1. Calificación en cuanto a la percepción
2. Comunicación con el usuario
3. Características de las Bolsas de Empleo en Línea
4. Obstáculos
5. Reforzamiento en la comunicación

Categoría 1: Calificación en cuanto a la percepción

La pregunta utilizada para medir esta categoría fue la siguiente: Según su experiencia ¿Qué calificación laboral por medio de los sitios web de trabajo? (tomando el 1 como el más bajo y el 10 como el más alto).

Tabla 14: Calificación de la búsqueda laboral por medio de una Bolsa de Empleo en Línea

Opciones de repuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
10/10	5	14,7%
9/10	1	2,9%
8/10	9	26,5%
7/10	5	14,7%
6/10	8	23,5%
5/10	0	0%
4/10	1	2,9%
3/10	3	8,8%
2/10	2	5,9%
1/10	0	0%

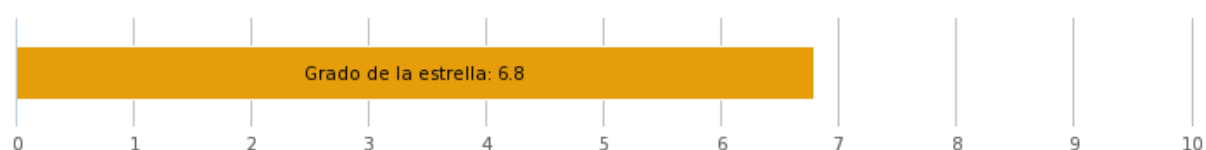
Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Descripción

En el cuestionario de esta investigación, los aplicantes debían marcar por medio de una escala del 1 al 10 la calificación que le daban a la búsqueda laboral por medio de una Bolsas de Empleo en Línea, obteniéndose una calificación ponderada de un 6.8, como lo indica la siguiente gráfica:

Gráfico 9

Calificación a la búsqueda laboral por medio de una Bolsa de Trabajo en Línea



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

El promedio ponderado de 6,8% expresado en los resultados anteriores es un indicador bajo, posiblemente sea la falta de conocimientos y de los beneficios que ofrece una bolsa de empleo en línea lo que ha interferido en la percepción de los usuarios. Orellana (2018) menciona que la percepción permite a las personas interactuar y adaptarse al ambiente que lo rodea y esto lo

lleva a adquirir nuevas experiencias, posiblemente los usuarios no tengan una experiencia confiable y sostenible con las bolsas de trabajo en línea.

Categoría 2: Comunicación con el usuario

La pregunta utilizada para medir esta categoría fue la siguiente: ¿Cómo considera que es la comunicación de las bolsas de trabajo en línea con sus usuarios?

Tabla 15: Calificación de las Bolsas de Trabajo en línea con el usuario

Opciones de respuesta	Cantidad de respuesta	Porcentaje obtenido
Eficiente	5	13,9%
Regular	20	55,6%
Deficiente	10	27,8%
NS/NR	1	2,8%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

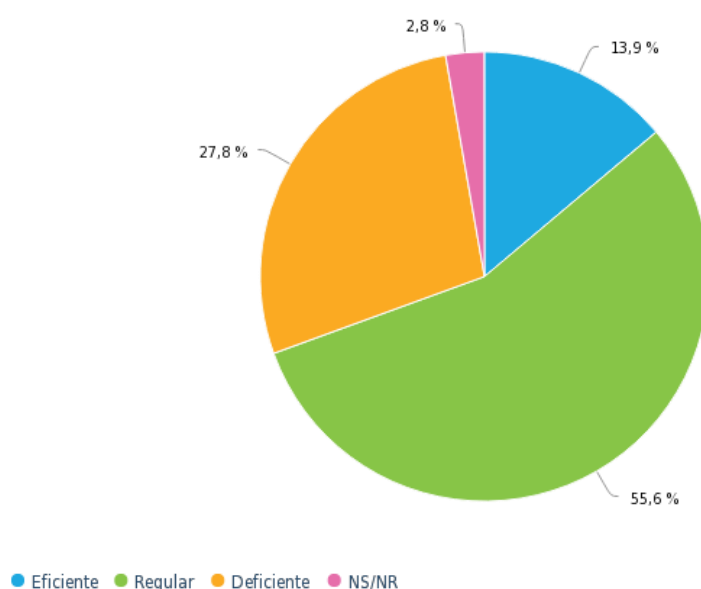
Descripción

Los siguientes porcentajes pertenecen a la percepción que tienen los aplicantes con respecto a la comunicación de las Bolsas de Empleo en Línea con ellos. El porcentaje más alto obtenido es de un 55,6% y corresponde a la opción Regular, un 27,8% corresponde a la opción Deficiente, el 13,9% corresponde a la opción Eficiente y un 2,8% a la opción NS/NR.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 10

Calificación de la comunicación de las Bolsas de Trabajo en Línea con el usuario



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

El 55,6% indica que la comunicación de las Bolsas de Empleo en Línea con sus usuarios es regular, lo cual es un indicativo de que hay factores por mejorar. Kierkegaard (1997) menciona que el proceso de percepción se puede ver afectado por la repetición, la cual es un acto que lleva a las personas a regresar y recordar algún estímulo. Posiblemente las personas incluidas en este porcentaje hayan tenido algunas experiencias no gratas a la hora de hacer una búsqueda laboral por medio de una Bolsas de Empleo en Línea.

Es importante mencionar el 27,8% que indica que las bolsas de trabajo en línea tienen una comunicación Deficiente con el usuario, ya que Camisón, Cruz y González (2006) hablan acerca de la calidad por medio de diferentes definiciones. Una de ellas menciona que la calidad se conoce por lograr la aptitud deseada por el cliente, sin embargo, se nota que este no es el caso de las Bolsas de Empleo en Línea

Categoría 3: Características de las Bolsas de Empleo en Línea

Las preguntas utilizadas para medir esta categoría son las siguientes: ¿Qué características considera usted que son las más importantes que debe tener una Bolsa de Trabajo en Línea para un estudiante universitario? Por favor separe las características con el signo de coma “,”. De las siguientes cualidades, elija las que a su criterio como estudiante son las más relevantes al buscar una opción de empleo en una Bolsa de Trabajo en Línea.

Cuadro de resultados pregunta 16

Eficiencia	OPCIONES PARA PERSONAS SIN EXPERIENCIA ORIENTACIÓN PARA LA CREACION DE CV TEST DE PERSONALIDAD	Facilidad, Confiabilidad	Ofrecer una oportunidad para personas sin experiencia pero si con los estudios y requisitos necesarios
Requisitos, disponibilidad, asesoramiento		Filtrar los años de experiencia	Opciones distintas, que tenga buena descripción
Información clara	Dar la opción de trabajar sin experiencias previas	Flexibilidad de horario, vacantes en su area, cercanía	Suficientes puesyos
Flexibilidad de horarios	Inteligencia	Para empezar considero que debería de notificar, si existe una manera de poder calificar a ese puesto y dar opciones para poder mejorar si han sido muchas las veces de no obtener ningún empleo y se sigue aplicando. Porque de esta forma solo se genera un spam en correos personales con opciones que definitivamente, se van a quedar en el aire.	Accesibilidad de horario
Una buena comunicación	Facilidad para encontrar puestos de trabajo	Horarios accesibles, biaticos	Actualización de los puestos vacantes, información detallada de la empresa, características más claras que el empleador busca.
descripción de la empresa, mejor redacción en las tareas del puesto, salario, requisitos que piden	Información completa de la empresa, condiciones que ofrecerán al estudiante, localización, requisitos, duración y especificar si existe o no la posibilidad de adquirir una plaza vacante de acuerdo a su rendimiento. Sí no es así, especificarlo también.	Bastantes ofertas	Que no importe la experiencia
Avisos de recepción de ofertas, actualización constante,			Info
Experiencia			La ddscripción de horarios
Practicidad			
Un apartado exclusivo sobre pasantías y prácticas			

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Tabla 16: Características más relevantes que deben de tener las Bolsas de Trabajo en Línea

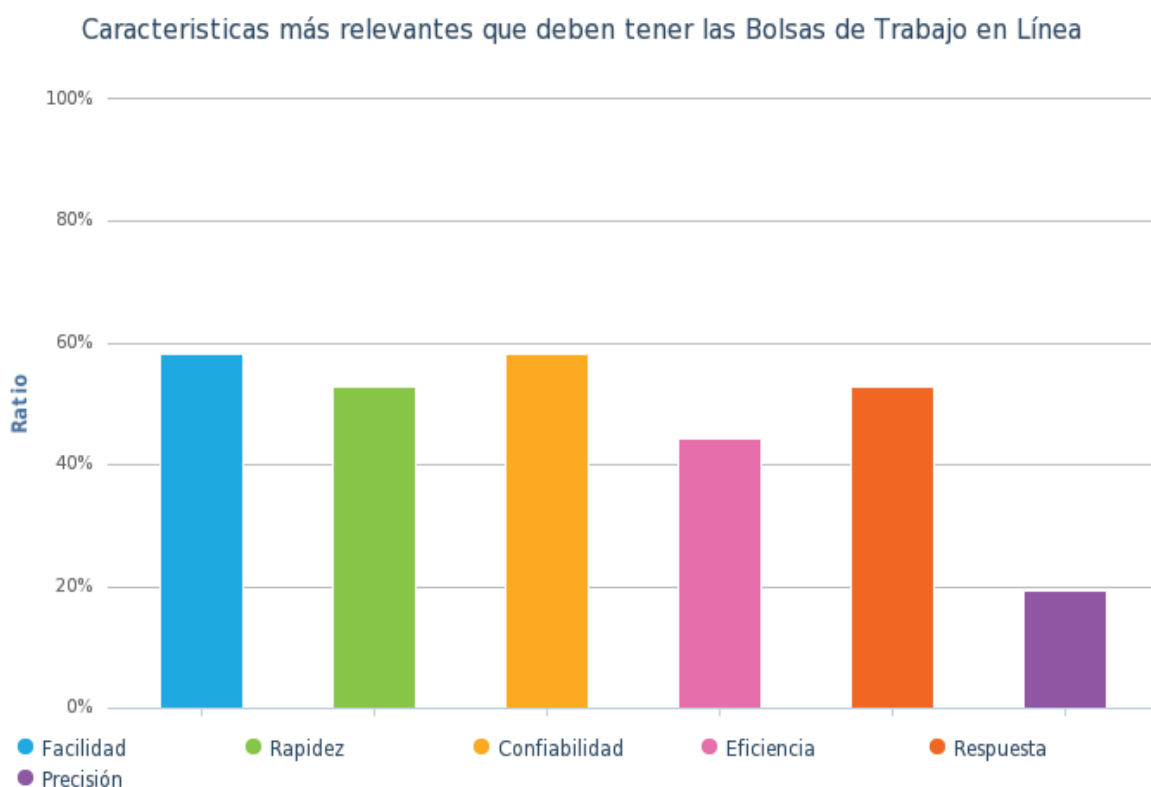
Opciones de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Facilidad	21	58,3%
Rapidez	19	52,8%
Confiabilidad	21	58,3%
Eficiencia	16	44,4%
Respuesta	19	52,8%
Precisión	7	19,4%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

En esta categoría se definen cuáles son las características más relevantes que deben tener las Bolsas de Empleo en Línea. En un 58,3% opinan que tanto la facilidad como la confiabilidad son las más relevantes, seguido por la rapidez y la respuesta, ambas con un 52,8%. El 44,4% corresponde a eficiencia y la precisión obtuvo solamente un 9,4%.

A continuación, la representación gráfica de lo descrito:

Gráfico 11



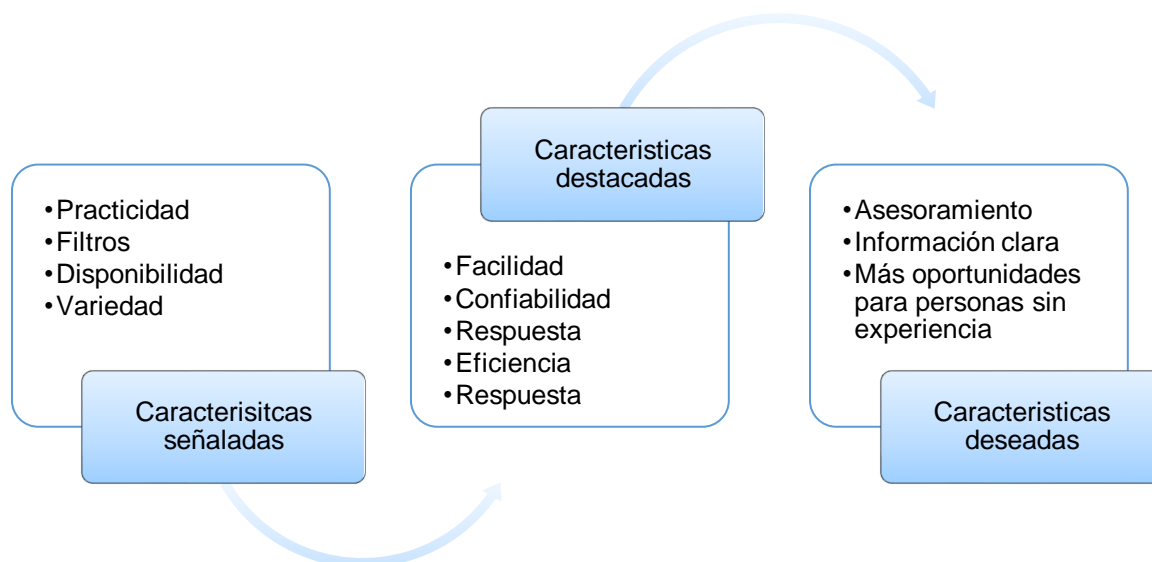
Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

Según Universia (2018), las Bolsas de Empleo en Línea facilitan la búsqueda laboral al ser una herramienta más tecnológica, adicional de tener una plantilla ya predeterminada para hacer una hoja de vida más profesional. Efectivamente la facilidad y rapidez es un factor relevante para la población sondeada, pues se pueden hacer consultas desde cualquier lugar y aplicar de una manera más rápida.

Se infiere que la población cree que hay una deficiencia en cuanto a la eficiencia y precisión a la hora de querer posicionarse en el campo laboral por medio de una prácticamente, claro está que al hacerlo por este medio no hay un contacto físico, lo que lleva a que no se puedan aclarar algunas dudas obtener más respuestas o información con precisión.

Figura 21: Características de las Bolsas de Empleo en Línea



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Categoría 4: Obstáculos

Para la medición de esta categoría se utilizó las preguntas 18 y 19 del cuestionario: ¿Cuál considera que es el peor obstáculo que usted encontraría como estudiante al buscar una opción de empleo en una Bolsa de Trabajo en Línea? Por favor separe los obstáculos con el signo de coma “,” y la pregunta 19 es: De las siguientes situaciones, elija usted las que a su criterio son más críticas de cumplir al buscar una opción de empleo en una Bolsa de trabajo en línea.

Cuadro de resultados pregunta 18

Experiencia (2x)	NO INDICAR COMO APLICAR Y DESARROLLAR TU CV	Calculo de aspiración salarial	Que por mi falta de experiencia no sea tomado en cuenta
Poco asesoramiento		Respuesta lenta, no dan una respuesta aunque sea negativa	La experiencia laboral
Experiencia laboral	Que la mayoría de empleos buscan ya profesionales y con más de 2 o 3 años de experiencia	Que no haya puestos	Falta de experiencia, lugar de residencia
Distancia, los horarios		Que no tengan simplicidad	El estudio
Experiencia laboral, tiempo de respuesta que es casi nula, si no sé otro idioma, nivel académico.	Poca ayuda en horarios	Que algunas opciones de empleo no son adecuadamente claras.	Falta de comunicación
Trabajar fines de semana	Competencia		falta de información
No hay respuesta	Tiempo para estudio	Rapidez, desactualización, facilidad	Basado en las bolsas de empleo que existen actualmente, es la falta de información. En muchas ocasiones se detalla el puesto y todo lo relacionado a este pero no el nombre de la empresa. Además, piden a estudiantes con experiencia, algo totalmente contradictorio.
Que no le den la oportunidad	Falta de experiencia	Ubicación	
No sea rápido	Falta de oportunidad	A veces la cantidad de años experiencia laboral	
	Buscar entre todas las opciones cuál es el empleo que se acerca más a mis capacidades		

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Tabla 17: Requisitos difíciles de cumplir al buscar trabajo en una Bolsa de Empleo en Línea

Opciones de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Título académico	12	34,3%
Experiencia profesional	25	71,4%
Certificación de Estudios en una carrera profesional	7	20%
Disponibilidad de tiempo	11	31,4%
Calculo de aspiración salarial	6	17,1%
Universidad de la que proviene	2	5,7%
Idiomas	1	31,4%

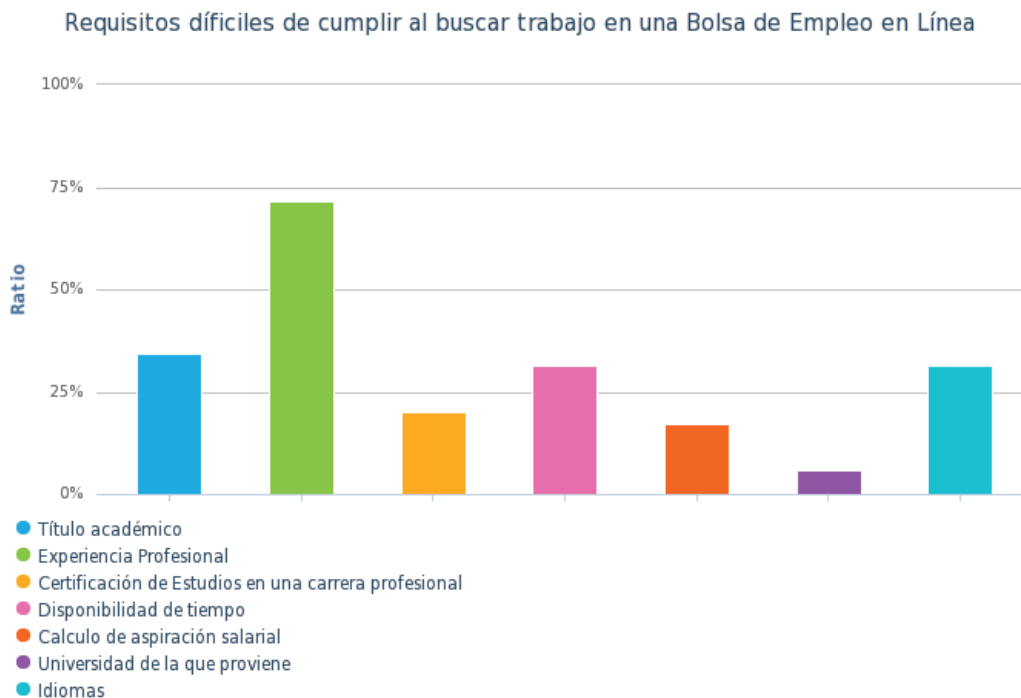
Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Descripción

En un 71,4% se indica que la experiencia laboral es el mayor obstáculo, seguido del título académico, al cual se hace referencia en un 34,3%, la disponibilidad de tiempo e idiomas en un 31,4%, la certificación de estudios en una carrera profesional con 20% y como porcentaje más bajos están el cálculo de aspiración salarial, 17,1%, y la universidad, 5,7%.

A continuación, se brinda el detalle de la calificación obtenida:

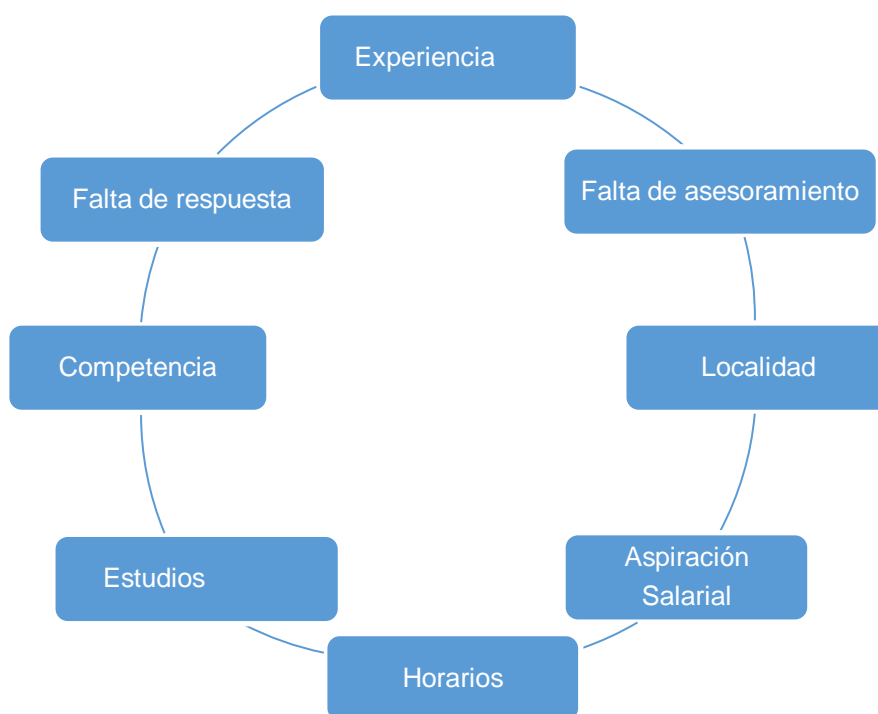
Gráfico 12



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

Según i Future for work institute (2017), la experiencia laboral es un indicador que hace el currículum de una persona sea más competitivo y para ello hay empresas que capacitan a sus trabajadores para que de esta manera se mantengan empleables, pero no todas las personas tienen experiencia laboral, lo cual es un obstáculo para poder iniciar en esta área. La mayoría de la población que participó en este sondeo indica que la experiencia es el mayor obstáculo para posicionarse en el mercado, 71,4%, lo cual es normal al ser estudiantes, muchos dedicados exclusivamente a estudiar o que trabajan en otras actividades diferentes a la Publicidad.

Figura 22: Requisitos difíciles de cumplir al buscar trabajo en línea

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Categoría 5: Reforzamiento en la comunicación

La pregunta utilizada para medir esta categoría es la siguiente: ¿Cuáles de las siguientes recomendaciones le daría usted a una bolsa de empleo en línea para mejorar su comunicación con los usuarios?

Tabla 18: Recomendaciones para mejorar la comunicación de las Bolsas de Trabajo en línea con el usuario

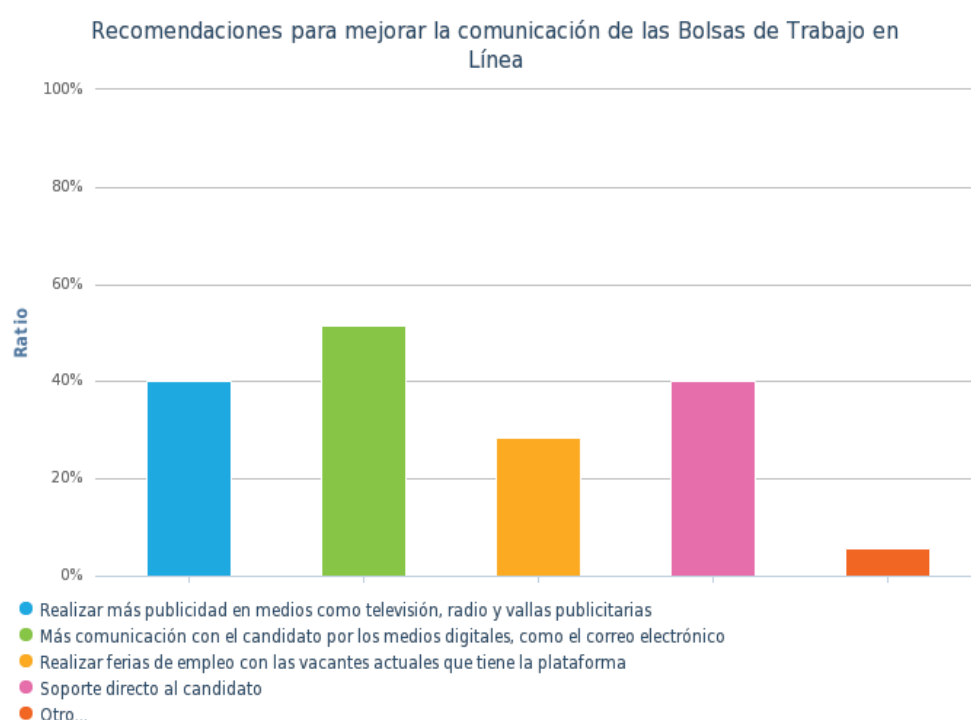
Opciones de respuesta	Cantidad de respuestas	Porcentaje obtenido
Realizar más publicidad en medios como televisión, radio y vallas publicitarias	14	40%
Más comunicación con el candidato por los medios digitales, como el correo electrónico	18	51,4%
Realizar ferias de empleo con las vacantes actuales que tiene la plataforma	10	28,6%
Soporte directo al candidato	14	40%
Otro	2	5,7%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

En el cuestionario los aplicantes debían marcar cuáles son las recomendaciones que darían a una Bolsas de Empleo en Línea para mejorar sus servicios. Un 51,4% indica que deben realizar más comunicación con el candidato por medios digitales, el 40% sugiere que se realice más publicidad por los medios convencionales como radio y/o televisión, entre otros. De igual manera, se posiciona con un 40% la recomendación de soporte directo al candidato, con un 28,6% la recomendación de realizar ferias de empleo y, por último, está la opción Otro, con un 5,7%, en la que la recomendación sugerida es realizar publicidad en universidades.

A continuación, se brindará el detalle de la calificación obtenida:

Grafico 13

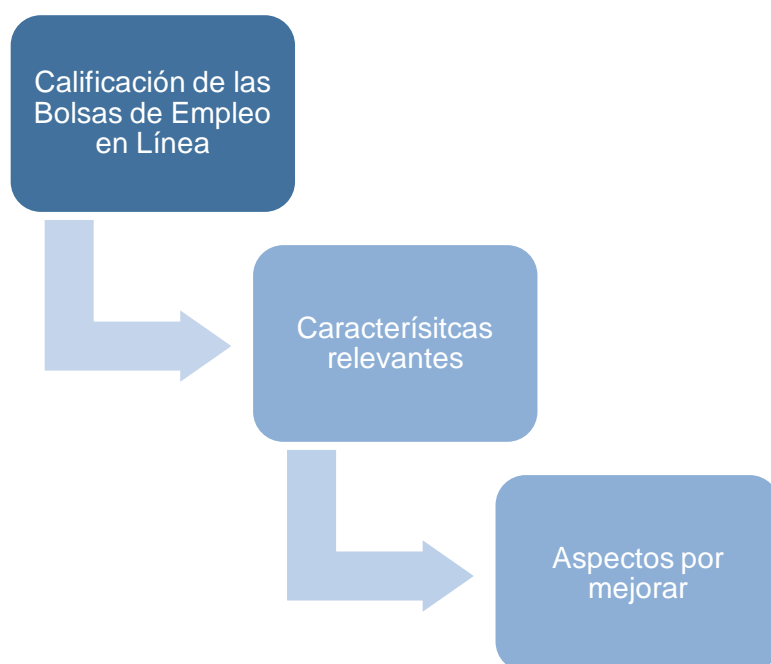


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Análisis

Vásquez Echeverría (2015) menciona que la percepción visual es importante en la comunicación y que es el conjunto de la información recibida sensorialmente, ya que la percepción es un ciclo que está en constante movimiento. Como se puede notar en las diferentes recomendaciones dadas, la mayoría están enlazadas con la publicidad visual, esto denota una deficiencia actual en la comunicación que tienen las bolsas de empleo con el usuario.

Figura 23: Resumen Unidad 3



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo principal de esta investigación es el siguiente: Estudiar la percepción de estudiantes de 18 a 30 años de edad, del grado de bachillerato de la carrera de publicidad de dos Universidades privadas ubicadas en el Gran Área Metropolitana sobre los sitios web de bolsa de empleo como herramienta para su inserción laboral durante el primer trimestre del año 2020.

En este capítulo se estará brindando primeramente las conclusiones de cada objetivo estudiado y en una segunda sección se brindará las recomendaciones por parte del investigador.

Conclusiones de la investigación

Determinar el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre lo que es un Sitio Web de Empleo en línea.

- En las respuestas ofrecidas en las primeras preguntas del cuestionario se hace notar la falta de conocimiento hacia el concepto de una bolsa de empleo en línea. Se puede indicar que una cuarta parte de la población no conoce de lo que ofrece ni cuál es su principal beneficio.
- Otros de los datos relevantes que se deben mencionar en las conclusiones es que las bolsas de empleo en línea cuentan con otros beneficios, los cuales no son conocidos por toda la población, esto hace el cuestionarse la comunicación que utilizan para promocionar en los usuarios los beneficios que obtendrían al utilizar una bolsa de trabajo en línea.
- Adicional a ayudarles a las personas en su inserción laboral, las bolsas de empleo ofrecen múltiples beneficios los cuales son poco conocidos por los estudiantes, como lo es la postulación para las prácticas universitarias o profesionales.

Identificar cuales sitios web de empleo en línea son más visitados y las razones por las que son utilizados por los estudiantes.

- Los estudiantes han determinado cuales son las principales bolsas de trabajo en línea visitadas por ellos y se puede concluir que tienen conocimiento de la existencia de algunas de ellas, como era de esperarse el principal motivo es la búsqueda de empleo, sin embargo, no utilizan el 100% de todo lo que ofrecen.
- Los estudiantes indican que por medio de una bolsa de empleo pueden darse a conocer en el ámbito profesional.

- Se ha llegado a la conclusión de que el uso de la web como medio para conseguir empleo es indispensable.
- La búsqueda de empleo se ha vuelto una necesidad relevante en la población.

Explicar la percepción que tienen los estudiantes de dos universidades privadas sobre los beneficios que les brindan los sitios web de bolsa de empleo.

- Los estudiantes carecen de conocimiento en cuanto a los beneficios de una bolsa de empleo.
- La calificación brindada a las bolsas de empleo como medio para la inserción laboral es baja.
- Las recomendaciones recibidas por los estudiantes apuntan a que se debe de mejorar la comunicación con el usuario, para que de esta manera se puedan trabajar los indicadores que tienen un porcentaje bajo o no esperado.
- La falta de vacantes para personas sin experiencia fue uno de los factores más mencionados en el cuestionario implementado.
- Los estudiantes solicitan mayor asesoramiento de cómo usar una bolsa de empleo en línea.

Recomendaciones de la investigación

Se recomienda a las Bolsas de Empleo en Línea, proceder con una comunicación efectiva para con sus usuarios, esto con la finalidad de que los mismos puedan hacer uso al 100% de cada uno de sus beneficios. Adicional se recomienda incentivar a la participación activa de los usuarios para mantener el tráfico deseado en los sitios web.

Esta recomendación se puede aplicar por medio de una campaña publicitaria, en la que se pueden usar diferentes medios, como digitales, radio y BTL, tal como lo ha recomendado un estudiante, poder promocionarse en las diferentes universidades, esto con la finalidad de que los estudiantes tengan mayor conocimiento de su existencia.

Se recomienda a las Bolsas de Empleos en Línea, mantener la comunicación, no solamente durante el tiempo de campaña, si no en el proceso, esto por medio de asesorías que se le pueden brindar al usuario, la asesoría se puede generar con la implementación de las siguientes aplicaciones:

- Chat en línea para consultas
- Habilitación de un correo especialmente para consultas de candidatos
- Aplicación que les indique a los candidatos como aplicar a las vacantes
- Aplicación donde se les permita ver cuáles son las vacantes más afines con su hoja de vida
- Soporte telefónico especialmente para que los candidatos pidan ayuda en caso de requerirla
- Guía de cómo generar una hoja de vida más atractiva para los empleadores
- Manual de cómo utilizar la bolsa de empleo en línea a la cual se están inscribiendo.

Se recomienda motivar a las empresas que postulan sus vacantes a ofrecer puestos para personas sin experiencia laboral con la finalidad de que esto no sea un factor que interfiera en el uso de las plataformas en línea para la búsqueda de inserción laboral.

Se recomienda a las Bolsas de Trabajo en línea escuchar constantemente las necesidades de los postulantes, para que, de esta manera, se puedan mantener actualizados y sea una herramienta efectiva con el pasar del tiempo.

CAPÍTULO VII: PROPUESTA

Análisis Situacional

Cliente

Bolsas de empleo en línea

Reseña

Según la empresa Adecco (2019), las bolsas de trabajo en línea son un medio por el cual las empresas buscan personal y se comunican diferentes oportunidades laborales, esto genera una conexión entre ambas partes y se amplía la posibilidad de que las personas se posicionen en el área laboral.

Análisis FODA

Fortalezas

- Conexión oportuna
- Medio de comunicación entre candidatos y empleadores
- Facilita oportunidades de empleo
- Bolsas de empleo en línea especializadas
- Servicio gratuito para los candidatos

Oportunidades

- Mejorar la comunicación entre empresas y candidatos
- Mejoramiento en los procesos de aplicación para los usuarios
- Cada vez son más las personas que tienen acceso a Internet
- Las empresas están digitalizando sus procesos de reclutamiento y selección

Debilidades

- Dependencia con la conexión con internet
- Dependen de las empresas que publican vacantes
- Poca comunicación con los usuarios (candidatos)
- Falta de interés por parte de los candidatos

Amenazas

- Falta de educación tecnológica
- Dependencia de la conexión a internet
- Cada vez más hay nuevas Bolsas de Trabajo en Línea
- Dependencia de la respuesta que brinden las empresas a los candidatos

Mercado Meta

El mercado meta para esta esta comunicación se define como estudiantes de universidades privadas entre los 18 a 30 años de edad, del Gran Área Metropolitana, del país de Costa Rica.

Segmentación geográfica

Gran Área Metropolitana, de Costa Rica.

Segmentación demográfica

- Género: Hombres y Mujeres
- Edad: De 18 a 30 años de edad
- Ingresos: Irrelevantes
- Ocupación: Sin ocupación laboral, que actualmente estén estudiando alguna carrera.
- Nivel de educación: Universidad en proceso.

Segmentación psicográfica

Actitudes

Se requiere que la población tenga una actitud de querer posicionarse en el ámbito laboral, una de las cualidades oportunas que debería de tener el mercado meta sería la determinación de tener iniciativa para la búsqueda de empleo y proceder con la misma.

La población debe de tener la actitud positiva hacia el proceso de aprendizaje, ya que se espera que se mantengan en constante actualización con el avance de la tecnología digital.

Intereses

Interés de incursionar en el ámbito profesional, ganar experiencia y fortalecer sus habilidades como profesionales.

Opinión

Aprovechamiento de los beneficios que puede brindar una bolsa de trabajo en línea.

Segmentación conductual

Se requiere la conducta de aprendizaje, habilidad de entendimiento, habilidad digital.

Análisis de la competencia

Competencia directa

Ferias de empleo presenciales

Las ferias de empleo presenciales realizadas en el Gran Área Metropolitana por lo general reciben múltiples visitas de candidatos, lo que hace que sea un medio oportuno para la búsqueda laboral, por lo tanto las personas tienen la tendencia a asistir y dejar de lado la aplicación a las vacantes digitales. Adicional se considera una competencia directa debido a que los empleadores prefieren hacer su selección de manera física.

Bolsas de empleo físicas

Las entidades como Municipalidades cuentan con bolsas de empleo físicas donde las personas pueden ir y aplicar de manera presencial a las vacantes que tienen actualmente disponibles, esto llega a generar gran interés en los candidatos.

Competencia indirecta

Las referencias personales se pueden mencionar como una competencia indirecta, ya que las personas utilizan referencias de los que los rodean para colocarse en un puesto, al haber un enlace de comunicación entre una persona y otra hace que sea un medio viable y confiable para seleccionar el personal.

Plan de Mercadeo

Producto/servicio

Descripción de Producto/Servicio

El producto son las Bolsas de Trabajo en Línea como medio para que los estudiantes puedan buscar y posicionarse en un empleo, fortalecer sus habilidades profesionales por medio de los beneficios que brindan estos sitios web.

Características

Las bolsas de empleo en línea son un canal que ayuda a las personas a conocer las diferentes plazas vacantes que ofrecen los empleadores, sin distinción de puesto, empresa o carrera. Permite a los candidatos el mantenerse actualizados en los puestos de trabajo que hay disponibles. Son usadas por diferentes empresas para la búsqueda de personal.

Adicional las bolsas de empleo en línea ofrecen otros beneficios como la posibilidad de crear una hoja de vida profesional, aprender el uso de la tecnología para la búsqueda de trabajo y la variedad de vacantes a la que se pueden postular.

Beneficios:

- Aplicación rápida a las vacantes
- Actualización de información de puestos
- Alcance a múltiples vacantes
- Ahorro de tiempo y dinero al buscar empleo
- Facilidad de uso
- Ayuda con la creación de un perfil profesional

Precio

En su mayoría las bolsas de trabajo en línea no tienen costo de inscripción, ni de uso.

Plaza

El producto está al alcance de aquellos que tengan equipo tecnológico y acceso a internet.

Herramientas de la Comunicación Integrada de Mercadeo**Publicidad****Objetivos de mercadeo**

Incrementar el uso de las Bolsas de Trabajo en Línea en los estudiantes de las carreras universitarias del Gran Área Metropolitana de Costa Rica.

Objetivos de comunicación

Motivar a los estudiantes de carreras universitarias del Gran Área Metropolitana en la utilización de las Bolsas de Trabajo en Línea como medio para la búsqueda de empleo.

Estrategia Publicitaria***Audiencia***

La audiencia seleccionada consiste en los estudiantes de carreras universitarias del Gran Área Metropolitana de Costa Rica que estén entre los 18 y 30 años de edad. Los medios utilizados para esta audiencia serán digitales, como los correos electrónicos, redes sociales, posteos en video juegos y material P.O.P, tales como los afiches.

El concepto del producto

El concepto de las bolsas de empleo en línea es la facilidad con la que el usuario puede encontrar un empleo para la inserción laboral o el posicionamiento en el ámbito del trabajo. Su enfoque es el ayudar a las personas en conseguir oportunidades laborales de una manera más versátil y eficaz.

Mensaje

Las Bolsas de Empleo en Línea permiten a las personas de una manera más sencilla, rápida y eficaz postularse para una oportunidad laboral. El enfoque del mensaje estará dirigido a motivar a los estudiantes a visitar las bolsas de empleo en línea, esto por medio de un código qr que podrán escanear y el mismo los llevara a la página web www.tutrabajoaunsoloclic.com donde se presentarán las múltiples páginas de empleo en línea.

Medios

Los medios que más se utilizaran para generar la comunicación serán los digitales, tales como:

- Redes sociales
- Banners en sitios web
- Correos electrónicos

- Landing Page

Adicional se utilizaran otros medios, tales como:

- Afiches
- Radio

La estrategia planteada será 360° donde se abarcará todas las fuentes posibles de comunicación que nos lleve al mercado meta.

Estrategia Creativa

Concepto Creativo

El trabajo está a un solo clic

Mensaje Publicitario

La facilidad de encontrar empleo al hacer una búsqueda en las Bolsas de Trabajo en Línea, será el principal mensaje a enviar al mercado meta, adicional se complementara con tips de cómo sacar el mayor provecho de estas herramientas.

Ejecuciones:

Las ejecuciones para esta campaña son:

- Campaña en redes sociales, entre ellas: Facebook, Instagram y LinkedIN
- Email marketing
- Pauta en radio
- Pauta en sitios web
- Landing page que los lleve a diferentes Bolsas de Empleo en Línea
- Afiches en universidades del Gran Área Metropolitana.

Estrategia y presupuesto de medios

Estrategia de medios

Medio principal: Digital

El medio digital será el principal en esta campaña, ya que se estará promocionando una herramienta que va de la mano con el uso del Internet. Este medio permite que el mensaje llegue con prontitud y de una manera más exacta al mercado meta seleccionado. En el medio digital entra la campaña que se generará en redes sociales, pauta en video juegos y sitios web, adicional del Landing page que los llevara a diferentes bolsas de empleo en línea.

Medio de apoyo: Email Marketing, radio y afiches promocionales

El email marketing permitirá que los usuarios ya inscritos en las Bolsas de Empleo en Línea se mantengan actualizados y en constante uso de dichas plataformas, por lo tanto los emails serán de soporte a la campaña generada en los medios principales.

La radio se utilizará para reforzar ya la información brindada en la campaña que se realizará de manera digital, al igual que los afiches, estos se colocaran en diferentes universidades privadas.

Estacionalidad

Duración: La campaña tendrá una duración de 2 meses, su tiempo exacto será del 01 de mayo 2020 al 30 de junio de 2020.

Tipo de estrategia

La estrategia a implementar será la continua, con la finalidad de que se mantenga el mensaje en los usuarios y se esté en constante motivación para se cumple el objetivo con el mercado meta.

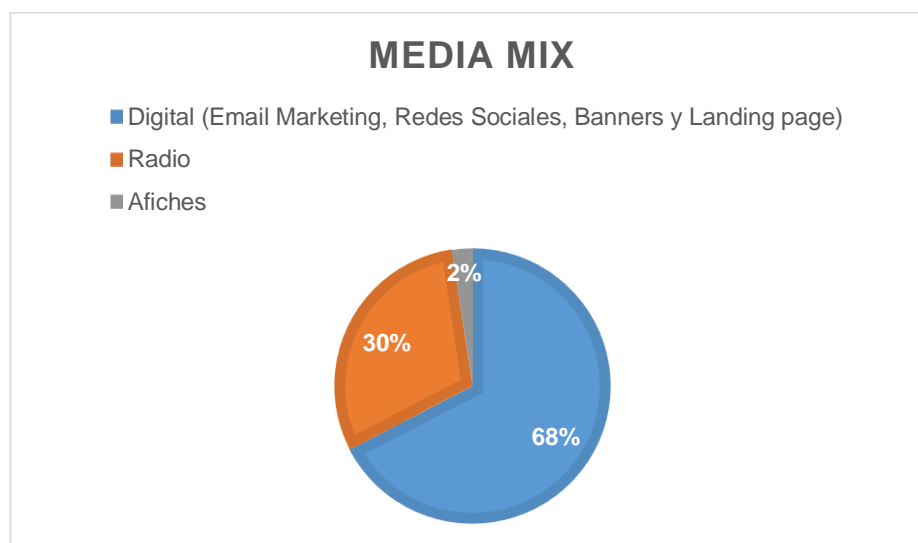
Media Mix

Tabla 16: Media Mix

Cliente: Bolsas de Empleo en Línea		
Campaña: El trabajo está a un solo clic		
Periodo : 01 de mayo al 31 de julio 2020		
Media Mix		
Medio	Inversión	%
Digital (Email Marketing, Redes Sociales y Banners, Landing page)	₡ 7,804,950.00	67.40%
Radio	₡ 3,500,000.00	30.22%
Afiches	₡ 275,000.00	2.37%
TOTAL	₡ 11,579,950.00	100.00%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

Gráfico 14



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

En un 67.40% se implementara la campaña en el medio principal el cual esta compuesto por Email Marketing, Redes sociales (Facebook, Instagram y LinkedIn) y los Baneers Digitales que serán colocados en diferentes sitios web.

El 30.22% de la campaña estará dirigida a la pauta en radio y por último pero no menos importante el 2.37% de la campaña se implementara en la colocación de afiches en las diferentes universidades privadas del Gran Área Metropolitana, los afiches serán colocados en las diferentes zonas.

La pauta se divide en:

- Creación de Landing page
- Envío de 24 Email Marketing
- 480 posteos en redes sociales
- 160 posteos de banners digitales
- 40 repeticiones en cuñas de radio
- 60 afiches colocados en las diferentes universidades.

Presupuesto:

Tabla 17: Presupuesto

Presupuesto											
Cliente: Bolsas de empleo en línea											
Campaña: El trabajo está a un solo clic											
Periodo: 01 de mayo al 30 de junio 2020											
Medio/Mes	Mayo				Junio				Mensajes Total	Costo Unitario	TOTAL
Digitales	1	2	3	4	5	6	7	8			
Email marketing	3	3	3	3	3	3	3	3	24	¢ 62,500.00	¢ 1,500,000.00
Redes sociales	60	60	60	60	60	60	60	60	480	¢ 7,708.33	¢ 3,700,000.00
Banners digitales	20	20	20	20	20	20	20	20	160	¢ 14,375.00	¢ 2,300,000.00
Landing Page	1								-	¢ 304,950.00	¢ 304,950.00
Otros											
Radio	5	5	5	5	5	5	5	5	40	¢ 87,500.00	¢ 3,500,000.00
Afiches	60								60	¢ 4,583.33	¢ 275,000.00
											¢ 11,579,950.00

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la presente investigación, año 2020.

La creación del landig page que se mostrará en www.tutrabajoaunsoloclick.com tendrá el costo de ¢ 285,000.00 más ¢ 19,950.00 que incluyen la compra del dominio y del hospedaje mensual.

El presupuesto total sería de ¢ 11,579,950.00

Ejecuciones

Landing page

EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC



[BOLSAS DE EMPLEO](#) [ARTICULOS](#) [CONTACTO](#) [TEST DE PERSONALIDAD](#)

© 2023 by Sahe Blake. Orgullosamente creado con Wix.com

Redes Sociales

Caption Facebook:

Costa Rica Empleos.
10 h · 🌐

¡No pierdas más el tiempo! Usa el QR para encontrar múltiples oportunidades de empleo dirigidas a universitarios.

EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC

¡Aplica en línea!
Ingresando en el código QR

A woman with long blonde hair, wearing a green plaid shirt and headphones, sits at a desk with a laptop, a coffee cup, and stacks of papers. She is holding a smartphone and giving a thumbs-up. A blue globe icon is visible in the top right of the image area.

A large QR code is centered in a white square on a dark blue background at the bottom of the advertisement.

Anuncio sin caption

EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC



¡Aplica en línea!


Ingresando en el código QR




Caption para Facebook

 **Costa Rica Empleos.** 10 h ·  

¡No pierdas más el tiempo! Usa el QR para encontrar múltiples oportunidades de empleo dirigidas a universitarios.

EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC 



¡Aplica en línea!
Ingresando en el código QR



Anuncio sin caption

EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC



¡Aplica en línea!

Ingresando en el código QR



Anuncio con caption

 **Costa Rica Empleos.** 10 h ·  

¡No pierdas más el tiempo! Usa el QR para encontrar múltiples oportunidades de empleo dirigidas a universitarios.

EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC 



¡Aplica en línea!
Ingresando en el código QR



Anuncio sin caption



EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC

¡Aplica en línea!

Ingresando en el código QR



Banners digitales



 EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC. **¡Aplica en línea!**
Ingresando en el código QR



 EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC. **¡Aplica en línea!**
Ingresando en el código QR



Email Marketing



Conoce Las Mejores Bolsas de Empleo en la Web

- En www.tutrabajoaunsoloclic.com puedes encontrar variedad de vacantes y de Bolsas de Empleo en Línea.
- Cada una de ellas es de fácil uso y acceso.
- Encontrarás muchos empleadores que buscan a profesionales como tú.

Dato importante: La inscripción a las bolsas de empleo en línea son GRATIS.

¡Aplica en línea!
Ingresando en el código QR





Conoce Las Mejores Bolsas de Empleo en la Web

- ¿Sabías que las bolsas de empleo en línea ofrecen otros beneficios tales como: Creación de un CV profesional, Test de personalidad, variedad de vacantes?
- Encuétralas en www.tutrabajoaunsoloclic.com

Dato importante: La inscripción a las bolsas de empleo en línea son GRATIS.





¡Aplica en línea!

Ingresando en el código QR


Afiches

EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC



¡Aplica en línea!

Ingresando en el código QR



VARIEDAD DE BOLSAS DE EMPLEO EN LÍNEA

EL TRABAJO ESTÁ A UN SOLO CLIC



¡Aplica en línea!

Ingresando en el código QR



VARIEDAD DE BOLSAS DE EMPLEO EN LÍNEA

Cuña de Radio

Emisoras: Las emisoras que transmitirán la cuña de radio serán: 40 Principales 104.3 FM, Best FM 103.5 FM y IQ Radio 93.9 FM.

Productor: Mónica Fallas

Objetivo: Incentivar a los jóvenes a visitar www.tutrabajoaunsoloclic.com

Ficha Técnica		
Emisoras: 40 Principales 104.3 FM, Best FM 103.5 FM y IQ Radio 93.9 FM.		
Nombre: El trabajo está a un solo clic		
Audiencia: Jóvenes universitarios de 18 a 30 años de edad del Gran Área Metropolitana.		
Duración: 20 segundos		
Control	Entra la canción Lovely Piece en p.p y desvanece	02:00 seg
Control	Entre efecto “teclado de computador” en p.p y desvanece	02:00 seg
Locutora	¿Sabías que ahora hay una manera más fácil de encontrar trabajo? Ingresa a www.tutrabajoaunsoloclic.com encontrarás variedad de bolsas de empleo y su inscripción es gratuita.	13:00 seg
Control	Entra la canción Lovely Piece en p.p y desvanece	02:00 seg

Referencias

- Acción Trabajo. (s.f). Acción trabajo. <https://acciontrabajo.co.cr/info?#webmasters>.
- Adecco. (2019). *Adecco Blog*. Obtenido de Adecco: <https://www.adeccorientaempleo.com/que-es-una-bolsa-de-empleo-1119002/>.
- Avendaño C., W. R., Pas Montes, L. S., y Rueda Vera, G. (2015). *Estímulos auditivos en prácticas de neuromarketing*. Cúcuta.
- Benavides Reyes, N. J., Y Naranjo Barrionuevo, C. P. (2019). *Desarrollo e implementación del sistema de bolsa de empleos dirigido hacia estudiantes*. p.44 Universidad Central del Ecuador. Quito.
- Bosada, M. (2019). Buscar trabajo en el extranjero: opciones y recursos. <https://www.educaweb.com/noticia/2019/06/04/buscar-trabajo-extranjero-opciones-recursos-18824/>
- Busco empleo. (s.f.). *Busco empleo*. https://www.buscoempleocr.com/empleos/about/que_es_SIOIE.aspx#.XkCvEDEzaM
- Buscojobs. (s.f.). Buscojobs. <https://www.buscojobs.cr/paginas/faq-postulantes>.
- Bosada, M. (2019). *Buscar trabajo en el extranjero: opciones y recursos*. <https://www.educaweb.com/noticia/2019/06/04/buscar-trabajo-extranjero-opciones-recursos-18824/>
- Cadenas, H. (2014). *Cultura y diferenciación de la sociedad: La cultura en la sociedad moderna*. <https://journals.openedition.org/polis/10487>
- Chiacchio, E. (2016). *Impacto de las estrategias de marketing*. Universidad Torcuato Di Tella. Buenos Aires, Argentina.
- Canal, P. (2015). *IEBS School*. Obtenido de IEBS School: <https://www.iebschool.com/blog/como-crear-oferta-empleo-atractiva-reclutamiento-seleccion/>.
- Camisón, C., Cruz, S., y González, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. P.147. Pearson Educación, S.A. Madrid.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. Málaga.
- Carvalho, C. (2016). Qué es la percepción visual?. <https://hablemosdeneurociencia.com/percepcion-visual/>
- Centro de Formación Campo Arañuelo. (2019). *Centro de Formación Campo Arañuelo*. Retrieved from Centro de Formación Campo Arañuelo: <https://www.campoaranuelo.com/blog/la-importancia-de-las-bolsas-de-trabajo.html>.
- CompuTrabajo . (s.f.). *CompuTrabajo*. Retrieved from CompuTrabajo: <https://www.computrabajo.co.cr/quienessomos/>.
- Chung, Y. (2018). *EKA Consultores Revista Empresarial*. Obtenido de EKA Consultores Revista Empresarial: <https://www.ekaenlinea.com/zona-franca-coyol-lanza-bolsa-de-empleo/>.

- Diccionario Actual. (2020). Párr. 1. <https://diccionarioactual.com/>
- Díaz, J. L. (2016). *Orientación Laboral y Gestión de Empleo*. Universidad Internacional de las Américas. San José.
- EAE Business School (s.f.). <https://www.eaprogramas.es/blog/los-siete-factores-clave-de-la-empleabilidad-en-un-mundo-laboral-tecnologico>
- EFETA. (s.f) <https://efeta.es/blog/los-10-factores-que-mas-influyen-en-la-percepcion-auditiva/>
- El Empleo.com . (s.f.). <https://www.eempleo.com/cr/>. Retrieved from <https://www.eempleo.com/cr/>.
- Empleos.Net. (s.f.). *Empleos.Net*. Retrieved from Empleos.Net: <https://empleos.net/>.
- Encuentra 24. (s.f.). *Encuentra 24*. Retrieved from Encuentra 24: <https://www.encuentra24.com/costa-rica-es/empleos-ofertas-de-trabajos.124>.
- Erausquin, C., Sulle, A., García, L., y Livia. (2016). *LA VIVENCIA COMO UNIDAD DE ANÁLISIS DE LA CONCIENCIA: SENTIDOS* (p.99). Universidad de Buenos Aires. Buenos Aire, Argentina.
- Equipo Editorial. (2018). *Psicología Onlie*. Retrieved from Psicología Online: <https://www.psicologia-online.com/factores-que-influyen-en-la-percepcion-de-personas-1260.html>.
- García. J. (2018). *Procesos cognitivos a través del mensaje publicitario*. <https://www.nucleodoconhecimento.com.br/comunicacion-es/procesos-cognitivos>
- Gelida, F. (s.f.). *El candidato idoneo*. Retrieved from El candidato idoneo: <https://elcandidatoidoneo.com/uso-eficiente-de-infojobs-2/>.
- Glover, M. (2019). *Psicología Online*. Retrieved from Psicología Online: <https://www.psicologia-online.com/procesos-cognitivos-basicos-y-superiores-ejemplos-y-tipos-4282.html>.
- González, E. d. (2015). Conceptuación y desarrollo del diseño sensorial desde la. En E. d. González. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- González, V. (2019). ¿Qué es una bolsa de trabajo y para qué sirve?: <https://www.occ.com.mx/blog/que-es-una-bolsa-de-trabajo/>
- Half. R (2019). 5 formas de aumentar tu empleabilidad. <https://www.roberthalf.cl/blog/consejos-de-carrera/5-formas-para-aumentar-tu-empleabilidad>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). P. 10,40, 163, 189, 356, 469. Metodología de la investigación. McGraw-Hill. México.

- Hourdequin, M. (2015). *Las estrategias empresariales de atracción de talentos jóvenes graduados en época de crisis en España*. Universidad Pontificia Comillas. Madrid
- Ideas y Ahorro (s.f.). Lista de 25 portales de empleo para ayudarte a encontrar trabajo. <https://www.ideasyahorro.com/portales-de-empleo/>
- i Future for work institute. (2017). *De qué hablamos cuando hablamos de empleabilidad*. i Future for work institute.
- Infoempleo (2019). Talento Conectado: Nuevas realidades en el mercado de trabajo. <https://cdn.infoempleo.com/infoempleo/documentacion/publicaciones/Informe talento conectado 2019.pdf>
- indeed. (s.f.). *indeed*. Retrieved from indeed: <https://cr.indeed.com/Empleos-en-Costa-Rica>
- Infoempleo (2019). Talento Conectado: *Nuevas realidades en el mercado de trabajo*.
- Laboral Social. (2007). *Laboral Social*. Retrieved from Laboral Social: <https://www.laboral-social.com/II.reclutamiento-a-traves-de-internet.html>.
- Linkedin. (s.f.). *Linkedin*. Retrieved from Linkedin: <https://cr.linkedin.com/jobs>.
- Redacción CepymeNews. (2017). *CepymeNews*. Retrieved from CepymeNews: <https://cepymenews.es/responsables-rrhh-utiliza-siempre-linkedin-atraer-futuros-empleados/>.
- Lopez. I. (2008). Las repuestas cognitivas y emocionales del consumidor como determinantes de la eficacia del sitio web. https://www.esic.edu/documentos/revistas/reim/080522_105006_E.pdf
- Kierkegaard. S. (1997). La repetición. <http://imago.yolasite.com/resources/Kierkegaard,%20Soren%20-%20La%20Repeticion.pdf>
- Marcial, V. F. (2015). *Marketing mix de servicios de información*. Coruña.
- Marketing directo . (2016, mayo 18). *Marketing directo*. Retrieved from Marketing directo : <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/agencias/9-originales-campanas-agencias-poner-ojo-la-bala-mejor-talento>.
- Martínez Marín, A., y Ríos Rosas, F. (2006). *Los Conceptos de Conocimiento, Epistemología y Paradigma, como Base Diferencial en la Orientación Metodológica de Trabajo de Grado*, Universidad de Oriente, Venezuela.
- Mercer, E. (2018). *Cuida tu dinero*. Obtenido de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13174248/teoria-de-percepcion-del-consumidor>.
- Michael Page. (s.f.). *Michael Page*. Retrieved from Michael Page: <https://www.michaelpage.com.ar/quienes-somos>.

- Mir, P. (2018). *Brand.com Reputación de Marcas y Social Medi*. Pamplona, EUNSA Ediciones Universidad de Navarra S.A
- Monciavis, P. (2019). *Journey Coca Cola*. Obtenido de Journey Coca Cola: https://journey.coca-cola.com/historias/-tres-consejos-para-encontrar-trabajo-en-la-era-digital?utm_source=GOOGLE%2520SEARCH&utm_medium=SEARCH&utm_campaign=CRI_18CPG_COKE-LCBU_CC_JOURNEY.
- Montero. J. (2019). *Diferencia la estrategia de su punto de venta con el marketing olfativo*. <https://www.elfinancierocr.com/negocios/diferencie-la-estrategia-de-su-punto-de-venta-con/7BDDDBREKIFFTTFA3VEH2Q2TDPM/story/>
- Orellana, D. E. (2018). Atributos cromáticos que inciden en la percepción visual de empaques de pastas dentales en el supermercado AKIdel cantón de Esmeraldas. Esmeralda.
- Orson. (n.d.). *Orson*. Retrieved from https://www.orsoncr.com/?gclid=CjwKCAiA-P7xBRAvEiwAow-VaYxZ6ZQSoHOeskMSAjWKFVv8vmwbuFdJguC9jko83WDxmyDX84nfihoCgg0QAvD_BwE.
- Piaget, J. (1972). *The Psychology of Intelligence* (en inglés). Totowa, NJ: Littlefield.
- Psicología de Dsvi, S. y Palladino, J. (2007). Editorial Pearson
- Primer Empleo. (n.d.). *Primer Empleo*. Retrieved from Primer Empleo: <https://www.primerempleo.com/quieres-trabajar-en-agencias-de-publicidad>.
- Ortega, O. (2014). Empleabilidad: definición, concepto y análisis. <https://trabajoypersonal.com/empleabilidad/>
- Otto, C. (2015). Portales de empleo: ¿Sirven de verdad para encontrar trabajo? <https://www.elmundo.es/tecnologia/2015/08/08/55c5d2d746163f4a138b456e.html>
- Ríos, G. C. (2003). *Implicaciones Económicas de Concepto de Empleabilidad*. Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- RRHH Digital. (2018). *RRHH Digital*. Retrieved from RRHH Digital: <http://www.rrhhdigital.com/secciones/empresa/133507/El-portal-del-empleado-que-es-y-que-beneficios-aporta-a-las-empresas?target=self>.
- Sáez, C. (2015). *La Vanguardia*. Obtenido de La Vanguardia : <https://www.lavanguardia.com/estilos-de-vida/20120629/54316673688/las-percepciones-sensoriales.html>.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social. (2019). *Gobierno de México*. Retrieved from Gobierno de México: <https://www.gob.mx/stps/articulos/el-portal-del-empleo-una-opcion-de-servicios-y-vinculacion-para-quienes-buscan-y-ofertan-opciones-laborales>.
- Serra, D. J. (2008). *Psicología de la Motivación*. La Habana: Ciencias Médicas.

- Smith, E. E., y Kosslyn, S. M. (2008). *Procesos cognitivos: modelos y bases neurales*. Madrid. Pearson Educación, S.A.
- Solomon, M. R. (2008). Comportamiento del Consumidor . En M. R. Solomon, *Comportamiento del Consumidor* (p. 49). Pearson Educación, S.A.
- Vásquez Echeverría, A. (2015). En A. Vásquez Echeverría, *Manual de Introducción a la Psicología Cognitiva* (p. 61). Udelar.
- Vasquez Patiño, L. F., y Rueda Barrios, G. E. (2019). El neuromarketing como estrategia de. *ESPACIOS*, 25.
- Vergara, C. (2011). *Revista PYM*. Retrieved from Revista PYM: <https://revistapym.com.co/destacados/cual-perfil-laboral-que-buscan-las-agencias-publicidad-colombia>.
- Vivva. (2018). *Vivva*. Retrieved from Vivva: <http://vivva.es/8-portales-de-empleo-para-personas-con-discapacidad/>.
- Gonzalez, D. (2008). *Psicología de la motivación*. Editorial Ecimed. La Habana.
- Tejo, D. (1 de junio de 2016). *David Tejo*. Obtenido de David Tejo: <http://davidtejo.com/2016/06/la-nueva-piramide-de-maslow-el-cambio-en-las-necesidades-basicas-en-el-siglo-xxi-y-su-influencia-en-el-lifestyle-actual/>
- Tonelli, E. G. (2018). *SATISFACCIÓN DE NECESIDADES Y MODELO SOCIAL*. Buenos Aires, Argentina : Universidad Abierta Interamericana (UAI).
- Torreblanca. F. (2019). Marketing Sensorial, 5 ejemplos de marcas que aprovechan los estímulos. <https://www.esic.edu/rethink/2019/06/04/marketing-sensorial-ejemplos/>
- Triglia, A. (s.f.) Las 4 etapas del desarrollo cognitivo de Jean Piaget.párr. 5. <https://psicologiymente.com/desarrollo/etapas-desarrollo-cognitivo-jean-piaget>
- Ulate, J. J. (2017). Orientación laboral: Una revisión bibliográfica de su conceptualización y su aporte a la persona trabajadora y a las organizaciones laborales.p.14 *Revista Electrónica Educare*.
- Universia. (2018). *Universia*. Retrieved from Universia: <https://noticias.universia.es/practicas-empleo/noticia/2018/01/02/1157115/tecnologia-digital-gran-aliada-encontrar-trabajo.html>
- Universia. (2018). *Universia*. Retrieved from Universia: <https://noticias.universia.es/practicas-empleo/noticia/2018/01/02/1157115/tecnologia-digital-gran-aliada-encontrar-trabajo.html>.

