



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

Inbound recruiting y resiliencia de postulantes en la empresa W2 Asesores y Consultores en el año 2020

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Administración
con mención en Dirección de Recursos Humanos

AUTOR

Winy TUPAYACHI CAHUANA

ASESOR

Dr. Walter Hugo ARANA MAYORCA

Lima, Perú

2022



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Tupayachi, W. (2022). *Inbound recruiting y resiliencia de postulantes en la empresa W2 Asesores y Consultores en el año 2020*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Winy Tupayachi Cahuana
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	71254405
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-0653-5714
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Walter Hugo Arana Mayorca
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	07343537
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0003-0700-4322
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Juan Victoriano Castillo Maza
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	07196790
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Edgar Vicente Armas
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	06003952
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Carmelia Ornella Lambruschini Tafur
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	43668287
Datos de investigación	

Línea de investigación	D.3.4.8. El teletrabajo y tendencias modernas de gestión humana
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: W2 Asesores y Consultores País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Distrito: San Juan de Lurigancho Centro poblado: - Urbanización: Caja de Agua Manzana y lote: 180 Oficina 301 Calle: Avenida Perú Latitud: -12.02842 Longitud: -77.01329
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Marzo 2019 - octubre 2021 2019 - 2021
URL de disciplinas OCDE	Economía y Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04 Economía y Negocios, Relaciones Industriales https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.03



ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0030-UPG-FCA-2022

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN

ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN

DE RECURSOS HUMANOS

ACRSP
2022-2023

En la Ciudad Universitaria, a los doce días del mes de octubre del año dos mil veintidós, siendo las nueve horas, en el aula 202 de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, **Presidido** por el **DR. JUAN VICTORIANO CASTILLO MAZA**, e integrado por los miembros: **DR. WALTER HUGO ARANA MAYORCA (Asesor)**, **DR. EDGAR VICENTE ARMAS (Jurado)**, **MG. CARMELIA ORNELLA LAMBRUSCHINI TAFUR (Jurado)**; la postulante al Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Dirección de Recursos Humanos, doña **WINY TUPAYACHI CAHUANA**, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **“Inbound recruiting y resiliencia de postulantes en la empresa W2 Asesores y Consultores en el año 2020”**, con el propósito de optar el Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Dirección de Recursos Humanos.

Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 61°** del Reglamento para el Otorgamiento del Grado Académico de Magíster en Administración con mención en Dirección de Recursos Humanos, los miembros del Jurado Examinador procedieron a asignar la calificación siguiente:

Dieciocho-18- Muy Bueno

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas otorgar el Grado Académico Magíster en Administración con mención en Dirección de Recursos Humanos, a doña **WINY TUPAYACHI CAHUANA**. Se extiende la presente Acta original y siendo las 10:15 horas se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.

DR. JUAN VICTORIANO CASTILLO MAZA
PRESIDENTE

DR. WALTER HUGO ARANA MAYORCA
ASESORA

DR. EDGAR VICENTE ARMAS
JURADO

MG. CARMELIA ORNELLA LAMBRUSCHINI TAFUR
JURADO



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Facultad de Ciencias Administrativas
Unidad de Posgrado

Dirección de la Unidad de Posgrado

N° 035/T0922

INFORME DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD (*)

03 de Setiembre de 2022

La Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas, informa lo siguiente

Operador del programa informático de similitudes	Dr. Ebor Fairlie Frisancho
Documento evaluado	Tesis "Inbound Recruiting y Resiliencia de postulantes en la empresa W2 Asesores y Consultores en el año 2020"
Autor del documento	Winy Tupayachi Cahuana
Fecha de recepción del documento	29 de agosto de 2022
Fecha de aplicación del programa informático	29 de agosto de 2022
Software utilizado	TURNITIN
Configuración del programa detector de similitudes	Exclusión de textos entrecomillados, Exclusión de bibliografía, Exclusión de cadenas sintácticas (20 palabras)
Porcentaje de similitudes según programa detector de similitudes	7% (siete por ciento) de similitud
Fuentes originales de similitudes encontradas	5% de Fuentes de internet 3% Publicaciones 2% Trabajos del Estudiante
Observaciones	Sin observaciones
Calificación de originalidad	Documento cumple criterios de originalidad

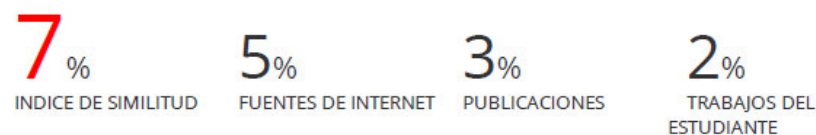
(*) Acorde a lo indicado por R.R. 04305-R-18 del 16/07/2018

Dr. Ebor Fairlie Frisancho
Coordinador Académico - UPG



Inbound Recruiting y Resiliencia de postulantes en la empresa W2 Asesores y Consultores en el año 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Winy Tupayachi Cahuana. "Inbound Recruiting y su influencia en la resiliencia en postulantes de la empresa W2 Asesores y Consultores", Gestión en el Tercer Milenio, 2021 Publicación	2%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	1library.co Fuente de Internet	1%
4	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1%
5	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	<1%
	hdl.handle.net	



8	Fuente de Internet	<1%
9	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
10	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
11	revistalatinoamericanaumanizales.cinde.org.co Fuente de Internet	<1%
12	Repositorio.Unsa.Edu.Pe Fuente de Internet	<1%
13	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
14	Submitted to Instituto Superior de Formacion Docente Salomé Urenq Trabajo del estudiante	<1%
15	Gopalkumar Rakesh, Ashley N. Clausen, Mary Nicole Buckley, Emily Clarke-Rubright et al. "The role of trauma, social support, and demography on veteran resilience", European Journal of Psychotraumatology, 2022 Publicación	<1%
16	doku.pub Fuente de Internet	<1%
17	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	<1%

18	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
19	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
20	dspace.biblioteca.um.edu.mx Fuente de Internet	<1 %
21	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	revista.cincel.com.co Fuente de Internet	<1 %
25	vsip.info Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 20 words
 Excluir bibliografía Activo

Inbound Recruiting y Resiliencia de postulantes en la empresa W2 Asesores y Consultores en el año 2020

INFORME DE GRADEMARK

NOTA FINAL

/0

COMENTARIOS GENERALES

Instructor

PÁGINA 1

PÁGINA 2

PÁGINA 3

PÁGINA 4

PÁGINA 5

PÁGINA 6

PÁGINA 7

PÁGINA 8

PÁGINA 9

PÁGINA 10

PÁGINA 11

PÁGINA 12

PÁGINA 13

PÁGINA 14

PÁGINA 15

PÁGINA 16

PÁGINA 17

PÁGINA 18

PÁGINA 19

DEDICATORIA

A Jesús, por ser mi guía, y soporte a lo largo de mi vida, por proporcionarme vigor y proseguir a la meta sin desmayar ante los problemas. Y por ser mi inspiración para el cumplimiento de mis propósitos en esta vida.

A mis amados progenitores y guías de la vida, por el constante apoyo en el desarrollo de mi vida profesional, y por su ejemplo en moral y ética profesional.

Y a mi esposo e hija por ser mi motivación para generar cambios en mi familia y la sociedad, así como su apoyo incondicional.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
INDICE DE TABLAS	V
INDICE DE FIGURAS	VI
INDICE DE ANEXOS	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN	
1.1. Situación Problemática	1
1.2. Formulación del Problema	4
1.3. Justificación Metodológica.....	4
1.4. Justificación teórica	5
1.5. Justificación práctica	6
1.6. Objetivos	7
1.6.1. Objetivo General	7
1.6.2. Objetivos específicos	7
1.7. Hipótesis	8
1.7.1. Hipótesis General	8

1.7.2. Hipótesis Específicas.....	8
-----------------------------------	---

CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación	9
--	---

2.2. Antecedentes de investigación	15
--	----

2.3. Bases Teóricas	20
---------------------------	----

CAPITULO 3: METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación	72
--	----

CAPITULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados	92
--	----

4.2. Pruebas de Hipótesis	97
---------------------------------	----

4.3. Discusión de Resultados	102
------------------------------------	-----

CONCLUSIONES	107
--------------------	-----

RECOMENDACIONES	108
-----------------------	-----

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	11
----------------------------------	----

ANEXOS	125
--------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Escala de Resiliencia: Categorías o niveles diagnósticos por factores	77
Tabla 2: Escala de Resiliencia: Categorías o niveles diagnósticos puntajes totales	77
Tabla 3: Análisis de jueces mediante la V-Aiken de la escala de Inbound Recruiting	78
Tabla 4: Análisis de jueces mediante la V-Aiken de la escala de Resiliencia	79
Tabla 5: Fiabilidad de la escala de Resiliencia	82
Tabla 6: Fiabilidad de la escala de Inbound Recruiting	83
Tabla 7: Variable sociodemográfica sexo	92
Tabla 8: Variable sociodemográfica edad	92
Tabla 9: Variable sociodemográfica Grado de Instrucción	93
Tabla 10: Variable sociodemográfica Experiencia	93
Tabla 11: Análisis de normalidad	94
Tabla 12: Interpretation of the Pearson's and Spearman's correlation coefficients.....	96
Tabla 13: Correlación entre Inbound Recruiting y Resiliencia	97
Tabla 14: Correlación entre la dimensión Atrae de Inbound Recruiting y Resiliencia	98
Tabla 15: Correlación entre la dimensión Convierte de Inbound Recruiting y Resiliencia	99
Tabla 16: Correlación entre la dimensión Contrata de Inbound Recruiting y Resiliencia	99
Tabla 17: Correlación entre la dimensión Enamora de Inbound Recruiting y Resiliencia	100

Tabla 18: Correlación entre variables mediante SEM	102
--	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Atributos de los paradigmas cualitativo y cuantitativo	12
Figura 2: Proceso cuantitativo.....	14
Figura 3: Pasos para un proceso de Reclutamiento y selección de personal en una Organización.....	21
Figura 4: Modelo de Proceso de Selección.....	23
Figura 5: Esquema de Modelo de Inbound Marketing.....	41
Figura 6: Tendencia de los candidatos	43
Figura 7: Convertir el Talento en Visitas	44
Figura 8: Convierte Visitas en Candidatos	46
Figura 9: Los candidatos se vuelven empleados	48
Figura 10: Los empleados se convierten en promotores	50
Figura 11: Estadísticas de Candidatos Referidos	51
Figura 12: El proceso de resiliencia aplicado al modelo ecológico	68
Figura 13: Fórmula de cálculo de muestra	73
Figura 14: Expresión Matemática de Coeficiente V de Aiken	78
Figura 15: Expresión Matemática de alfa de Cronbach	80
Figura 16: Expresión Matemática de Omega	81
Figura 17: Proceso para ejecutar análisis estadístico	83

Figura 18: Expresión matemática Rho Spearman	95
Figura 19: Modelo de ecuaciones estructurales	101

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos de recolección de datos: Inbound Recruiting	115
Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos: Resiliencia	117
Anexo 3: Certificados de Validez de contenido 5 jueces	119

RESUMEN

Esta novedosa investigación tiene el objetivo de fundar la relación que puede existir entre la variable del Inbound Recruiting y la Resiliencia en postulantes de la empresa W2 Asesores y Consultores durante el proceso de reclutamiento y selección de personal. La muestra estuvo constituida por 314 postulantes a procesos operativos, de ambos sexos, que oscilan de 18 a 56 años de edad, con grado de Instrucción desde Secundaria completa a Superior incompleto, con el rango de tiempo de experiencia desde 0 años de experiencia hasta 21 años en tiempo de experiencia. Con quienes se usó la adaptación del cuestionario de la variable de Inbound Recruiting y la variable de Resiliencia. Las respuestas de estos cuestionarios se analizaron por el SPSS Versión 25, que es el “paquete de análisis estadístico para la investigación de ciencias sociales”, por medio del coeficiente de correlación de Rho de Spearman y el AMOS de ecuaciones estructurales, para encontrar la relación entre las dos variables latentes. En base al resultado, evidenciamos la existencia de una correlación moderada de tipo positiva entre el Inbound Recruiting y la Resiliencia ($Rho = .449^{**}$; $p = .000$), además, según los resultados de las ecuaciones estructurales que hace referencia al efecto que causa una variable a otra, dio como resultados una relación significativa de tipo positiva ($\lambda = .540$), asimismo, los efectos sobre sus otros indicadores y la estimación del error, concluye con una correlación moderadas de las dos variables estudiadas (McCoach et al., 2013). Por lo que damos a conocer con evidencia estadística lo siguiente: que mientras mayor puntuación tenga la variable de Inbound Recruiting, será también mayor la puntuación de Resiliencia en la muestra aplicada.

ABSTRACT

This novel research has the objective of establishing the relationship that may exist between the variable of Inbound Recruiting and Resilience in applicants of the company W2 Asesores y Consultores during the process of recruitment and selection of personnel. The sample consisted of 314 applicants for operative processes, of both sexes, ranging from 18 to 56 years of age, with a degree of Instruction from complete Secondary to Incomplete Superior, with the range of time of experience from 0 years of experience to 21 years in time of experience. With whom the adaptation of the questionnaire of the Inbound Recruiting variable and the Resilience variable was used. The responses to these questionnaires were analyzed by SPSS Version 25, which is the "statistical analysis package for social science research", by means of Spearman's Rho correlation coefficient and the AMOS of structural equations, to find the relationship between the two latent variables. Based on the result, we show the existence of a moderate positive correlation between Inbound Recruiting and Resilience ($Rho = .449^{**}$; $p = .000$), in addition, according to the results of the structural equations that refer to the effect that causes one variable to another, resulted in a significant positive relationship ($\lambda = .540$), likewise, the effects on its other indicators and the estimation of the error, concludes with a moderate correlation of the two variables studied (McCoach et al., 2013). Therefore, we present the following with statistical evidence: that the higher the Inbound Recruiting variable score, the higher the Resilience score will also be in the applied sample..

CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Situación Problemática

W2 Asesores y Consultores EIRL con RUC: 20601930430, es una empresa que inició a fines del año 2016 en Lima – Perú; dicha empresa se dedicada a brindar servicios de consultoría y outsourcing en la gestión de Talento Humano a diversas organizaciones del sector privado y estatal, a nivel nacional en Perú y Latinoamérica. W2 tiene como objetivo ser soporte estratégico de sus socios(clientes), ofreciéndoles soluciones efectivas, eficaces y eficientes con el fin de aligerar sus procesos, disminuir el costo de inversión en gestión humana, y como resultado elevar la productividad. Dentro de su visión pretende ser reconocida dentro del ámbito de las empresas de Asesoría, como una de las más importantes que promueva el desarrollo integral del área de Gestión Humana, los postulantes y en general la sociedad.

Actualmente uno de los servicios recurrentes y de mayor demanda en la consultora es el de atracción y evaluación de talento Humano antes llamado reclutamiento y selección de personal de procesos operativos, administrativos y gerenciales. El proceso reclutamiento y selección de personal, es la forma por la que diversas organizaciones buscan e ingresan personal idóneo para formar parte de la misma y lograr una vacante laboral; sin embargo, durante los últimos años la manera en la que los colaboradores viven y trabajan tuvo un cambio sumamente drástico, teniendo la tecnología un papel protagonista. Los colaboradores aprecian otros aspectos en el trabajo más allá del salario que perciben, por ejemplo ellos desean sentirse retados, desean sentir que son parte de un equipo, desean sentirse motivados y sobre todo formar parte de proyectos importantes dentro de la organización. Lo que ha generado competencia entre las empresas a la hora de encontrar al mejor talento y por ende los procesos de reclutamiento ahora son diferentes, pues existen dificultades para encontrar al personal calificado.

En un reporte del diario Gestión, según Reyes(2019), refiere que en el último informe pronunciado por el INEI, realizado en Lima Metropolitana sobre el mercado laboral en el periodo mayo – julio; muestra el tiempo medio que tardan las personas desempleadas en encontrar un nuevo trabajo. El informe del INEI, que recopila datos sobre los mercados laborales tanto formales como informales, muestra que la duración promedio del desempleo es de 2.4 semanas. El promedio de 2,6 semanas para encontrar un nuevo trabajo corresponde a las personas de 45 años o más, por otro lado el promedio de 2,5 semanas para encontrar trabajo corresponde a las personas de 25 a 44 años. Y quienes lograron obtener un trabajo con mayor rapidez, con unas 2,2 semanas, fueron los trabajadores entre 14 a 24 años. Saavedra, el asesor de apoyo, señala que hay dos factores que hacen corto el período simulado de desempleo en el Perú. En primer lugar, se debe a la gran tasa de informalidad, las personas ubicadas en este rango se limitan a encontrar un trabajo formal en un largo tiempo y aceptan el primer trabajo que encuentran. Saavedra señala que; “cuando el nivel educativo de un trabajador es más alto, el desempleo puede durar más”, ya que está buscando un trabajo que se ajuste a su perfil y tiene un fondo de ahorro mientras tanto. Y el segundo factor refiere que es debido a que las personas pasan rápidamente de un empleo a otro, por lo que muy pocos se considerarían como desempleados.

Frente a este contexto de desempleo una persona presenta inestabilidad ya que se vulnera su equilibrio psicológico así como la percepción y aceptación de sí mismo, sobre las relaciones positivas con los demás, su crecimiento personal, propósito de vida y su autonomía. Giraldo (2013) en la Encuesta de Salud Mental y Resiliencia indicó que, dependiendo del tiempo que no se trabaje, se muestran claramente relaciones moderadas y altas entre la resiliencia y aspectos de salud psicológica que se originan por temas de desempleo, así como la predisposición a fortalecer este

vínculo, en cuanto aumentan el tiempo de desempleo, todo esto en una muestra realizada a profesionales.

Es por ello que lo consideramos necesario en el marco de la gestión del talento dentro de una consultora y específicamente en los procesos de atracción y evaluación del talento humano, adaptarnos a las tendencias actuales en base a las exigencias de la sociedad actual e identificar aquello que permita a los postulantes generar un nivel mayor de resiliencia para poder lograr sus objetivos como es el de una vacante laboral.

En la empresa W2 Asesores y Consultores (en lo posterior como W2), a partir del tercer trimestre del año 2019, se llegó a implementar la metodología Inbound Recruiting en sus procesos de reclutamiento de personal, que invierte el proceso de selección basado en Inbound Marketing, creado por el director ejecutivo y cofundador de HubSpot, Halligan (2005), el cual se adaptó al reclutamiento de personal por la organización Talent Clue, que permite atraer, retener, contratar y enamorar a las personas transmitiendo la imagen de la empresa y específicamente del puesto laboral que se oferta; mostrándola como el lugar perfecto para desarrollar una carrera. Al conocer, experimentar y valorar estas cualidades, los talentos buscarán ingresar a la misma.

El futuro de las estrategias de atracción de personal pasa de dirigir los esfuerzos hacia los candidatos, como si fueran potenciales clientes. Por lo que para W2 Asesores y Consultores, es importante alinearse a las nuevas tendencias de reclutamiento de personal pues no solo se busca ingresar personal sino desarrollar las competencias laborales y empleabilidad a la hora de conseguir trabajo.

Es por esta razón que es importante realizar el presente estudio sobre la relación entre el Inbound Recruiting y la Resiliencia a postulantes de la empresa W2 durante el año 2020; y ésta

nos permita conocer más los aspectos a los cuales nos enfrentamos hoy en día las empresas reclutadoras, así como conocer cuanto podemos influir con esta nueva metodología en nuestros postulantes para lograr sus objetivos.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre el Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es la relación que existe entre el atraer del Inbound recruiting y la resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020?
- ¿Cuál es la relación que existe entre el convierte del Inbound recruiting y la resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020?
- ¿Cuál es la relación que existe entre el contrata del Inbound recruiting y la resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020?
- ¿Cuál es la relación que existe entre el enamora del Inbound recruiting y la resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020?

1.3 Justificación metodológica

Este trabajo de investigación se realizó con el fin de identificar la relación que existe entre el Inbound Recruiting y la Resiliencia en postulantes en la empresa W2 durante el año 2020. El desarrollo de la presente investigación es conveniente debido a la importancia actual que se le debe dar a los postulantes a la hora de iniciar con el reclutamiento, si bien es cierto la forma de vida de

las personas cambio con la tecnología, Los procesos gestionados en el ámbito del recurso humano, ahora gestión del talento humano, también han cambiado y como empresas debemos aprender a adaptarnos a estos cambios y analizar la relación que exista con la resiliencia específicamente en postulantes que se encuentran sin trabajo y evaluar el nivel de resiliencia de los candidatos que pasen un proceso de selección a quienes se les haya aplicado el Inbound Recruiting, metodología centrada en el postulante. Esta investigación servirá para poder analizar el nivel de relación entre el Inbound Recruiting y la Resiliencia, así como demostrar la importancia de centrarnos en el candidato a la hora del reclutamiento,

La presente investigación nos permitió crear dos pruebas que nos permitirán evaluar las dos variables principales aplicadas a los postulantes interesados en las ofertas laborales. Estas podrán generalizarse en toda empresa que realice procesos de Gestión Humana, específicamente en Reclutamiento y selección de personal. Así cómo es posible hacer uso de estos mismos instrumentos para evaluar el impacto a la hora de la empleabilidad de los postulantes.

La encuesta de Inbound Recruiting se podrá generalizar en toda empresa que realice reclutamiento y selección de personal, y permitirá conocer el nivel de manejo de la Metodología así como el impacto que tendrá en los postulantes del proceso en la empresa. Permitirá tener indicadores de satisfacción y mismo del nivel de atracción de la marca empleadora.

En cuanto al cuestionario de Resiliencia servirá como herramienta de evaluación en cualquier departamento de Gestión Humana ya sea para evaluar a los colaboradores actuales ya sea para realizar ascensos o traslados entre departamento, así como a los postulantes a las ofertas laborales vigentes de la empresa.

1.4. Justificación teórica

Esta investigación nos ayuda a respaldar la teoría de Brian Halligan, presidente de HubSpot North América, quien desarrolló el enfoque de Inbound Marketing, que es el pilar y la base del enfoque de Inbound Recruiting; Carolina Samsing (2016) Marketing Manager de América Latina en HubSpot, afirmó que: “El inbound marketing permite que los usuarios y clientes potenciales te encuentren en Internet y conozcan tus productos y servicios. Se trata de ofrecer valor de una forma no intrusiva, a diferencia de la publicidad tradicional, por lo que los consumidores no sienten que el fin es conseguir ventas”.

Esta teoría direccionada al reclutamiento de personal se la denomina Inbound Recruiting, que según Ivan Sala (2013) CEO de la empresa española Talent Clue, refiere que es un método para promover la imagen de la empresa como un lugar de trabajo ideal y comunicar esa información utilizando los canales adecuados para atraer candidatos. Con esta teoría revolucionamos la estrategia tradicional de reclutamiento de personal, pasando de un reclutamiento agresivo e intrusivo a la atracción de personas; de buscar el perfil adecuado a enamorar a los mejores talentos de la organización; de un contacto frío a tener una comunicación cálida y con posibles beneficios que aporten en el fortalecimiento de la resiliencia. Sería semejante a una máquina que nos permite aceptar candidatos calificados continuamente, haya o no vacantes dentro de la organización.

1.5. Justificación práctica

Actualmente no se encontraron investigaciones sobre la variable de Inbound Recruiting, pero si con Inbound Marketing, lo que nos lleva a analizar desde la perspectiva del reclutamiento la importancia de canalizar nuestros procesos en los candidatos como si fueran clientes; teniendo como resultado mayor efectividad en el reclutamiento, así como preparar y empoderar al postulante para el puesto de trabajo, lo que estaría reflejado en el fortalecimiento de la resiliencia.

Por lo tanto, este trabajo de investigación beneficiará a todas las empresas consultoras que manejen procesos de reclutamiento, pues les permitirá mejorar los procesos de selección de personal, así como los servicios de empleabilidad; ya que tendrán como respaldo un estudio que les permitirá aplicar nuevas estrategias de reclutamiento efectivo que no solo sea beneficiosa para fortalecer la marca empresarial de la consultora, sino también para fortalecer la resiliencia de los postulantes. Dicha estrategia de reclutamiento les permitirá atraer, cautivar y enamorar para finalmente contratar talento, de esta forma estar siempre por delante de las demás organizaciones. Es una metodología con mayor eficiencia que permitirá optimizar los procedimientos de atracción de personal tradicionales además de añadir valor al trabajo al departamento de Gestión Humana.

Es importante señalar que el beneficio que los postulantes tendrán por medio de la Metodología del Inbound Recruiting será fortalecer su nivel de resiliencia, lo que le permitirá incrementar su capacidad de empleabilidad; pues los preparará y empoderará de forma indirecta para que así ellos puedan lograr la idoneidad con el puesto laboral ofertado. Los colaboradores son el pilar de las organizaciones, es por ello la importancia de contratar a los mejores ya que ello hará que la empresa logre todo lo que se proponga .

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre el Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

1.6.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre el Atraer del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020

- Determinar la relación que existe entre el Convierte del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020
- Determinar la relación que existe entre el Contrata del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020
- Determinar la relación que existe entre el Enamora del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020

1.7. Hipótesis

1.7.1. Hipótesis General

El Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020

1.7.2. Hipótesis Específicas

- El Atraer del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020
- El Convierte del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020
- El Contrata del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020
- El Enamora del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020

CAPITULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Filosófico o epistemológico de la investigación

La importancia de introducirnos en el conocimiento del Inbound Recruiting como variable independiente y la Resiliencia como variable dependiente, plantea la necesidad de conocer la implicancia de la primera sobre la segunda en determinadas realidades, siendo específicos en el proceso de evaluación para la incorporación laboral de una persona, los cuales al aplicarse dan como consecuencia cambios significativos durante este proceso de atracción y contratación de personal. Es por eso que nuestro estudio sigue un marco filosófico que tenemos con respecto a las variables de Inbound Recruiting y Resiliencia.

Por lo anterior, la concepción filosófica de estas variables, la unidad de análisis y los criterios epistemológicos que permitan identificarlas, seleccionarlas o utilizarlas, según sea el caso; definir coherentemente nuestro pensamiento filosófico para iniciar una investigación científica de cada una de nuestras variables. Dar un significado basado en hechos, es el medio que generalmente usa el hombre haciendo referencia al conocimiento científico, para cubrir los múltiples problemas que enfrenta; en esta medida todo científico está en la búsqueda de la noción de la realidad y presentar sus fundamentos, y el conocimiento con el que cuenta de la realidad, logra ser cambiado a partir de esos fundamentos, por ende, de forma analógica cambia la realidad. Partiendo de este punto, para que uno pueda interpretar los fenómenos de la realidad; los profesionales de la ciencia y todos a quienes les interesa la misma, han creado métodos instructivos, para descubrir o al menos acercarse a conocer: el funcionamiento de la naturaleza y la naturaleza humana el hombre como entidad social y sus estructuras, de donde se originan dos paradigmas el cuantificable y el cualificable.

En las Ciencias Sociales el método cuantificable, encuentra su fundamento en el libro del filósofo francés Auguste Comte y de la filósofa y socióloga francesa Émile Durkheim, con la notable influencia del filósofo y político inglés Francis Bacon, el filósofo y médico inglés John Locke, y el famoso filósofo y científico prusiano de la Ilustración Immanuel Kant. Llegando a la conclusión de que el enfoque cuantitativo surge del enfoque positivista. Una de las afirmaciones de esta visión, es que la realidad es un hecho y debe ser descubierto y conocido. Las ciencias exactas tales como; física, química, biología, permiten derivar las principales ideas del positivismo; por lo tanto, sentaron las bases en profesionales científicos como Nicolás Copérnico (1473-1543), Galileo Galilei (1564-1642), Thomas Robert Malthus (1766-1834), Isaac Newton (1642-1727) y Charles Darwin (1809-1882). Y es de esta misma forma que el mundo social puede estudiarse, así como se investigan los átomos, diversidad de especies y más; se puede analizar los patrones de conducta del ser humano en los diversos ámbitos y situaciones en las que se encuentra.

Por eso, para el positivismo es muy importante la objetividad, ya que el estudioso, analiza el problema por medio de la observación, la medición y manipulación de las variables; siendo así aquello que no es posible observar o medir con precisión se descartaría de ser un “objeto” de investigación. El realismo acepta el conocimiento sólo a partir de la experiencia, de datos empíricos determinados por leyes y axiomas; en resumen, sólo cuentan los hechos, quiere decir, el principio de verificabilidad es establecido por los positivistas, siendo así, una propuesta, definición o enunciado cobra entendimiento si puede ser probado por la experiencia y puede ser observado, condición válida para todas las ciencias; por lo tanto, es posible instituir generalidades fuera de contexto y fuera de tiempo, así como vínculos causales, es decir, causas que en realidad anteceden al efecto temporal. Por esta razón, para poder tener teoría el camino principal es la experimentación.

Por otro lado, referente al enfoque cualitativo, diversos autores, mencionan sobre sus fundamentos, en los siglos XV y XVI encontramos a los que estudian los pueblos primitivos, la etnografía, a Vidich y Lyman (2002); o Lincoln y Denzin (2003) los describieron esencialmente a principios del siglo XX, al igual que Creswell (2005). En este sentido, se considera que el enfoque cualitativo se inició a finales del siglo XIX y especialmente a principios del siglo 20 como un proceso investigativo. Los fundamentos epistemológicos son diversos, sin embargo, según Mertens (2005), el modelo más influyente para enfoques cualitativos es el constructivismo. Esto tiene su fundamento más temprano con Immanuel Kant (siglo XVIII), quien enfatizó fundamentalmente que el mundo tal como lo conocemos fue construido por la mente humana. Las "cosas" existen dentro de sí mismas, pero las apreciamos de tal manera que nuestra mente puede percibir las. El constructivismo surgiría de los postulados de Kant, en un intento de reconciliar racionalismo y asociacionismo.

Al mismo tiempo, el autor de este modelo corriente es Max Weber (1864-1920), que introduce el fin de lo "auditivo", admite que además de descripciones y promedios de variables sociales, debe considerar las ideas, el significado de los objetos, la comprensión de los mismos y el contexto de la ocurrencia de los fenómenos. Según el constructivismo (Mertens, 2005) afirma que la realidad se construye socialmente, no existe una realidad objetiva, por lo que se pueden "aprender" muchas construcciones mentales sobre ella, alguna estructura puede entrar en conflicto con otras estructuras; De esta manera, la percepción de la realidad es modificada por el proceso de investigación. El conocimiento es construido socialmente por los participantes de la investigación. La función principal del estudioso es comprender el complejo mundo de quienes experimentan, ya que sus experiencias son las que nos dan a conocer su punto de vista, para comprender el significado del conocimiento y los hechos, en base a sus construcciones sociales. El conocimiento

es el resultado de la interacción social y las influencias culturales. Por lo tanto, las generalizaciones sin contexto y sin tiempo no son posibles. En la Figura 1 podemos evidenciar los atributos y principales diferencias entre los paradigmas antes mencionados.

Figura 1

Atributos de los paradigmas cualitativo y cuantitativo

Paradigma Cualitativo	Paradigma Cuantitativo
<ul style="list-style-type: none"> • Defiende la utilización de métodos cualitativos. • Fenomenología y «verstehen»: busca comprender el comportamiento humano a partir del propio marco de referencia del individuo. • Observación naturalista y no controlada. • Subjetivo • Cercano a los datos; perspectiva desde dentro. • Fundamentado en la «realidad», orientado hacia el descubrimiento, exploratorio, expansionista, descriptivo e inductivo. • Orientado hacia el proceso • Válido; datos «reales», «ricos» y «profundos» • No generalizable; estudio de casos aislados. • Holístico. • Supone una realidad dinámica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Defiende la utilización de métodos cuantitativos. • Lógico-positivista: busca los hechos o causas de los fenómenos sociales con poca atención a los estados subjetivos de los individuos. • Medición reactiva y controlada. • Objetivo. • Apartado de los datos; perspectiva desde fuera. • No fundamentado en la «realidad», orientado hacia la verificación, confirmatorio, reduccionista, inferencial e hipotético-deductivo. • Orientado hacia el resultado. • Seguro; datos «duros» y replicables. • Generalizable, estudios de casos múltiple. • Particularístico • Supone una realidad estable

Nota. En la figura se realiza una comparación entre los paradigmas cualitativo y cuantitativo, según Reichardt y Cook (1982).

En tal sentido nuestra concepción filosófica es positivista, según Zea (1968), reafirmamos que el método científico confirma las teorías alcanzadas los cuales dan origen al conocimiento científico, por lo tanto, lo considera como un conocimiento auténtico. Es por ello que en nuestra investigación tiene un enfoque cuantitativo, pues se da origen al análisis de determinadas estrategias que permitan mejorar y acelerar el proceso de atracción de personal, que no sean

únicamente beneficiosos para la empresa que lo aplique sino también para los postulantes, haciendo eficiente el proceso y proporcionar soluciones a problemas iterativos derivados de enfoques de conocimiento empírico; Sin embargo, con el uso del método científico, las personas buscan proponer respuestas a interrogantes con datos comprobados que muestren qué aspectos se deben tener en cuenta al momento de proponer un acercamiento certero. Es por esto que, para estudiar las variables en nuestro estudio, Inbound Recruiting y Resiliencia, se hizo el uso de cuestionarios, para recolectar datos en forma de puntuaciones numéricas por cada una de las dimensiones, los cuales fueron analizados en términos de su variación; este estudio nos permitirá realizar la correlación de las variables y analizarlas por medio de técnicas estadísticas.

Para la construcción de la mayoría de los trabajos de investigación, es recomendable considerar recomendaciones derivadas de otros estudios similares, por lo que se debe considerar la ocurrencia de ciertos eventos, que se manifiestan de acuerdo al contexto en el que se encuentran, esto conduce a una serie de confrontaciones que permiten investigar y aprender a seleccionar teorías que tengan el concepto pleno de un determinado enfoque y más aún de lo que se pretende probar, teniendo en cuenta esto Popper (1971) planteó lo siguiente:

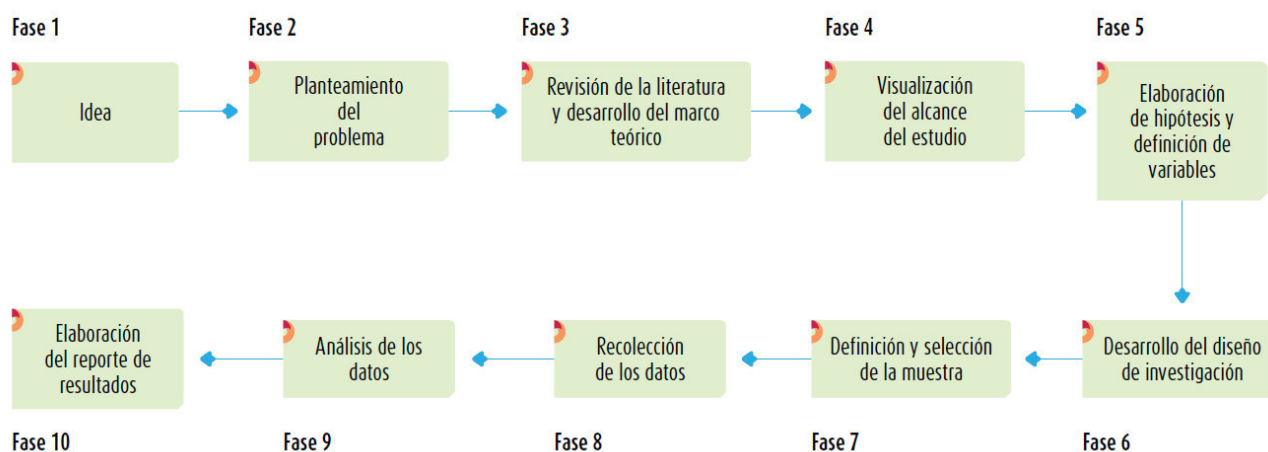
(...) el método de contrastar críticamente las teorías y de escogerlas, teniendo en cuenta los resultados obtenidos en su contraste (...). Una vez presentada a título provisional una nueva idea, aún no justificada en absoluto sea una anticipación, una hipótesis, un sistema teórico o lo que se quiera, se extraen conclusiones de ella por medio de una deducción lógica; estas conclusiones se comparan entre sí y con otros enunciados pertinentes, con objeto de hallar las relaciones lógicas (tales como equivalencia, deductibilidad, compatibilidad o incompatibilidad, etc.) que existan entre ellas (p. 32)

Dando más notas a pie de página a lo descrito por Popper, los aspectos críticos y analíticos que enfrenta, posibilitando que escojamos las teorías necesarias para acercarnos a la realidad observable, eso sí conducirá a un acercamiento donde las teorías especifican lo que se enfatiza dentro de lo particular. enfoques que sirven como una base consistente para su enfoque.

En conclusión, lo que buscamos dentro de este estudio, es aplicar el método científico para alcanzar el conocimiento científico haciendo uso del enfoque cuantitativo, ya que contamos con variables que podemos medir a través de cuestionarios que nos proporcionarán información cuantitativa en relación a las dimensiones de nuestras variables; para establecer modelos de comportamiento y probar nuestras teorías, es necesario probar las hipótesis basadas en el análisis estadístico y la medición numérica. Según Sampieri (2014), estas mediciones obtenidas por el uso de métodos estadísticos, nos permitirán extraer una serie de conclusiones respecto a las Hipótesis y este proceso se da, así como lo se describe en la Figura 2.

Figura 2

Proceso cuantitativo



Nota. La figura representa las fases del proceso cuantitativo según. H. Sampieri (2014).

2.2. Antecedentes de investigación

2.2.1. Antecedentes internacionales

Murillo (2015) en su tesis titulada “Sistemas de reclutamiento y selección del personal para la cadena de supermercados MERCAMAXX del Canton Los Bancos, provincia de Pichincha - Ecuador”, su objetivo es mejorar la eficiencia en el trabajo, desarrollado en los supermercados por medio de la elaboración de fases de reclutamiento y selección de empleados para ayudarlos a alcanzar el máximo rendimiento laboral; Se realizó con una muestra de 36 trabajadores a quienes se les tomó guías de observación, instructivo de entrevista y cuestionarios; Se concluyó que un proceso de selección y dotación de personal inadecuado dificultaba el proceso racional, lo que resultaba en una dotación de personal inadecuada, así como la baja eficiencia de la producción de una empresa se debe a un bajo desempeño laboral.

Canjura, Castro y Mejía (2016) en la tesis que por nombre lleva “Modelo de Inbound Marketing como estrategia de Marketing social para incentivar el consumo de alimentos saludables en la zona metropolitana de San Salvador - El Salvador” en la escuela de Mercadeo internacional de la Universidad de El Salvador de la facultad de ciencias Económicas. Este estudio demuestra el creciente manejo de los medios tecnológicos siendo los teléfonos inteligentes los más usados, así como su importancia como fuente de información para los usuarios; llegando a la conclusión de que la tecnología es imprescindible a la hora de generar Marketing, teniendo como respaldo la Metodología del Inbound Marketing.

Soto (2019) en su tesis titulada “Influencia del Inbound Marketing sobre la intención de compra de los potenciales estudiantes de la UM virtual”, realizada en la Facultad de Ciencias Empresariales y Jurídicas de la Universidad de Montemorelos; tuvo por objetivo conocer si el propósito de compra de los potenciales estudiantes fue influenciado por el inbound marketing, según su modalidad virtual; se aplicó a 140 futuros estudiantes y luego se realizaron evaluaciones

estadísticas por medio de análisis descriptivo básico, pruebas t de muestras independientes, ANOVA, análisis factorial confirmatorio y modelos de ecuaciones estructurales. En los resultados pudimos evidenciar que los evaluados demuestran una actitud positiva hacia la marca y perciben el valor de los beneficios educativo; ellos confían en la organización y perciben un programa educativo de excelente calidad; sin embargo, a pesar de las intenciones de compra promedio, hay vacilación en el costo beneficio y cotización en los próximos 12 meses.

Giraldo (2013) en su estudio de investigación sobre “Resiliencia y Bienestar Psicológico según la duración del desempleo en una muestra de profesionales colombianos”. Evaluación de la relación entre resiliencia y aspectos del bienestar psicológico en 246 profesionales académicos desempleados, a lo largo del tiempo de desempleo. Las correlaciones determinadas por la comparación del coeficiente de Spearman en cada rango y los rangos de tiempo están delimitadas. Este estudio muestra una relación moderada y alta entre la resiliencia y los aspectos del bienestar durante largos periodos, y una propensión a fortalecer estas relaciones a medida que aumenta la duración del desempleo.

Wagnild y Young, creadores de la “Escala de Resiliencia (ER)” adaptada para Perú por Novella, (2002). La creación de esta escala se basó en la entrevista a 24 mujeres adultas estadounidenses, quienes lograron superar de manera satisfactoria la mayor parte de contextos adversos durante su vida. Para la elaboración de la escala original, se aplicó en una muestra de 1500 participantes, que contiene 25 preguntas que van desde 1 que equivale a estar “totalmente desacuerdo”, a 5 que semeja a estar “totalmente de acuerdo”. Wagnild y Young, identificaron 2 factores que son la competencia personal y la aceptación de sí mismo y de la vida. Adicional a ello, pertenece a una escala Likert con una puntuación de 7 (alcanzando un mínimo de 25 puntos

y un máximo de 175) lo que le permitirá mayor alcance de respuestas. De igual forma, las áreas medidas en el cuestionario fueron:

- Primer área fue sentirse bien solo (constituida por 3 preguntas),
- Segunda área satisfacción personal, (constituida por 4 preguntas)
- Tercera área ecuanimidad (constituida por 4 preguntas)
- Cuarta área confianza en sí mismo (constituida por 7 preguntas).
- Quinta área perseverancia (constituida por 7 preguntas).

Según Machteld, H. et al. (2011) citados en Korc, Hubbard, Suzuki, y Jimba “Salud, resiliencia y seguridad humana: avanzando hacia la salud para todos, 2016” propusieron dar una nueva definición de la salud que es “la capacidad de adaptarse y valerse por sí mismo para afrontar retos sociales, físicos y emocionales, llevando la cuestión de la resiliencia directamente al campo de la salud” (pág. 13). Y esto debido a que la resiliencia es un elemento que incide en la salud de las de los seres humanos.

2.2.2. Antecedentes Nacionales

Mallqui (2015) en su tesis titulada “Optimización del proceso de selección e implementación de metodología técnica para la selección de personal operativo en una planta de confecciones de tejido de punto para incrementar la productividad” realizada en la UNMSM – Lima Perú, que tuvo como fin determinar si la mencionada optimización de procesos y la implementación de la metodología de ingeniería para la incorporación de nuevos ejecutivos tienen impacto en la productividad de la empresa de confecciones. Este estudio es descriptivo, explicativo y cuantitativo; Su muestra es el personal operativo de la empresa. Los resultados obtenidos ayudan

a comprobar que optimizando el proceso de selección e implementando la metodología de ingeniería se puede aumentar la productividad de la organización y así mejorar su eficiencia.

Ahumada (2019) en su tesis titulada “Selección de personal y el desarrollo Organizacional de la oficina general de gestión de Recursos humanos del Ministerio de Agricultura y Riego en el año 2016” realizado en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, para la maestría en Gestión y Control Gubernamental. Su objetivo principal fue determinar la relación entre la selección de personal y el desarrollo organizacional. El estudio fue de un nivel de correlación aplicado y descriptivo, aplicado a una muestra de 120 colaboradores, con un diseño no experimental de corte transversal, con una población de la Dirección General de Gestión de Recursos Humanos del Ministerio de Agricultura. y riego. En los resultados podemos observar que el 26,67% de los empleados a quienes se les aplicó la encuesta, pasan un inadecuado proceso de reclutamiento y selección de personal, el 48,33% tiene un nivel moderado y el 25,00% del nivel óptimo. De igual forma, el 26,67% de los empleados considera el grado de deficiencia a la variable desarrollo organizacional, el 51,67% la considera medianamente efectiva y el 21,67% la considera efectiva.

Cárdenas (2015) en su tesis titulada “Efectividad del Inbound Marketing para el posicionamiento de la marca en el contexto peruano” en la UCSM Arequipa-Perú; su objetivo es analizar la efectividad del Inbound Marketing en branding corporativo en el Perú, recomendando la implementación de los siguientes mecanismos: SEO, marketing de contenidos y social media. La metodología se basa en la aplicación de un enfoque dialéctico, llegando al desenlace de que el objetivo definido en el estudio es alcanzable, sin embargo, dado que actualmente muy pocas organizaciones peruanas utilizan Inbound Marketing, este método se encuentra en una etapa avanzada. investigación sobre este tema.

Espilco (2018) Realizó la tesis sobre “Eficiencia de la Metodología del reclutamiento 2.0 comparado con el reclutamiento tradicional en una Universidad de Lima Metropolitana - 2016”, con el objetivo de establecer la diferencia que existe en el proceso de reclutamiento en términos de tiempo, calidad y costo de las horas trabajadas. Para el desarrollo de este estudio se realizaron comparaciones de los procesos de 8 puestos de laborales haciendo uso de una ficha de registro para el control de los mismos. Por último, los resultados de la investigación realizada dieron como resultado que el reclutamiento tradicional tiene menor eficiencia que el reclutamiento 2.0, comprobando de esta manera que el uso de la tecnología es necesario para alcanzar los objetivos del área de Selección de Personal.

Flores (2008) en su investigación “Resiliencia y Proyecto de vida en estudiantes de 3er año de secundaria de la UGEL 03” cursó la Maestría en Psicología en la decana de las Américas UNMSM. El fin principal de este estudio fue establecer la existencia o no de una correlación entre las variables de resiliencia y los niveles de identificación del proyecto de vida en una población de educandos del 3° grado de educación secundaria de Instituciones educativas nacionales y particulares de la UGEL 03. Las investigaciones evidencian la correlación altamente significativa ($p < 0,0001$) entre las variables de resiliencia y el grado de determinación del proyecto de vida, en educandos de género masculino así como femenino.

Lévano, M. (2018) en su tesis titulada “Resiliencia laboral en los trabajadores de una institución educativa del distrito de San Miguel” de la UIGV, Lima, Perú. Su objetivo fue establecer el grado de resiliencia laboral y sus dimensiones en una muestra de colaboradores de un colegio del distrito de San Miguel. La herramienta utilizada en este estudio es la “escala de resiliencia” (RS) de Wagnild y Young (1993) que fue acondicionada por Novella (2002) en Perú; Dicha prueba se realizó a 30 colaboradores del colegio de San Miguel por medio de una muestra

probabilística de tipo censal. Como resultado, los trabajadores disfrutaban de la ventaja de una resiliencia laboral media y alta. En cuanto al tamaño, sin embargo, la media fue baja, pero no hubo diferencia significativa en ningún caso.

2.3. Bases Teóricas

2.3.1. Inbound Recruiting

El inbound recruiting es una metodología nueva de atracción del talento humano que consiste en hacer uso de la marca organizacional para atraer a potenciales candidatos a la empresa y así se puedan cubrir las diversas ofertas laborales de la misma. Para poder entender esta variable partiremos de entender el proceso de atracción de personal antes reclutamiento de personal. entender el concepto de reclutamiento, así como las fuentes de reclutamiento y pasar a su evolución en el tiempo. Es importante recalcar que el Inbound Recruiting se origina a partir del inbound Marketing, por lo que entenderemos también en que consiste el Inbound Marketing y cómo se origina el Inbound Recruiting.

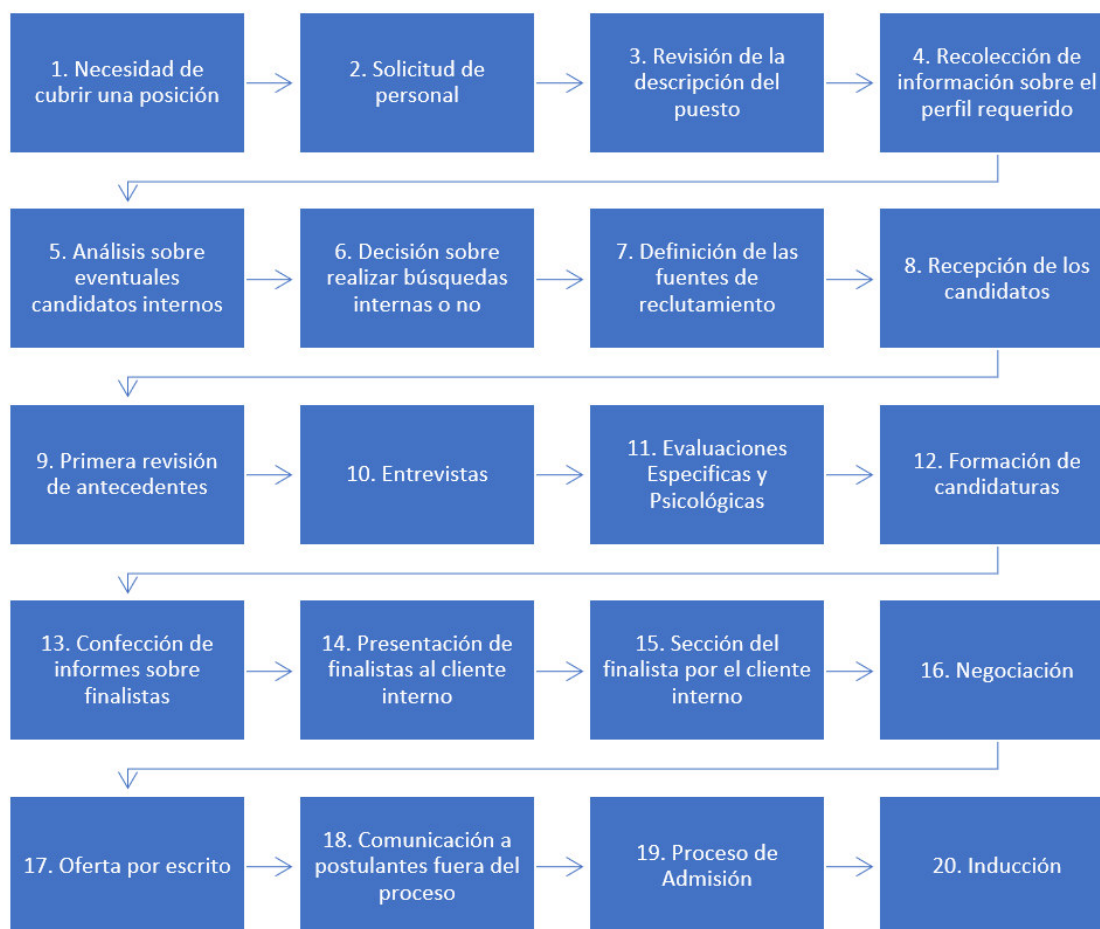
2.3.1.1. Proceso de Reclutamiento y Selección de Personal

Alles (2006) en su libro selección por competencias, afirma que para el proceso de atracción de personal debe haber organización y planificación, pues es parte de la planeación estratégica de toda organización, contar con personal idóneo para convertir el negocio en una organización competitiva; Por ello, se revela la siguiente estructura propuesta por Alles (2006), que visualiza todo el proceso de reclutamiento y atracción, desde la necesidad de cubrir una posición, determinar el procedimiento de levantar el perfil del puesto, las convocatorias, primeras evaluaciones a los candidatos, evaluaciones a los finalistas, para finalizar con la inducción de

personal e ingreso a la empresa. Alles (2006) nos da a conocer de forma detallada 20 pasos de dicho proceso dentro de una organización, tal como se presenta en la Figura 3.

Figura 3

Pasos para un proceso de Reclutamiento y selección de personal en una Organización



Nota. La figura representa el flujo del proceso de reclutamiento y selección según Alles, M. (2006)

Selección por competencias.

De igual forma, se refiere al proceso de atracción de empleados, "es un procedimiento que tiene como finalidad, dotar a la organización de personal adecuado, garantizando el correcto desempeño del puesto y reduciendo los riesgos que corresponden a incorporar a nuevas personas a

la organización, tratando adicionalmente de reducir la subjetividad, apoyando las decisiones en factores que sean medibles y comparables". (González Rodríguez y Montes Alonso, 2006, pg. 47).

Teniendo en cuenta a los autores Montes y Gonzales (2006) el proceso atracción de personal es resumido en 5 fases, las cuales engloban una serie de pasos por cada fase que permite englobar el proceso de la necesidad de la demanda a la contratación de personal:

1. Necesidad de selección: Se refiere al momento en el que la organización solicita cubrir una posición dentro de la empresa, para incorporar a una persona a la empresa y hacerla parte de su equipo de trabajo; esta necesidad de selección se da cuando se requiere un reemplazo de personal, cuando es un cargo nuevo por ampliación o por otras razones en base a la necesidad de la empresa.
2. Reclutamiento: Ya con el requerimiento definido se inicia con a la convocatoria para la búsqueda de la persona que cumpla con los requisitos mínimos y sea idónea para el puesto, es el momento en el que se realizan las convocatorias, es posible hacer el uso de diversos medios para publicar la vacante. Esta fase es muy importante ya que depende de esta poder tener al público específico que podrá calzar con la vacante ofertada. A consecuencia de ello se presentarán personas interesadas en la oferta laboral presentando su y en base a los requisitos se evalúan y seleccionan a aquellos candidatos que pasen satisfactoriamente las evaluaciones y cuenten con el perfil del cargo solicitado.
3. Preselección:
 - a) Evaluaciones de Selección: Son aquellas pruebas aplicadas a los candidatos cumplen o se asemejen al perfil solicitado, ellos son citados para rendir las diversas pruebas según el perfil del puesto y los requerimientos mínimos.

- b) Entrevistas: Luego de la aplicación de pruebas, los candidatos con puntuaciones en base al perfil del puesto, pasan a la entrevista personal, puede ser con su jefe inmediato o con el área de Gestión Humana.
4. Selección final e Informe del candidato seleccionado: Luego de realizadas las entrevistas, y en base a un consenso, se toma la decisión de elegir al candidato que cumpla con las competencias y requisitos mínimos del cargo a ocupar, y en base a ello se realiza un informe final manifestando la información que se tomó en cuenta para la elección del candidato finalista.
 5. Contratación y Acogida: Finalmente ya seleccionado el candidato, se procede con la contratación e incorporación a la empresa.

Para poder desarrollar un proceso de selección, Olleros (2005) propone realizar una valoración que evalúe aspectos cuantitativos que se refiere al número de vacantes en el requerimiento y la otra cualitativa que se refiere a las características personales del puesto y la persona que lo va a ocupar, da una introducción a la evaluación por competencias así como a la evaluación técnica a la hora de realizar la elección de personal, Presentando un modelo de proceso de selección como guía, compuesto por 10 pasos desde la evaluación de necesidades hasta la incorporación del personal a la organización. El aporte que Olleros (2005) presenta es el análisis del puesto y como consecuencia las competencias a evaluar en los candidatos, En la Figura 4 podemos evidenciar los 10 pasos propuestos.

Figura 4

Modelo de Proceso de Selección



Nota. “La figura representa el proceso de captación y selección de personal” tomado de Olleros, M. (3 era) (2005)

2.3.1.2. Concepto de Reclutamiento

Según la autora Alles (2006) Reclutamiento de personal es una secuencia de procesos que pretenden elegir al candidato idóneo y calificado que ocupe la posición solicitada por la organización.

Vertice (2008) Menciona que la atracción de personal nos permite predecir qué candidatos será exitoso si fuera contratado; es a la vez una comparación y una elección. Para que se convierta en científico, tiene que apoyarse en lo que la vacante requiere en el futuro trabajador. Por ello, la primera preocupación a la hora de seleccionar personal es saber cuáles son los requisitos del puesto.

Desde la posición de Nebot (1999), el reclutamiento es un acto para atraer capital intelectual a las empresas, que no solo busca características sino también busca a las personas más idóneas para el puesto, debido a la exposición actual a varios postulantes que tienen los requisitos necesarios como el perfil mínimo, que permite pasar a la elección de la persona idónea, sin algún procedimiento en particular.

Es un conjunto de acciones encaminadas a encontrar y atraer a diferentes personas con diferentes habilidades necesarias para lograr los objetivos del puesto; Este es el argumento de Chiavenato (2000) sobre la contratación de empleados.

Según Gomez Mejía (2001) citado por Serrano y Barra (2011) sostiene que el proceso de atracción de personal está ubicado en la fase de contratos de personal, a la que se refiere: el primer procedimiento del proceso general, en el que la selección es la exploración de una serie de postulantes para una oferta de trabajo, buscando también un reclutamiento cuantitativo y cualitativo, porque la calidad del personal así como la cantidad son de gran importancia.

2.3.1.3. Fuentes de Reclutamiento

El área encargada de efectuar el reclutamiento de personal debe contar con diversas fuentes de reclutamiento que le permitan lograr una adecuada base de datos para luego iniciar con el proceso de selección. Para ello debe contar con fuentes optimas considerando la cultura organizacional, las políticas internas y recursos que la misma proporcione. Para esta actividad se comparte las fuentes de reclutamiento más usadas en diversas empresas:

- Personal de la Organización: a los colaboradores de la organización les puede interesar los puestos ofertados. Es también conocida como fuente de reclutamiento interno.

- Archivo de solicitudes: Está confirmado por aquellos postulantes que participaron anteriormente en alguno de los procesos de selección, sin embargo no lograron alcanzar la vacante ofertada; también se considera a personas que hayan enviado su currículo por interés de laborar en la organización, son también conocidos como candidatos Buck up.
- Organizaciones educativas: Está formado por instituciones que promueven el contacto de las organizaciones con los estudiantes, egresados; con el fin de insertarlos en el mercado laboral, actualmente diversas instituciones tienen un área de empleabilidad que permite promocionar este tipo de eventos para promocionar a sus estudiantes.
- Asociaciones profesionales: Está confirmado por grupos de profesionales de mismas especializaciones o mismas instituciones de estudio, actualmente se tiene mayor acceso por medio de redes sociales como Facebook, LinkedIn, WhatsApp.
- Agencias de empleo: Está conformado por organizaciones que se encargan de tercerizar los procesos de selección y proporcionan una cantidad de postulantes previamente filtrados, que se asemejan al perfil que busca la empresa, brindan desde servicios completos que involucra reclutamiento y selección, ó parte del proceso para facilitar el reclutamiento del personal.
- Empresas de servicios temporales: Son organizaciones que buscan cubrir las vacantes de una empresa por lapsos ortos de tiempo, tales como licencia sustituta, aumento de la producción, enfermedad, maternidad.
- Instituciones comunitarias: Está conformado por organizaciones e instituciones que se encuentran dentro del ámbito geográfico en el que la organización se ubica, estas

permiten brindar los datos de los pobladores, así como los intereses acordes a los perfiles que se pueden encontrar dentro de la comunidad, Actualmente en Perú las municipalidades de cada distrito apoyan como organización comunitaria brindando este servicio.

- Personal referido de los colaboradores, como amigos y familiares: Esta conformado por las personas de relación cercana de los colaboradores que tienen interés por formar parte de la organización, esta solicitud se hace ya sea porque la empresa lo fomenta como referidos, o porque los mismos familiares comparten la información de forma voluntaria.

a) Reclutamiento Interno

Alles (2006) plantea que el reclutamiento interno es más rápido, económico y genera motivación en los colaboradores, así como proporciona posibilidad de crecimiento en la organización, la tan deseada “línea de carrera”.

Jiménez (2007) considera otra denominación para el reclutamiento interno que es la promoción, ascenso, movimiento interno la cual se considera 3 puntos:

- Convocatorias abiertas: Disponible para todo el personal de la organización que pueda postularse si es que cumplen con los requerimientos mínimos de la posición.
- Convocatorias cerradas: La organización es la que determina la promoción del o de los colaboradores en base a criterios que la organización establezca.
- Convocatorias mixtas: La selección del colaborador se da en base a los dos puntos mencionados anteriormente.

Vertice (2006) propone que el reclutamiento interno es invitar al personal actual de la empresa y que cumplen con las competencias requeridas, para postular a la oferta laboral vigente, y este proceso se puede dar de las siguientes formas mencionadas a continuación:

- Rotación o Cambio: Es cuando a un empleado se le ofrece la oportunidad de ser promovido de forma horizontal, siendo su objetivo principal es avanzar con la formación del candidato, darle experiencia y conocimientos, de esta forma desarrollar y empoderar las competencias de los colaboradores de la organización.
- Promoción: Es cuando el crecimiento de un empleado en la organización de manera vertical, considerando un incremento de funciones y responsabilidades, así como acciones como requerirán de la toma de decisiones, aspectos profesionales, entre otros. Si una organización desea optar por esta forma de contrato debe considerar que es importante crear un plan de crecimiento en la organización y un sistema de información por medio del cual se brinde la información oportunamente a toda la organización y así ellos tengan la posibilidad de participar y lograr su crecimiento profesional.

Montes y Gonzales (2010) dan a conocer que el reclutamiento interno es la acción de buscar dentro de la organización al colaborador que pueda ocupar la vacante disponible en base a las competencias mínimas requeridas, y las modalidades que propone como:

- Rotación: Ocurre en el momento en el que a un colaborador se lo traslada a otra posición o cargo laboral en el que las actividades y funciones que realiza son semejantes a las que desarrollaba normalmente. Dentro del organigrama este puesto está ubicado de forma horizontal con referencia al puesto anterior.

- Promoción: Se da en base a la aplicación de una serie de evaluaciones de desempeño realizados satisfactoriamente y el colaborador es ascendido a un cargo mayor en referencia al cargo que actualmente ocupa. Dentro del organigrama este puesto está ubicado de forma vertical en relación al puesto anterior.
- Referencia de los trabajadores: Es una modalidad en la que los colaboradores brindan información positiva sobre algunos compañeros de trabajo que posean habilidades y conocimientos para cumplir de forma responsable nuevos retos y funciones del puesto actual.

b) Reclutamiento Externo

Teniendo en cuenta Dolores (2014) indica que el reclutamiento externo es la actividad en la que se busca personas externas a la empresa a que puedan ingresar a laborar en la misma y así cubrir la vacante. La organización usa diversos métodos para difundir los diversos puestos vigentes, y así personas externas puedan interesarse y postular. Añádase que realizar un reclutamiento externo genera mayor inversión en tiempo y dinero.

Alles (2013) sostiene que el reclutamiento externo es la actividad de difundir las vacantes disponibles de una empresa en diversos medios como periódicos, bolsas de trabajos de internet, murales, paneles, entre otros. Así también considera que es un reclutamiento que implica mayores costos.

Desde la posición de Nebot (1999) propone que el hacer uso de medios externos a la organización con el fin de atraer e invitar a personas fuera de la organización para ser parte de la misma se le denomina reclutamiento externo; nos da referencia de algunas medios externos como son:

- Convocatorias por diarios o revistas
- Universidades, instituciones académicas o lugares de aprestamiento o enseñanza.
- Centros o instituciones de empleo

Díaz & León (2013) señalan que invitar y atraer a potenciales candidatos que estén con disponibilidad para laborar o que estén en búsqueda activa de trabajo, se le denomina reclutamiento externo, pues el fin es invitarlos a ser parte de la organización, para ello se puede hacer uso de diversas fuentes como:

- Hacer uso de la base de datos de postulantes antiguos que se presentaron a ofertas laborales y que no concluyeron el proceso o personal que dejó su curriculum en la empresa.
- Recomendaciones de los colaboradores de la organización, trabajo bajo referidos o recomendados.
- Reclutar personal de empresas de la competencia como estrategia para el mejor desempeño laboral.
- Tercerización de los procesos de atracción de personal por medio de los servicios de una organización consultora que se especialice en realizar búsquedas e personal en base a un requerimiento.
- Realizar convocatorias por diarios o bolsas laborales conocidas que sean considerados eficientes para atraer candidatos; la información que se transmite en las convocatorias deben contener información precisa del perfil del puesto, de cómo postularse y que se vea atractiva para que motive a los postulantes a llamar a la organización.

- Uso de la tecnología, la internet permite el acceso a la información del postulante mucho más rápido ya que el registro de información es sencillo desde cualquier puntos de ubicación.
- Universidades, institutos, centros de especialización y formación profesional, los cuales tienen una relación de sus estudiantes y egresados así como una pequeña bolsa laboral interna donde se pueden realizar las publicaciones de las ofertas laborales.
- Ferias laborales.
- Anuncios publicados alrededor o fuera de la organización.

c) Beneficios y contras de reclutamiento Interno y Externo

○ Beneficios de reclutamiento interno:

Montes y Gonzales (2010) consideran como beneficios por los siguientes puntos en mención.

- Beneficios del talento ya formado por la empresa.
- Competencia sana entre los colaboradores ya que se sienten motivados por crecer.
- Rapidez para cubrir con eficiencia un puesto.
- El personal de la empresa ya conocer la cultura y clima de la organización por lo tanto ya están adaptados.
- Más económico y rápido.

Según Vértice (2006)

- Eficacia: Debido a que es mucho más rápido encontrar a los candidatos idóneos para el puesto.

- **Confiabilidad:** Debido a que ya se conoce a los postulantes y hay mayor conocimiento de sus competencias a la hora de la selección.
- **Adaptación:** Debido a que los postulantes conocen la empresa sus cultura el clima, la visión y misión que los permite adaptarse con facilidad.
- **Competitividad:** Debido a que sienten motivación en su crecimiento profesional lo cual sería un estímulo para los colaboradores.
- **Menos costoso:** Debido a que no se hacen gastos amplios para llegar a tener talentos, sino que son formados dentro y solo requieren de evaluación para poder encajar en la posición deseada.

○ **Contra del Reclutamiento interno**

Montes y Gonzales (2010) señala los siguientes puntos como desventajas del reclutamiento interno:

- Al no ser todos los elegidos, podría desmotivar a quienes no pasaron a la siguiente fase.
- Conflicto de intereses, ya podrían influir en la recomendaciones cuando se realiza la selección.
- Envidia por los mismos colaboradores, y no apoyar a quien creció.

Vertice (2006) plantea los siguientes puntos como desventajas del reclutamiento interno:

- **Disputas internas entre colaboradores más acercados:** Momentos tensos en la empresa.
- **Estancamiento:** Mentas cerradas a nuevas formas de integración.

- Limita las mentes innovadoras: Debido a que el personal ya se acostumbró a lo conocido y no es posible innovar entre los mismos.
- Pronóstico errado: Debido a que se tiene la idea errada de que un colaborador desarrolla de forma eficiente su trabajo y puede hacerlo de la misma forma en otro puesto de trabajo.

○ Beneficios del Reclutamiento Externo

Diaz & León (2013) consideran como beneficios por los siguientes puntos en mención.

- Personal nuevo con nuevos ideales para la empresa.
- Personal nuevo tiene una perspectiva diferente a las dificultades.
- Se fortalece el talento Humano en la organización

Gallardo (2007) considera como ventajas por los siguientes puntos en mención.

- Mayor número de postulantes.
- Proceso de selección con mayor eficiencia.
- Lograr cubrir las necesidades de corto plazo
- Es posible cubrir posiciones temporales o de proyectos..

○ Contras del Reclutamiento Externo

Diaz & León (2013) consideran como desventajas por los siguientes puntos en mención.

- Es mucho más largo y por ende se requiere de más tiempo.
- Se incrementa el costo de inversión a diferencia del interno.

- En algunos casos se crean barreras entre el personal antiguo con los nuevos de la empresa.

Gallardo (2007) considera como desventajas por los siguientes puntos en mención.

- Mayores costos de inversión.
- No es conocido aun el compromiso con la empresa.
- No es posible aun tener un reporte de un buen desempeño de una persona nueva.

d) Reclutamiento Mixto

Chiavenato (2000) Refiere que el uso de una fuente interna o externa de reclutamiento no siempre es lo recomendado, debido a que ambas se complementan para lograr el objetivo del reclutamiento de personal. Por lo tanto, sugiere realizar 3 tipos de procesos alternativos como lo menciona en los siguientes puntos:

- Iniciar con un reclutamiento externo luego un reclutamiento interno.
- Iniciar con el reclutamiento interno, y complementarlo con uno externo.
- Reclutamiento híbrido es integrar ambos tipos de reclutamiento a la vez.

León & Diaz (2013) agrega que aplicar a la vez el reclutamiento interno y externo se denomina reclutamiento mixto, debido a que ambos son complementarios y para efectuar esta forma de reclutamiento se puede proceder de la siguiente forma:

1. Realizar un reclutamiento interno: Las organizaciones dan prioridad a sus colaboradores para que puedan postular a las vacantes vigentes; sólo en el caso que cumplieran con el perfil deseado, caso contrario se procede a usar el otro reclutamiento.

2. Reclutamiento externo: La organización apuesta por atraer a nuevos colaboradores que son ajenos a la misma, realizando una serie de evaluaciones para elegir al candidato idóneo.

3. Reclutamiento interno y externo simultáneamente: Se deja de lado el tipo de reclutamiento a priorizar ya que se toma ambas opciones para cubrir las vacantes vigentes; el objetivo es cubrir la vacante. Sin embargo, al momento de la evaluación, si hubiera dos candidatos finalistas se da prioridad a los que son colaboradores de la organización.

2.3.1.3. Historia y Evolución del Reclutamiento y Selección de Personal

Llanos (2005) refiere que el proceso de atracción de personal es una pieza fundamental para las organizaciones porque “de ello depende que la organización cuente con personal calificado, actualizado y capacitado”, y también “le otorga un nivel de competitividad y cumplimiento cabal de sus objetivos globales”. En las unidades de gestión humana dentro de las organizacionales, la atracción de talento se convirtió en el proceso más importante para lograr tener a las personas idóneas. La atracción de personal es posible definirla como el proceso de búsqueda de los mejores talentos para formar parte de la organización.

En antaño, las labores se dividían por el género, aspectos físicos, edad, capacidad, etc, es aquí en el que de forma empírica se inicia por primera vez una actividad de selección. En la Edad Media, las profesiones se transmitían de generación en generación de forma puramente genética. El estatus social determina la capacidad y la selección para realizar una determinada actividad. Así las profesiones son heredadas de generación en generación. Es por ello que la característica principal de este periodo es el crecimiento de la artesanía.

La elección sistemática de trabajadores se origina en la administración científica, escuela de Taylor (1903). Taylor mencionó principios, uno de ellos es el concepto de selección y formación

de colaboradores, lo que implica claramente el estudio del trabajo de un individuo sobre la base de la aptitud y características psicológicas de esa persona. En las empresas el proceso de selección de personal es muy importante, a pesar de no tener referencia de una fecha de inicio, se entiende que la Primera Guerra Mundial, pudo haber sido un inicio de la aplicación del mismo, ya que se se iniciaron las pruebas para reclutar soldados y oficiales.

Los primeros pasos de reclutamiento se dieron con la revolución industrial, ya que las empresas seleccionaban por medio de los supervisores quienes observaban y evaluaba aspectos subjetivos. En la medida que la revolución industrial crecía, las organizaciones, así como la complejidad de la misma, también lo hacía, y es donde nace la “Oficina de Reclutamiento”. La idea de crear espacios dedicados a la selección de personal, se origina por los grandes avances de la industria y la necesidad de reunir a grupos de postulantes interesados en ser parte de la organización.

a) Reclutamiento Tradicional

Alles (2013) manifiesta que el reclutamiento tradicional es esperar de forma pasiva a que los candidatos presenten sus curriculum a la empresa luego de anunciar una oferta laboral y en base a los candidatos que se presentan se hace la elección del postulante finalista.

b) Reclutamiento 1.0

Alles (2016) señala que diversas empresas iniciaron a crear nuevas estrategias para tener nuevos y mejores candidatos para sus organizaciones y lo mismo con las consultoras que proveían de personal a las diferentes empresas, ya que a fines de los años 90 e inicios de los 2000 con el origen de la internet y bolsas laborales webs en la que los postulantes podían subir sus datos por sí mismos.

c) Reclutamiento 2.0

Alles (2016) manifiesta que para poder atraer e identificar a candidatos idóneos para cubrir los requerimientos de las organizaciones es muy importante el uso de herramientas 2.0. Estas proporcionan facilidad a la hora de realizar convocatorias y obtener una gran cantidad de candidatos interesados en las mismas. Con las herramientas del reclutamiento 2.0 es posible incluso atraer a personas que no están en búsqueda activa de trabajo, pero a la empresa la atrae su perfil profesional y podría invitarlo a formar parte de la misma.

Llácer (como es citado en Díaz 2010) Ratifica que “Las nuevas herramientas de reclutamiento 2.0 nos proporciona la facilidad de ubicar a candidatos de cualquier parte del mundo, y de esta forma reducir el tiempo del proceso en general nos han permitido encontrar candidatos de cualquiera parte del mundo y poder reducir los tiempos de los procesos” Alles (2016) agrega hacer uso de las redes sociales o social media en donde es posible realizar publicaciones de ofertas laborales, se refiere al reclutamiento 2.0. La parte fundamental de estas herramientas radica en que por medio de las redes sociales es posible compartir las ofertas laborales entre los usuarios y sus contactos.

d) E-Recruitment 3.0

Armstrong (2006) plantea que el hacer uso de herramientas informáticas en línea que pueden manejarse fácilmente con la internet y ser útil semejante a las redes de profesionales, se refiere al E-Recruitment o denominado reclutamiento en línea. Refiere que este proceso de atracción de personal hace que los postulantes que voluntariamente se registran para participar del proceso, sean contactados para darles la oferta laboral, lo

cual significa que primero son atraídos, luego filtrados según el perfil del puesto para finalmente ser convocados.

Cushway (2011) considera que al hacer uso de la tecnología para atraer a las personas y convertirlos en futuros candidatos que participen del proceso de selección de las vacantes vigentes que cuenta la organización, se le llama E-Recruitment.

Tyagi (2016) reitera la utilidad tecnológica como instrumento principal para todos los procesos de reclutamiento de personal. Por lo que enfatiza que hoy en día se hizo tendencia hacer uso del E-Recruitment o reclutamiento en línea. El manejo de la internet ha originado una transformación en los procesos de atracción de personal pues, utilizando las nuevas herramientas, facilita la búsqueda de nuevos candidatos, así como, la continuidad del proceso todo con mayor agilidad, a menor inversión y con grandes resultados.

El reclutamiento en línea o “Online recruitment”, tienen como fundamento el uso de la tecnología y las herramientas ubicadas en las diversas páginas web para realizar todo el proceso de atracción de personal. Hoy en día las empresas son favorecidas por la revolución de las telecomunicaciones y así puedan conseguir personal con mayor facilidad mediante las páginas web.

Parry & Tyson (2014) quien cita a Girard and Fallery (2009) “This potential change as the move from e-recruitment 1.0 that focuses on the use of career websites, Jobs boards and online recruitment systems”. (p.80)

2.3.1.4. Uso de las tecnologías en el Reclutamiento y Selección de Personal

En una era tecnológica el Internet es el principal bastión, debido a la combinación de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones. En la actualidad los procesos de selección

son más habituales por el uso de Internet. La forma de comunicación que hoy tienen las organizacionales y las empresas de contratación son por medio de las páginas web y ya no por medio de publicaciones en papel.

Con la llegada de Internet y las nuevas tecnologías desde la década de 1980, las cosas cambiaron en el reclutamiento y selección de personal. Ha aparecido el primer portal de empleo, 1.0. Infojobs creado en 1998, portal de selección de España, dio grandes pasos con las organizaciones y los postulantes. Los anuncios de trabajo pueden redactarse y publicarse en minutos y mostrarse rápidamente a los candidatos incluidos en la base de datos y las empresas también pueden recibir solicitudes en minutos.

El mercado laboral a lo largo de los años se ha derrumbado, con organizaciones que tienen una gran cantidad de candidatos potenciales calificados que son incompatibles con sus valores. Como resultado, los empleadores requieren de soluciones que le permitan tener mayores candidatos que cumplan con el perfil de manera más efectiva. Las organizaciones pueden optar por buscar sus candidatos o contar con el apoyo de empresas que brinden el servicio de selección (subcontratación).

Hoy en día las organizaciones consideran que no es suficiente que un profesional sea altamente calificado para ocupar un cargo únicamente por medio de su CV, es por ello que muchas empresas pararon a realizar el reclutamiento 2.0, que les permite identificar a los candidatos idóneos a través de las redes sociales y las diferentes páginas web; todo ello haciendo uso de las herramientas necesarias en la unidad de Gestión del Talento Humano.

Es importante mencionar que hoy en día las redes sociales se convirtieron en una herramienta principal para la atracción de personal y tiene un crecimiento exponencial en todas las organizaciones, y esto debido a que por este medio es posible identificar el comportamiento y

actitud de un colaborador el cual puede ser diferente al comportamiento que tienen fuera de la organización y esto podría afectar a la popularidad de la empresa. Una de las primeras herramientas usadas para validar los datos de personal son las redes sociales, pues nos permiten identificar, datos de personales y más. para ver si el posible candidato comparte los mismos principios organizacionales.

2.3.1.5. Inbound Marketing

Actualmente los canales modernos de comunicación son por medio de los electrónicos y las páginas online que continúa creciendo y siendo tendencia frente a los medios tradicionales. La comunicación digital a través del “inbound marketing” busca cautivar a clientes de una forma mucho más innovadora y sutil, tornándose una metodología innovadora al momento de tratarse de comunicación digital.

“HubSpot” inicia en el año 2006, por Halligan y Shah, quienes fueron parte del Instituto de Tecnología de Massachusetts, y en busca de innovar crearon una empresa de software sobre el “Inbound Marketing” la que permite a las empresas favorecerse de la revolución digital. Para ello experimentaron en su empresa con ideas de marketing, permitiéndoles tener una gran cantidad de consumidores que llegaban a través de redes como: “Google”, “Facebook”, “Twitter”, “LinkedIn” y “Blogsfera11”. Y lo que aprendieron de esta experiencia con la creación de HubSpot es que ayudaron a cientos de clientes a orientar su compra y direccionarlos en el camino correcto.

Podemos afirmar que gracias a los expertos de marketing, quienes por medio de la observación y experimentación con herramientas propias; se puede diferenciar las dos tendencias del marketing: “Outbound Marketing” y “Inbound Marketing”.

El 58% de las organizaciones alrededor del mundo utiliza este método, teniendo como resultado el incremento de sus presupuestos en el rubro de un 50%, esta información tomada de una encuesta de HubSpot en el año 2013. De forma adicional la encuesta arrojó que de 3 clientes 1 cierra un contrato con la metodología de “Inbound Marketing”.

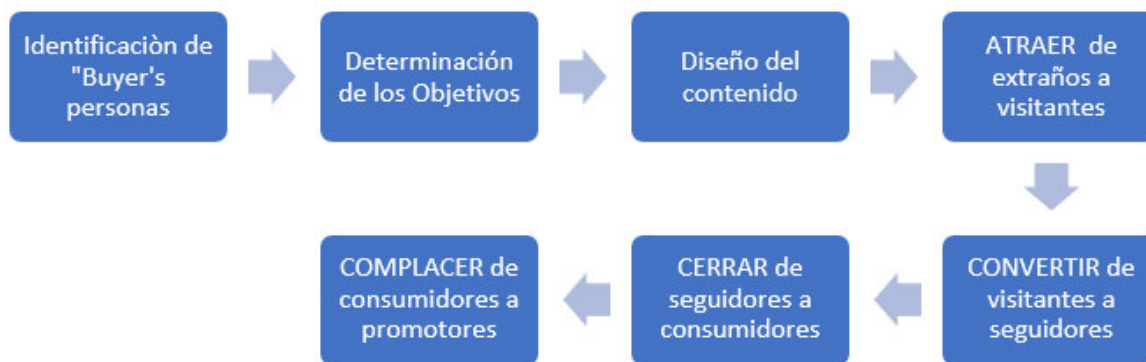
Según Valdez (2014) el incrementar el número de visitas registradas en una página web, blog o perfil de redes sociales, para que eventualmente se conviertan en observadores, es decir, registren su información debido al interés del contenido de la organización; es uno de los principales propósitos de las técnicas del Inbound Marketing.

Según Del Santo y Álvarez (2012), hacen referencia que al momento en el que los consumidores acceden a los productos o servicios en Internet especialmente por medio de las redes sociales, páginas webs o sitios blogs que contienen un mensaje o dan contenidos de calidad del interés de los consumidores, es porque están aplicando el Inbound Marketing.

Para diseñar un modelo efectivo es necesario una serie de pasos que guíen a las organizaciones a desarrollar las paulas del “Inbound Marketing” y que cumplan con los objetivos comerciales y de marketing. Para su presentación mostramos el esquema de desarrollo del modelo de Inbound Marketing como se muestra en la Figura 5:

Figura 5

“Esquema de Modelo de Inbound Marketing”



Nota. Figura representa el flujo del modelo Inbound Marketing tomad de HubSpot Academy

2.3.1.6. Fundamentos del Inbound Recruiting

Talent Clue es uno de los pioneros en Europa que implementó la metodología “Inbound Marketing”, que fue originada por HubSpot. Dichos métodos se fundamentan en hacer de las ventas y el proceso de marketing una experiencia humana, a pesar de ser virtual, para los clientes potenciales. Lo que se busca es ser como un imán de atracción a la clientela ideal en lugar de gastar todo el esfuerzo y presupuesto de marketing únicamente para llamar la atención. Con estos métodos se logró conseguir tanto seguidores y clientes que estén enamorados de lo que hace y el trato que les brinda la organización. Es aquí donde las organizaciones entienden lo importante que es tener este mismo trato con los futuros colaboradores de la empresa. Hacer más humanos las fases de adquisición de personal y transformar la manera en la que se interactúa con los candidatos.

Según Sala, (2013) mostrar a la organización como el más saludable espacio para trabajar y transmitirlo a través de todos sus canales y medios sociales para enamorar a los futuros candidatos hace referencia a la metodología del inbound recruiting. Lo cual nos posibilita tener un sistema para recibir postulantes calificados de manera continua, ya sea que tengamos o no vacantes vigentes, tendremos personas interesadas en ser parte de la organización.

2.3.1.7. Fases del Inbound Recruiting.

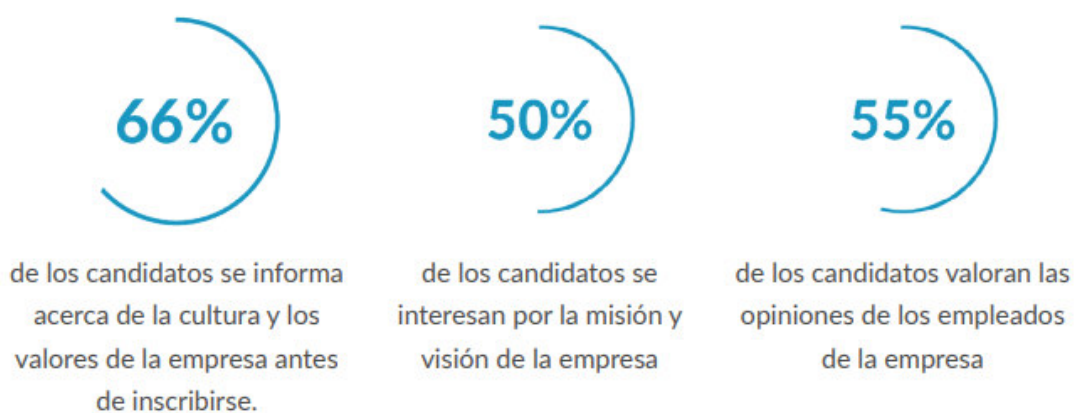
Hoy en día las grandes organizaciones no esperan que los candidatos lleguen a la empresa a solicitar un trabajo, y tampoco suele ser muy eficiente un portal de empleo cotidiano, lo que ahora hacen con el inbound recruiting es enamorarlos por medio de 4 fases que nos permitirán entender el proceso y son:

- **Atraer** a los candidatos talentosos para ser parte de la organización
- **Convertir** de manera eficiente al talento en potenciales colaboradores de la organización.
- **Contratar** de forma eficaz y con los menores recursos posibles.
- Para finalmente **enamorarlos** en todo este proceso de la cultura organizacional.

Y todo ello en base a la tendencia actual de intereses de los candidatos presentados en la Figura 6.

Figura 6

Tendencia de los candidatos



Nota. La figura representa la tendencia actual de intereses de los candidatos, tomado de LinkedIn 2020

a) Fase 1: Atraer

Este primer punto de la Metodología Inbound Recruiting refiere a atraer a la mayor cantidad de personas a la página web, redes sociales, o blogs y principalmente a la bolsa laboral. Pero no a cualquier persona sino a las personas adecuadas, al talento que serán las mejor elección en un futuro. Para ello se deberá comunicar cómo es trabajar en la empresa, para atraer a los candidatos ideales, y todo el esfuerzo en dirigir tráfico hacia la página de empleo, ofertas, etc. siempre pensando en el candidato ideal, buscando atraer al talento y convertirlo en visitas tal como lo presenta la Figura 7

Figura 7

Convertir el Talento en Visitas



Nota. La figura representa la fase de transición de aquella persona atraída por el marketing de la empresa a una posible visita de las ofertas laborales vigentes, tomado de Talent Clue

Esta es una etapa en la que se debe potenciar aún más la imagen de marca de la organización y sobre todo sus aspectos. Los postulantes deben conocer la historia, virtudes y ventajas de trabajar en la organización que los va a contratar, en definitiva, expresar la cultura corporativa con la mayor transparencia y atractivo posible.

Durante este período, las redes sociales se posicionan como una de las principales herramientas de promoción de mensajes en esta etapa. Utilizar siempre técnicas "no invasivas" para atraer sutilmente a los posibles candidatos al puesto que queremos.

- **Employer Branding:** de la misma manera en la que las empresas se preocupan por cuidar la imagen y percepción de los clientes potenciales y el público en general, se debe considerar la imagen que transmitimos a los futuros colaboradores y a los profesionales talentosos de manera global. Una gran ventaja de desarrollar el Employer Branding es ser atractivos para el talento que requiere la organización. Para poder manejar el employer Branding es importante definir claramente la cultura organizacional y fortalecerla; investigar que es lo que actualmente busca el profesional talentoso y crear una propuesta de valor para transmitirlo y ser de atracción a los postulante más adecuados.
- **Página de Empleo:** De la misma forma que una página web sirve para vender, es necesario una página donde dar a conocer los empleos para darlos a conocer a los candidatos ideales. Promocionar la marca de la organización en la web y así esta atraerá a los talentos más idóneos a la organización. Consiste en sacar provecho de los seguidores que la organización tiene en redes y atraer al talento adecuado para dirigirlos a la página de postulación. Se debe tener en cuenta que esta metodología inicia en la página de empleo de la web, el cual será el centro de atracción. Optimizarla con valioso contenido y mostrando la forma de trabajo de la empresa, los valores que la caracterizan, los comentarios del personal que ya labora, mostrando la felicidad, fotos, videos, y todos los recursos que sirvan para convencer a los

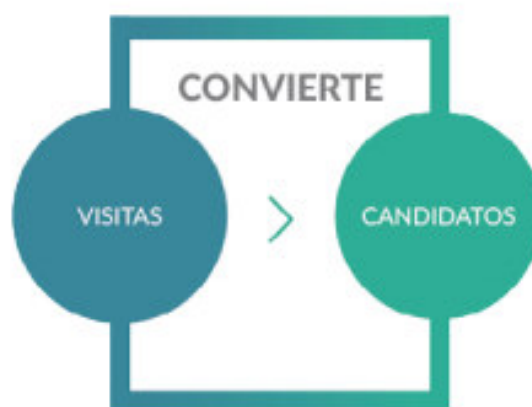
talentos que les da a entender que postular a las ofertas laborales de la empresa es la mejor decisión que podrían tener.

b) Fase 2: Convertir

Ya con los talentos interesados en las ofertas laborales situados en el portal de empleo de la empresa lo que continúa es hacer que esas visitas se conviertan en postulaciones. Este punto es la clave para transformar a talentos en candidatos, que dejen sus datos e información completa que es valiosa para la organización y para cubrir las vacantes vigentes. Para lograrse, se debe convencer a las visitas a que anhelan ingresar a laborar a la organización, presentándola de una forma fácil y rápida al momento de registrarse a las ofertas laborales vigentes. Y para ello se debe contar con herramientas que permitan transformar la visita de un talento en un candidato inscrito a la oferta de empleo, tal como se muestra en la Figura 8.

Figura 8

Convierte Visitas en Candidatos



Nota. La figura representa la fase de transición de aquella persona que visita la página interesada en una oferta de empleo y pasa a ser candidato, tomado de Talent Clue

- **Ofertas de Empleo:** Las ofertas de empleo son lo primordial al momento de presentar el trabajo. Al momento en el que los postulantes visualizan las vacantes vigentes se debe convencerlos de la manera más rápida a que puedan postularse, para ello se debe elaborar una oferta laboral impactante con fotos, videos y sobre todo mostrar la marca organizacional. Es posible adicionar testimonios del personal que ya forman parte de la organización y transmitir la forma de trabajo diaria en la organización.
- **Formularios de Empleo:** Ahora que ya se tiene a los talentos interesados en formar parte de la organización, debemos emplear una forma rápida y efectiva para poder postularse y dejarnos sus datos para ello es importante tener un formulario sencillo que permita el registro de los postulantes y así no solo queden como visita sino como postulantes a las ofertas laborales; se recomienda que los formularios cumplan con estos 3 requisitos y la postulación fluya:
 - Sencillo de ingresar y pequeño
 - Adaptable a todo tipo de medio
 - Debe integrarse con las redes sociales
- **Mobile Responsive:** Es importante que los anuncios puedan adaptarse a todo tipo de medios principalmente a los de un celular ya que un medio muy frecuente de uso para ingresar a todo tipo de redes. En la actualidad los postulantes se conectan a un celular gran parte de su tiempo; así como es importante mencionar que el 65% de los candidatos, actualmente se registran haciendo uso de un celular (Fuente: Montage Talent). Las ofertas así como los formularos deben ser adaptables para que un postulante pueda registrarse desde donde se encuentre.

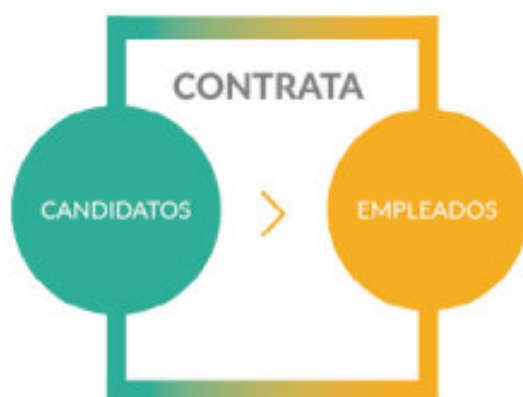
c) Fase 3: Contratar

Luego de llamar la atención y transformar la visita de un talento en candidato, es imprescindible ser veloces y eficientes para no dejar en el proceso a los mejores y por el contrario contratarlos. Si un talento se registra en la convocatoria y no tiene noticias de la empresa, pasada las 2 semanas no recordará la convocatoria a la que postuló y hay la posibilidad que esté postulando a otros convocatorias en las que haya avanzado el proceso y ya sea considerado por otra organización.

La clave para no perder a los mejores talentos y poder contratarlos se encuentra en la rapidez con la que nos ponemos en contacto con los postulantes. De forma adicional, la información obtenida de los candidatos de nuestra base de datos tendrá el papel más importante pues nos servirá como fuente talentos en la estrategia de Inbound Recruiting. Los que se busca es contactar a los candidatos y convertirlos en empleados tal como lo representa la Figura 9

Figura 9

Los candidatos se vuelven empleados



Nota. La figura representa la fase de transición de aquel candidato que pasa a ser futuro empleado de la empresa, tomado de Talent Clue

- **Gestión de las relaciones con el talento:** Se entiende que un postulante es semejante a un cliente, por lo que ponerse en contacto desde el momento en el que se registra hará la diferencia de contratarlo o perderlo. El gestor de las relaciones con el talento es como el gestor de relaciones de los clientes para los procesos de atracción de personal. Un gestor de relaciones de los clientes maneja toda la relación con los potenciales clientes y los ponen en el centro de la estrategia organizacional.
- **Correos con respuestas automáticas:** Con el fin de que los postulantes tengan una excelente experiencia en el proceso de selección, es necesario manejar una relación postulante-organización brindándoles información sobre todo el proceso. Esto permitirá que se sientan felices en el proceso incluso si no son los elegidos, ya que estarán al tanto del proceso y por ende muy enterados de su postulación.
- **Información de los datos de los postulantes:** Con esta información es posible crear una base de datos que sería el activo más importante y valioso para la organización, esta es la tercera herramienta imprescindible para tener personal de forma eficaz. Consiste en la fuente más importante y amplia de talento que las empresas pueden tener y por ende deben estar muy bien creadas. Una base de datos pasada es estática y suele acumular postulantes antiguos y desactualizados, por lo que la información que se tendría no sería confiable. Una fuente de talentos confiable será la mejor estrategia para cubrir los puestos vigentes ya que estará llena de postulantes actualizados y que deseen laborar en la empresa.

d) Fase 4: Enamorar

La última fase del Inbound Recruiting tiene que ver con enamorar a los postulantes, ya sea si fueron contratados o descalificados para la oferta laboral.

Enamorar a los candidatos, hará que ellos sean los futuros promotores de la marca empleadora lo cual será de apoyo para tener más postulantes que retroalimenten el grupo. Ver a los postulantes como si fueran clientes es tratarlos de esa misma forma. Cuidarlos en el proceso hará que se sientan muy bien atendidos y por ese motivo recomendarán a otros postulantes al respecto. Tal como se presenta en la Figura 10, se busca convertir a los colaboradores(empleados) en promotores de la empresa.

Figura 10

Los empleados se convierten en promotores



Nota. La figura representa la fase de transición de aquel candidato ya es parte de la empresa fidelizado o no sea parte de ella, pero sea promotor de la marca, tomado de Talent Clue

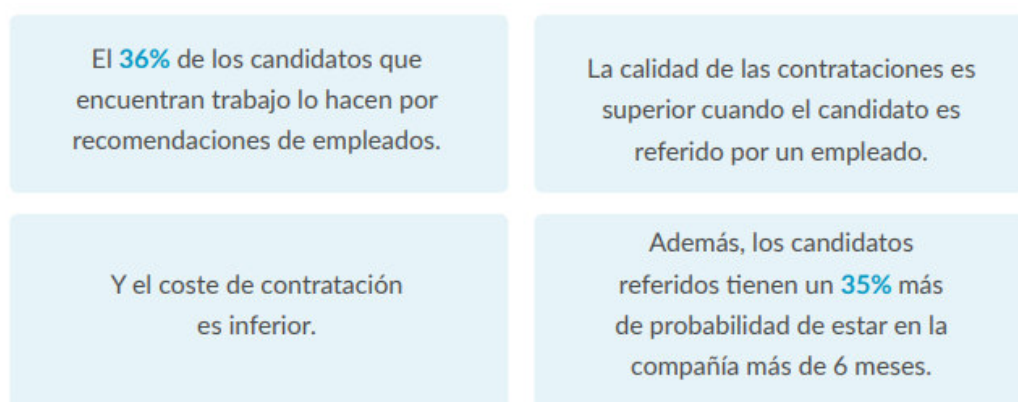
- La experiencia del postulante: La experiencia que gana el postulante a lo largo de todo el proceso es el reflejo más importante durante todo el proceso de selección, esto debido a que esta experiencia tiene una relación directa de la forma en la que se gestiona al talento humano. Es necesario el cuidado de la experiencia en cada etapa durante la selección de personal, iniciando en el posteo de la propuesta laboral, la creación de los formularios de registro, la entrevista incluso la comunicación que se

tiene por correo o por teléfono. Tener un buen trato es la clave para fidelizar al talento humano desde el inicio y no perderlos en el proceso. Pensar en el postulantes y cuidarlo durante todo el proceso de selección como si ya fuera parte de la organización. Si se le enamora, se logrará recomendaciones y referencias a otros postulantes incluso si no hubiera sido contratado.

- Estrategia de referidos: Los colaboradores son los representantes de la marca de la organización y son los que tienen mayor conocimiento de la cultura organizacional. Creando una estrategia de referidos y dando incentivos a los colaboradores por recomendar y compartir las convocatorias se conseguirá candidatos que se adapten fácilmente a la cultura de la empresa, de esa forma se hará que la rueda del Inbound Recruiting continúe dando vueltas. Así como se evidencia en las estadísticas presentadas en la Figura 11.

Figura 11

Estadísticas de Candidatos Referidos



Nota. La figura muestra que la tendencia de candidatos referidos es una de las mejores alternativas para reducir costes de reclutamiento y rotación de personal, tomado de Talent Clue

- Levantar información de los colaboradores: conocer sobre la opinión de los colaboradores ayudará a los postulantes a conocer mejor la marca organizacional y por ende atraer a más talento idóneo a la empresa. Realizar encuestas y mostrar los resultados sobre cómo es laborar en la empresa, cómo es el ambiente del trabajo, que posibilidades tienen de crecimiento profesional, serán puntos clave para atraer y convencer a los postulantes a elegir a la empresa y no a la competencia. Preguntarles sobre el proceso de selección y qué les agrado del mismo, cómo supieron de la empresa, quien les dio la referencia, etc. Toda esta información es muy valiosa. Así como para difundirlo para que varios puedan conocer y de esta forma optimizar fases del proceso con deficiencias y potencializar las que nos dan muy buen resultado. De forma adicional, los comentarios de postulantes descartados también ayudarán a mejorar a los gestores de la relación con el talento. Tener en cuenta que es un punto primordial en esta primera parte del Inbound Recruiting.

2.3.1.8. Beneficios del Inbound Recruiting

Teniendo el conocimiento de cada fase y proceso, así como el uso de las herramientas necesarias para cada fase, las cuales nos permitirán dominar esta metodología, ahora se expondrán las principales ventajas al hacer uso de esta estrategia:

- Las organizaciones logran un considerable ahorro en bolsas laborales pagadas, reduciendo la dependencia de las mismas para conseguir candidatos, ya que tienen mayor beneficio de sus páginas web, bolsas de empleo de la misma organización, así como las redes sociales.
- Los postulantes ya tienen conocimiento de la cultura organizacional por lo que se adaptan con mayor facilidad debido a que la organización a dado a conocer con

anticipación sobre cómo es el trabajo en el mismo, que valores tiene y cual es su misión.

- El periodo de contrato disminuye incluso a más de la mitad, debido a que el talento idóneo es más sencillo de encontrar haciendo uso esta metodología, además de que hay menos inversión ya que se tiene herramientas de gestión automatizadas.
- Al ser el candidato el centro del proceso dará buenas referencias a sus conocidos, compañeros de trabajo y amigos, haciendo que tengamos mayores candidatos. Es por ello que debemos tener excelencia durante todo el proceso para que el candidato pueda llevarse la mejor experiencia.

2.3.1.9. Organizaciones que aplicaron el Inbound Recruiting.

Presentaremos algunos casos de éxitos de empresas que lograron implementar completamente el inbound Recruiting.

- Google: Organización Americana especialista en brindar servicios y productos que tengan que ver con dispositivos electrónicos, internet, software entre otras tecnologías. Así también Google es una de las empresas que constantemente innova cuando se trata de gestión de personal, ya que llevan mucho tiempo enfocándose en el talento humano, que inician desde los procesos de selección. La estrategia de Google es dejar que los talentos interesados en formar parte de la organización sean los que busquen contactar a los encargados de los procesos de contratación. Es tanto el interés en el factor humano que Google creó cuentas en diversas redes como, Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, con el nombre de Life at Google para publicar contenido relacionado al diario vivir en la organización. En la que los colaboradores son quienes dan a conocer su forma de trabajo así como detallan sus actividades como: ¿Cuáles son los horarios de trabajo?, ¿Cómo se

trabaja en Google?, ¿Cómo es la distribución de espacio?, ¿Qué opinan los trabajadores sobre el modelo de gestión?. Paralelamente, Google administra otras cuentas para responder las preguntas de los futuros postulantes como es: Google Developers y Google Design.

- Tesla.Motors: Empresa estadounidense que fabrica, diseña y vende automóviles eléctricos, tiene como modelo de negocio brindar opciones novedosas y efectivas a diversas situaciones a nivel global. Tesla cuenta con una forma efectiva para enamorar a los candidatos y futuramente contratar a los mejores profesionales, ello gracias a que transmiten su visión comercial, cuenta con una página web amplia únicamente destinada a la promoción del objetivo organizacional, así como su sistema de gestión de ofertas laborales y el apartado tiene por nombre Working at Tesla. Es de esta forma que los postulantes registran su postulación para ser parte del proceso de selección y lograr cubrir las diversas posiciones vigentes, así como ya conocen sobre la forma de trabajo en la empresa.
- Marriott. Es una empresa con la mayor cadena de hoteles en el mundo, destacando en el mercado por la calidad de servicio a clientes con mayor poder adquisitivo. Sus clientes tienen conocimiento de que les brindarán una atención de primera calidad, así como los detalles y van a disfrutar de cada servicio. Por ese motivo ellos tienen la necesidad de contar con profesionales que encajen con esta estrategia comercial basada en buscar de manera frecuente la excelencia y calidad de servicio, por lo que el inbound recruiting les ayudó a lograrlo. Marriott tiene un perfil abierto en la red de Twitter en el que comunica los beneficios que tiene un profesional al desarrollarse dentro de la organización, así como para responder las preguntas de las personas interesadas en poder postular.

- McDonald's. Es una cadena de hamburgueserías a nivel mundial, quienes implementaron la metodología del reclutamiento entrante "inbound Recruiting" transmitiendo la mejor cara de la cadena de tiendas como marca empleadora. Ellos introdujeron la idea de las "3 Fs" : "Family & Friendly, Flexibility y Future", que definen la experiencia de trabajar en la organización, siendo las 3 Fs los principales motivos por lo que un profesional desea formar parte de la organización. La organización estadounidense ratifica que los colaboradores interactúan entre ellos como si de una familia se tratara, así como existe opciones de flexibilidad laboral y dan la oportunidad a la promoción interna ya que abren camino para que los mejores empleados sean promovidos, los cuales son 3 puntos cruciales que hoy en día atraen a muchos postulantes interesados en ingresar a la empresa sin requerir de invertir en costosas campañas de reclutamiento.
- Decathlon Multinacional Francesa, es una serie de tiendas enfocadas a la venta y distribución de material deportivo a nivel mundial. Hace algunos años la empresa invirtió en personal y dio un presupuesto definido para la gestión de los procesos de atracción de personal, teniendo como resultado realizar un trabajo laborioso al momento de revisar los cvs y analizar las candidaturas y teniendo como resultado que la mayor parte de candidatos no contaban con los requisitos mínimos deseados del perfil de puesto. Por ese motivo cambiaron su estrategia de reclutamiento poniendo en práctica la del Inbound Recruiting. Para ello automatizaron y digitalizaron su proceso de reclutamiento que les permite recibir una gran cantidad de información de personal interesado en la oferta y que esté debidamente segmentado. De forma adicional en su página de empleo, los colaboradores comparten sus experiencias su forma de trabajo, videos de su labor, que permite conocer

mejor a la empresa y hacerla atractiva para futuros profesionales interesados en la organización.

2.3.2. Resiliencia

2.3.2.1. Definiciones de Resiliencia

A través de los años, la definición de resiliencia fue cambiando y evolucionando siendo así que varios autores la definen de las siguientes formas:

Yaria (2005) plantea que el uso de estrategias constructivas para solucionar problemas y aprender a convivir con los mismos hace referencia a la resiliencia.

Wolin y Wolin (1993) refieren que la capacidad que posee una persona para superar una situación adversa mediante la creación de procesos internos que mejoran la capacidad del individuo, tiene que ver con resiliencia. Ellos definieron la misma como un rasgo de personalidad que transmite fuerza emocional y que aprovecha los recursos internos para modular el impacto negativo de una experiencia frustrante, para permitir la tolerancia, la reestructuración y la curación de las adaptaciones físicas, mentales y emocionales posteriores. de quienes las experimentan, así es como conduce a un auto-reforzamiento positivo.

Para Wagnild y Young (1993) la resiliencia “es una cualidad de personalidad que modera el efecto negativo del estrés y fomenta la adaptación. Ello connota vigor emocional y es usado para describir a sujetos que muestran valentía y adaptabilidad ante los infortunios de la vida”. (Citado en el manual de escala de resiliencia de Wagnild y Young, p.06)

Munist y Suárez (2007) manifiestan que sobrellevar, manejar y superar situaciones difíciles, adversas y que hasta puedan utilizar estas circunstancias para hacer cosas extraordinarias,

es la capacidad del ser humano definida como resiliencia. Dicho de otro modo es la adaptación del ser humano a circunstancias hostiles.

En definitiva, aquello que le permite al individuo tener una vida saludable a pesar de que el entorno en el que se desarrolla sea disruptivo, son un conjunto de procesos internos que tienen por nombre Resiliencia. Es por esto que uno no nace siendo resiliente, sino que lograr adquirirlo a través de los procesos antes mencionados que se da a lo largo de la vida. (Villalba, 2014).

Por otro lado desde el punto de vista de la automotivación sobre la resiliencia, Forés y Grané (2012) muestran que está relacionada con un cambio perceptible sobre la visión, sobre las percepciones de otras personas, sobre asumir todo lo que sea posible, cambiando de un estilo con déficit a uno con potencial; así también tiene que ver con ir de la realidad a la esperanza conservando la realidad, quiere decir, manteniendo la consciencia sobre las limitaciones individuales y situaciones adversas, entendiendo que hay heridas que se mantienen a través del tiempo y la vida por lo que es importante reconocerlas y vivir con las mismas sin embargo, Puig y Rubio (2011) luego de realizar un estudio detallado de varios autores, refieren que existe algunas diferencias entre los conceptos que hacen referencia al sujeto de la definición y al de estudio, dando a conocer así su propuesta teórica.

Así mismo Grotberg (citado en Melillo, 2002) menciona que “la capacidad del ser humano para hacer frente a las adversidades de la vida, aprender de ellas, superarlas e inclusive, ser transformados por estas.” (p. 18) es entendida como resiliencia. Menciona también que salud mental y psicológica de las personas es uno de los resultados de la resiliencia.

Dicho concepto, según Villalba (2004) “proviene del término latino *resilium*, que significa volver atrás, volver de un salto, volver al estado inicial, rebotar” (p. 2)

Por otro lado Vanistendael (citado en Puerta, 2007) refiere que la resiliencia “es la capacidad de una persona o de un sistema social para vivir bien, de manera socialmente aceptable y desarrollarse positivamente a pesar de las condiciones de vida difíciles” (p. 2).

2.3.2.2. Características de la Resiliencia

Entendiendo claramente la definición de resiliencia, continuamos con dar a conocer las particularidades que sobresalen de la resiliencia.

Según Olsson, et al. (2003) muestran a la resiliencia con las características de un individuo resiliente, considerando que tiene las siguientes habilidades:

- Adaptación exitosa al cambio,
- Personalidad fuerte e invulnerable y
- Habilidad para tener interacciones dinámicas entre situaciones riesgosas y de protección, de forma interna como externa.

Para Wolin y Wolin (1993) las 7 columnas de una persona resiliente son:

- Capacidad de autoevaluarse, introspección: que es la perspectiva que uno tiene de si mismo, que se origina desde el momento de evaluar los pensamientos, conductas, emotividad, limitantes: con el fin de tener una mejor forma de manejar las situaciones difíciles.
- Capacidad para manejarse de forma independiente: definida como la habilidad para considerar límites físicos y emotivos entre el mismo individuo y todos los recursos exteriores, como el medio ambiente, individuos cercanos, todo lo que le rodea sin llegar a aislarse.

- Capacidad para generar relaciones saludables: Se requiere a la capacidad para generar diálogo, conectar de forma óptima con las personas que lo rodean, entablando estrechos lazos de fraternidad.
- Capacidad de generar iniciativa: refiere a que la persona resiliente es aquella que asume de manera voluntaria y consciente los retos que se le presentan y que permiten una mejora creciente en su desarrollo, tornándose responsable de las circunstancias difíciles que se manifiestan a través de la vida.
- Capacidad de mantener un sentido del humor: hace referencia a la facultad para manejar las situaciones problemáticas y hostiles con buen humor y gracia.
- Capacidad para crear: Es la habilidad para generar de forma creativa belleza así como innovar en medio de la situación caótica y hostil.
- Capacidad de mantener la moral: mantener la consciencia moral y los valores conocimiento del bien y el mal y el compromiso de aplicarlos así uno se encuentre en situaciones hostiles.

Con el tiempo Suarez (2004) actualiza y mejora los principios mencionados por Wolin y Wolin (1993) dando a conocer 4 competencias que son:

- Habilidad social: Son aquellas habilidades sociales y prosociales, que están confirmadas por el amor a uno mismo, capacidad de empatizar, buen humor, flexibilidad y adaptabilidad al cambio, buena moral, capacidad creativa y optimismo.
- Habilidad para resolver situaciones problemáticas (relacionado con la iniciativa): Es la habilidad de usar el pensamiento reflexivo y la flexibilidad para identificar alternativas de solución a situaciones hostiles.

- Habilidad para manejarse de forma autónoma: relacionado con capacidad de tener control de su propia identidad y manejarse de forma independiente.
- Capacidad de visualizar el futuro de forma positiva: es aquella expectativa que se tiene del futuro de forma optimista, considerando ser precavidos, tener coherencia con la realidad y el futuro y sobre todo anticiparse a situaciones difíciles pero visualizarlas de forma optimista.

No obstante, fue Polk (1997) el que pudo darnos una concepción mucho más precisa de las características de la resiliencia, luego de estudios a detalle, logró elaborar 26 características que definen a la resiliencia, las que llegaron a resumirse a 6 y finalmente a 4 luego de varias mezclas entre ellos, los cuales son:

- Patrón de predisposición: Implica atributos psicológicos y físicos relacionados con el ser. Así como competencias personales con relación a uno mismo, son considerados atributos psicosociales.
- Patrón de relaciones: Implica aquellas relaciones que involucran el desarrollo de la resiliencia, características en cuanto a roles y relaciones interpersonales. Este aspecto considera puntos internos y externos que amplíen una red social así como faciliten una relación de confianza.
- Patrón de situaciones: Tiene que ver con la capacidad de autoanálisis para identificar si es posible actuar o no en base a las experiencias desarrolladas. Siendo un patrón de acercamiento a las situaciones estresantes e identificación de la habilidad cognitiva en esa situación.
- Patrón de la filosofía: Implican las creencias y conceptos personales adquiridos a través de la vida. Los cuales son anclas para responder ante cualquier circunstancia.

Forés & Grané (2010) menciona que el proceso que evidencia la interacción dinámica entre la persona y las situaciones hostiles que se presenten a lo largo de su vida tiene que ver con una característica de la resiliencia, y que no necesariamente es exclusiva y personal, sino que depende del desarrollo y las situaciones que influyen a que estas características se manifiesten.

2.3.2.3. Tipologías de Resiliencia

Acorde a los componentes mencionados con anterioridad, se determina las tipologías de la resiliencia que son visibles durante la vida de la persona.

Es por ello que Sánchez (2015) propone una clasificación dando a conocer cuatro tipos:

- La resiliencia personal: refiere a que cada individuo asume de forma individual las circunstancias difíciles que le suscitan a través de su vida y las maneja de forma positiva y optimista, formando así su carácter.
- La resiliencia en la familia: Es asumir las situaciones hostiles junto a la familia, en la que deberán superar toda dificultad en unidad, lo cual forma y fortalece la confianza entre los miembros de la misma.
- La resiliencia comunitaria o social: Está conformado por el círculo social al cual pertenece el individuo, que pasan por situaciones hostiles con quienes logran superarlas.
- La resiliencia grupal: Este tipo hace referencia a la capacidad para superar las situaciones hostiles personales así como las sociales, ambas situaciones presentadas a la par y logrr superarlas.

2.3.2.4. Componentes que determinan ser resiliente

Tomando en cuenta los tipos de resiliencia, mencionaremos los componentes que determinan que un ser humano sea resiliente.

Tomando en cuenta a Rimari (2008) aquello que determina que un individuo sea resiliente se debe a que los componentes protectores internos y componentes del medio ambiente, que contienen una relación de caracteres elementales que mostramos:

a) Componentes defensores internos

Se refiere a las peculiaridades individuales que promueven la resiliencia tal como:

- Brindar apoyo a individuos externos o una causa externa.
- Hacer uso de habilidades que permitan una sana convivencia, tomar adecuadas decisiones, ser asertivos, tener un control de cada uno de los impulsos y aprender a resolver de forma óptima situaciones problemáticas.
- Ser sociable, es la habilidad para entablar amistades y relaciones sanas que permitan un desarrollo óptimo y le den otra perspectiva de las situaciones hostiles.
- Tener una gran capacidad de humor, ver de forma positiva el futuro, manejarse de forma independiente y autónoma, así como control interno de impulsos.
- Capacidad de ser flexibles, habilidad para lograr generar aprendizajes en las situaciones en las que uno se encuentre, promoviendo la automotivación.
- "Es idóneo o idónea" para encajar en algún tipo de situación, habilidades personalidad, tener amor propio, y seguridad en si mismo para manejarse frente a alguna situación.

b) Componentes defensores ambientales

Se refiere a aquellas circunstancias ya sean familiares, en el centro de estudio, en la comunidad en la que vive y el círculo grupal que promueven la resiliencia.

- Que promuevan las relaciones cercanas, que promuevan la educación.
- Hacer uso de una forma de relación amical cálida y no crítica.

- Tener en claro los límites, las reglas, normas de convivencia, leyes, que sean establecidas en la sociedad.
- Promover la interacción y el apoyo para individuos afines.
- Motivar la conducta de brindar apoyo y servicio a los demás.
- Proporcionar camino para cubrir las necesidades básicas como es un lugar para vivir, tener trabajo, contar con una buena salud, tener atención y recreación.
- Manifestar perspectivas de alcanzar el éxito y estas sean realistas.
- Fomentar el establecerse metas y lograrlas.
- Promover la formación y desarrollo de habilidades sociales y pro-sociales tal como es el altruismo, los cuales generen habilidades cooperativas y que fortalezcan la convivencia.
- Fomentar el liderazgo, la toma adecuada de decisiones y posibilidades de involucrarse significativamente en la sociedad,
- Valorar a los individuos con talento innato considerando que cada uno tiene un talento específico y valioso.

2.3.2.5. Modelos Teóricos de Resiliencia

Considerando claramente las características de la resiliencia, se presentarán los enfoques y modelos teóricos que más resaltan en relación a la misma.

a) Psicología Positiva

Según Seligman y Csikszentmihalyi (2000) refieren los medios intrínsecos del ser humanos como: sentirse bien, la capacidad de sentir satisfacción, ser optimistas, lograr la felicidad; no son centro de estudio de la psicología tradicional, ya que se enfocan

principalmente en estudiar las enfermedades mentales, mermando y hasta ignorando las ventajas que proporcionan estas características que ayudan a un individuo.

De la misma forma Melillo y Suárez (2001) indican que la psicología dejó de lado el estudio de los recursos internos del ser humano que pueden prevenir los problemas mentales, enfocándose principalmente en estudios centrados en temas de vulnerabilidad social y riesgos que traen consigo problemas psicológicos, traumas, culpabilidad, temores, adicciones, trastornos mentales entre otros.

Es por este motivo que la psicología positiva, nos permite estudiar la conducta del ser humano desde un punto de vista alentador, teniendo como objetivo ampliar el estudio de la psicología clínica, abordando a la persona desde una perspectiva integradora por lo que se considera al ser humano como protagonista de su realidad y que la ama tal cual (Greco, Ison y Morelato, 2007) este pensamiento se fundamenta en investigaciones que revelan que las personas que experimentar situaciones emocionales positivas fortalece la forma saludable de pensar, lograr ser creativos para dar soluciones a diversos problemas internos, favoreciendo el desarrollo de la flexibilidad cognitiva, fomentando respuestas generosas y con altruismo, incrementando los recursos intelectuales y disminuyendo la propensión a la depresión (Seligman, 2003).

En este sentido los investigadores que estudiaron la resiliencia, la definieron como la capacidad de la persona para afrontar las circunstancias hostiles de la vida diaria de forma adecuada y logrando superarlas en favor de su desarrollo; dan por descubierto la corelación que hay entre la variable de la resiliencia y las emociones positivas.

De la misma forma Fredrickson (2001) confirmó que para fortalecer la construcción de recursos individuales como son los físicos, psicológicos y sociales, para enfrentar

situaciones hostiles, un factor principal son las emociones positivas. De esta forma para el desarrollo de una persona resiliente se requiere tener de los recursos aprendidos desde las emociones positivas que le permitan manejarse en situaciones problemáticas (Greco et al., 2007).

b) La resiliencia desde la logoterapia

Según Acevedo (2002) conducir al ser humano en búsqueda espiritual, aportando en la búsqueda de su propósito de vida, apoyándose en las normas y valores de la convivencia, son el principal objetivo de la logoterapia. Así también indica: “Cada ser humano tiene la posibilidad de vivir valores de creación (dar) de experiencia (recibir) y de actitud (ante una circunstancia) siendo una experiencia intransferible que tiene cada persona, por el valor y la posibilidad de desarrollo en la unidad de su existencia” (p. 31).

Del mismo modo Frankl (1983) manifestó: “sabemos que si existe realmente algo que permite a los hombres mantenerse en pie en las peores circunstancias y condiciones interiores y afrontar así aquellos poderes del tiempo que a los débiles les parecen tan fuertes y fatales, es precisamente el saber a dónde va, el sentimiento de tener una misión” (p. 44).

Con esta base, podemos inferir que el punto en común de la resiliencia y la logoterapia es identificar los elementos protectores y el cambio de conducta negativa a nuevas posibilidades. La logoterapia promueve y fortalece al ser humano al conducirlo en el camino del descubrimiento de sus valores y recursos, que es lo que la resiliencia necesita (Acevedo, 2002)

c) Psicología humanista.

Según Maslow (1991) nos presentó el triángulo de las necesidades en las que describe de forma jerárquica que el ser humano lo requiere enfocándose en cinco principios

los cuales denomina necesidades básicas que son: “fisiológicas, de seguridad, de pertenencia y amor, de autoestima y de autorrealización”. Para satisfacer las necesidades superiores es importante que primero puedan satisfacerse las interiores. De esta forma resalta que “la autorrealización es posible sólo si las necesidades inferiores han sido satisfechas en forma suficiente de modo que no reduzcan o absorban las energías básicas de una persona” (p.140).

Es de esta forma que el ser humano aprende a usar los recursos que posee acorde a las necesidades que tenga que satisfacer estableciendo cierto orden en progresión en sus necesidades, y ello ocurre a lo largo de su vida.

Para finalizar, Monroy, Rozo y Sierra (2006) concluyen que el ser humano con resiliencia es aquella que hace uso de sus recursos desarrollados desde la infancia y durante toda su vida; en base a las experiencias que se le presentan para enfrentar momentos difíciles sin que generen un desbalance emocional que le permitan satisfacer sus necesidades de forma proporcional hasta llegar a la plenitud en la cima de la pirámide.

d) Modelo ecológico.

Según Ehrensaft y Tousignant (2003) hicieron uso del modelo ecológico de Bronfenbrenner (1979) para demostrar la forma en la que se conduce un niño resiliente en el lugar en el que se desarrolla; en base este planteamiento, el niño construye una ecología social el cual se encuentra dividido en cuatro sub-sistemas, siendo un tanto problemático tener el control de cada uno, a pesar de que actúan engranados de forma prioritaria:

- Ontosistema, que tiene que ver con peculiaridades propias del niño.
- Microsistema que tiene que ver con quienes vive, la familia.
- Exosistema que está compuesta por la sociedad y la comunidad

- Macrosistema que está compuesta por la cultura y sistema político)

No obstante, Bronfenbrenner (1979) descarta al ontosistema y lo considera dentro de los microsistemas, adicionando así el mesosistema que contiene a 2 a más microsistemas.

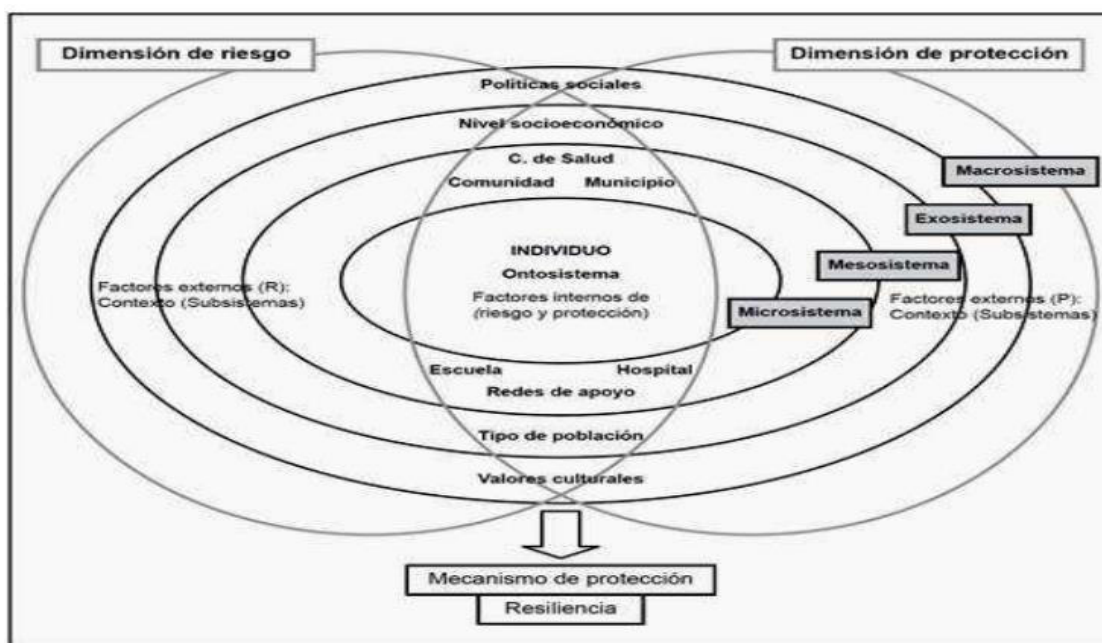
Desde de los cuatro sub-sistemas presentados a inicio por Bronfenbrenner que confirman sobre el modelo ecológico social del niño, Morellato (2011) declaró sobre dos elementos que componen la resiliencia, los cuales son los propiamente dichos y los de riesgo.

- Los elementos propiamente dichos, tienen una sub división en internos y externos:
 - Los recursos internos tienen que ver con la biología, como es el desarrollo del cerebro y el sistema nervioso central, la genética, el temperamento; de la misma forma considera los recursos psicológicos que tiene que ver con el apego, el desarrollo de la autoestima, la capacidad de afecto y la conducta; todo ello parte del microsistema.
 - Por otro lado, los externos se visualiza en relación al sub-sistema que se acople, es así que la familia, padres y apoderados se encuentran en el microsistema, con quienes se generan un vínculo significativo; los elementos externos relacionado con el mesosistema, refiere a la relación de la familia con los centros de estudios, la población, la familia extensa, la posibilidad de vías de comunicación, llamados también redes de apoyo secundarios. En relación al exosistema, tiene que ver con lo externo a lugar en el que se maneja el niño.

- De igual modo, cada uno de los sub sistemas contiene a forma indistinta a los elementos de riesgo. Como muestra, la violencia infantil se encuentra en el microsistema; los problemas en el colegio, como el bulling, problemas laborales, dificultad para acceder a redes de ayuda son parte del mesosistema; la pobreza, el desempleo o los problemas relacionados a riesgos sociales se ubican en el exosistema; y como último punto la ausencia de leyes para proteger a los niños y adolescentes están dentro del macrosistema (Greco et al., 2007) (Morellato, 2005). En la Figura 12 podemos apreciar el proceso de resiliencia aplicado al modelo Ecológico.

Figura 12

El proceso de resiliencia aplicado al modelo ecológico



Nota. Esta figura simboliza el proceso de resiliencia, adecuado para entender los elementos a partir del modelo ecológico. Tomado de la autora Morellato (2009). Quien adaptó “Resiliencia en el maltrato infantil: aportes para la comprensión de factores desde un modelo ecológico”, p. 212

e) El modelo de Henderson y Milstein.

Henderson y Milstein (2003) manifestaron este modelo en un ambiente académico, específicamente una escuela, teniendo como enfoque central que los individuos caritativos en ambientes educativos suelen propiciar el desarrollo de resiliencia en ellos mismos y en los educandos.

Dicho modelo se constituye por 6 etapas los que se conforman por 2 grupos con 3 propósitos cada uno, los cuales favorecen al desarrollo de la resiliencia. Las 3 etapas primeras se constituyen el 1° grupo dirigido a reducir los peligros y crear vínculos sociales fuertes y sanos, que permitan un buen desarrollo. El 2° grupo, está constituida por las 3 últimas etapas, en el que su foco principal es la creación específica de la resiliencia por medio de 3 puntos específicos: proporcionar amor y ayuda incondicional, fomentar y establecer perspectivas altas, y finalmente dar posibilidades de participación relevante.

f) Modelo de Wagnild y Young: bifactorial de la resiliencia.

Wagnild y Young (1993) indican que la particularidad positiva del ser humano que le ayuda a resistir, soportar la adversidad, situaciones hostiles y a pesar de todo tener una conducta correcta, se le llama resiliencia. Así también, se entiende como la capacidad del ser humano para superar, sobre llevar y fortalecerse de las situaciones adversas que presenta la vida o situaciones de frustración por las que atraviese.

Es por ello que los autores tomaron en cuenta 2 factores:

- Factor I: que hace referencia a los componentes individuales “Competencias personales”; caracterizado por la autoconfianza, lograr ser independiente. Capacidad de toma de decisiones, sentirse invencible, poderoso, capacidad creativa, ingenioso y perseverancia;

- Factor II: que tiene que ver con aceptarse y aceptar la vida “aceptación de uno mismo y de la vida”, que hace referencia a la habilidad para adaptarse, lograr homeostasis, así como la flexibilidad y lograr una visión de estable de la vida que permita al individuo aceptar la vida, con un sentimiento de sosiego a pesar de las situaciones adversas;

La fusión de ambos puntos, nos dan a conocer cinco características fundamentales consideradas dimensiones.

2.3.2.6. Dimensiones de la resiliencia.

Partiendo de la teoría bifactorial de Wagnild y Young (1993) es posible representar las cinco dimensiones que tengamos como consecuencia de la fusión de ambos factores:

- La ecuanimidad: Nos da a conocer la perspectiva de una vida estable y equilibrada, así como la experiencia ganada en el transcurso de la misma, tomando con calma las situaciones hostiles, o adaptando su conducta en relación al infortunio.
- La perseverancia: Manifestada como la continuidad y perseverancia del individuo a circunstancias hostiles y difíciles. Motivado por grandes ganas de logros y victorias, que solo pueden ser resultado de una autodisciplina.
- La confianza en sí mismo: Es confiar y creer en la habilidad desarrollada a lo largo de su vida así como las capacidades que uno posee.
- La satisfacción personal: Es el entendimiento del significado de vida y asumir el reto de comprenderla y valorar cómo cada individuo aporta a la misma.

- El sentirse bien sólo: Se distingue por la libertad y la satisfacción que se tiene por la misma, así como ser conscientes que cada uno valioso y único.

CAPITULO 3: METODOLOGÍA

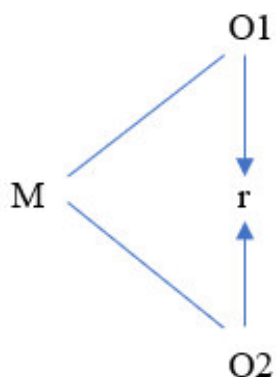
3.1. Tipo y Diseño de Investigación

Tomando en cuenta la teoría de Hernández (2016) el presente estudio tendrá un enfoque de cantidad “cuantitativo”, debido a que al aplicar los instrumentos que recolectan los datos de las dos variables, los resultados obtenidos son numéricos, los cuales se procesaran de forma estadística.

Este estudio es de alcance descriptivo-correlacional. Consideramos descriptivo porque se va a presentar los resultados numéricos de por cada variable presentada la cual es investigada, donde detallará información y datos con relación a las variables. Es correlacional porque se va a relacionar la información obtenida luego de aplicar los instrumentos del Inbound Recruiting y la Resiliencia; es decir, se va a analizar el grado de correlación que identificaremos de ambas variables como son el Inbound Recruiting y la Resiliencia

La presente investigación busca medir el nivel de correlación entre ambas variables, así también el nivel de intensidad que existe en dicha relación..

El diseño correlacional tiene como esquema el siguiente



Leyenda:

M = Representa la muestra en estudio.

O_1 = Inbound Recruiting

O_2 = Resiliencia

r = Relación entre las dos variables

3.2. Unidad de Análisis

La unidad de análisis son los postulantes en la empresa W2 Asesores Y Consultores.

3.3. Población de Estudio

La población para la presente investigación está compuesta por postulantes a la empresa W2 Asesores y Consultores.

3.4. Tamaño de muestra

Estará constituida por 314 postulantes en la empresa W2.

- Tamaño de la población: 1400
- Nivel de confianza 95%
- Margen de error 5%
- Tamaño de la muestra: 314

Ya con toda esta información numérica se aplica la fórmula presentada en la Figura 13 y se obtiene el tamaño de muestra mencionado.

Figura 13

Fórmula de cálculo de muestra

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

N = tamaño de la población • **e = margen de error (porcentaje expresado con decimales)** • **z = puntuación z**

Nota. La figura nos muestra la fórmula que permite calcular la muestra en base a una población, tomado de SurveyMonkey

3.5. Selección de Muestra

Estará constituida por personas escogidas al azar por los postulantes en la empresa W2.

3.6. Técnicas de Recolección de Datos

3.6.1 Técnica

Se utilizó la técnica de la encuesta, está según De la Cruz, I., Morales, J. & Carrasco, G.(2006) Es una herramienta usada para investigar, examinar y recabar datos, por medio de una serie de interrogantes planteadas de manera directa o indirecta efectuada a la muestra. Teniendo en consideración esta técnica, recolectaremos la información con la técnica de la encuesta, se aplicará un cuestionario a cada postulante a la empresa W2 Asesores y Consultores

3.6.2. Instrumento

La técnica usada en el presente estudio es la encuesta que tiene por instrumento al cuestionario, según De la Cruz, I., Morales, J. & Carrasco, G. (2006) el cuestionario consta en una relación organizada de preguntas coherentes planteada a la unidad de análisis, que tienen como

características ser claras, precisas y objetivas, de esta forma todos sean resueltos bajo una misma medida.

- Inbound Recruiting

Para poder evaluar el Inbound Recruiting la técnica de recolección de información es la adaptación de la encuesta creada por Alvares y Ramirez (2016) encuesta que originalmente evaluó el Inbound Marketing,

Es una encuesta que constan en 25 preguntas relacionadas a las dimensiones del Inbound Marketing, teniendo en consideración que el Inbound Recruiting tiene las mismas dimensiones, pero enfocadas en el candidato.

De las estrategias de marketing usadas de forma convencional, existen las que sobresaltan caracteres tangibles que tienen relación con la calidad y satisfacción de lo que la organización ofrece, ya sea productos o servicios, que dependen de las experiencias provocadas que condicionan la compra y recompra de los productos o servicios de la empresa, y el sentimiento inspirado, que tiene que ver con los valores de la organización ancladas en el consumidor, teniendo en cuenta lo mencionado la encuesta busca:

- Evaluar el nivel de satisfacción los postulantes a la hora de participar de una convocatoria
- Determinar el grado de impacto de las metodologías de fidelización.
- Determinar el grado de lealtad hacia la consultora.
- Y finalmente identificar los atributos de valor

- Resiliencia

La técnica de recolección de datos utilizada es la “Escala de Resiliencia de Wagnild & Young (ER)” que evalúa el grado de resiliencia de la unidad de muestra, así como de cualquier persona; esta escala puede ser aplicada de manera individual o grupal. Dicha escala cuenta con 25 interrogantes, que son evaluados en una escala de Likert de 7 puntajes, partiendo del 1 que tiene la interpretación de estar en desacuerdo, hasta el número 7 que tiene como interpretación la posibilidad máxima de estar de acuerdo. Esta escala consta de 5 dimensiones propuestas por Wagnild & Young que son: Confianza en sí mismo que contiene 7 preguntas, ecuanimidad que contiene 4 preguntas, perseverancia que contiene 7 preguntas, satisfacción Personal que contiene 4 preguntas y sentirse bien solo que contiene 3 preguntas. Las puntuaciones están entre los 25 a 175 puntos, en el que el mayor puntaje indica mayor resiliencia.

Novella (2002) es quien traduce al español y analiza psicométricamente la escala, adaptando así la escala original en Perú. Todo ello lo realizó en un estudio que realizó a una unidad de análisis de 324 alumnas de las edades de 14 y 17 años del Colegio Nacional de Mujeres “Teresa Gonzales de Fanning”, ubicado en la ciudad de Lima, distrito de Jesús María.

FICHA TÉCNICA

- Nombre de la Escala : Escala de Resiliencia
- Autores : Wagnild, G. Young H. (1993)
- Adaptación peruana : Novella (2002)
- Administración : Individual, Colectiva
- Duración : de 25 a 30 minutos
- Aplicación : Jóvenes y adultos |

- **Significación** : Esta escala valora la resiliencia bajo sus dimensiones como son: Ecuanimidad, Sentirse bien solo, Confianza en sí mismo, Perseverancia y Satisfacción. De igual manera, considera una escala total. En la tabla 1 se presenta las categorías o niveles de diagnóstico por factores, y en la tabla 2 el diagnóstico por puntajes totales.

Tabla 1

Escala de Resiliencia: Categorías o niveles diagnósticos por factores

Niveles de resiliencia	Confianza de sí mismo	Ecuanimidad	Perseverancia	Satisfacción personal	Sentirse bien solo
Alta	54 a 60 o más	26 a 28 o más	50 a 55 o más	29 a 31 o más	23 a 25 o más
Media alta	46 a 53	23 a 25	45 a 49	25 a 28	19 a 22
Media	28 a 45	17 a 22	32 a 44	18 a 24	12 a 18
Media baja	20 a 27	14 a 16	27 a 31	14 a 17	9 a 11
baja	12 a 19	11 a 13	21 a 26	11 a 13	5 a 8

Tabla 2

Escala de Resiliencia: Categorías o niveles diagnósticos puntajes totales

Nivel de Resiliencia	Percentil	Puntajes directos de la escala
Alta	90-99	De 158 a 175
Media alta	75-89	De 151 a 157
Media	50-74	De 141 a 150
Media baja	25-49	De 128 a 140
Baja	24 a menos	De 25 a 127

3.6.2.1. Validez de los Instrumentos

Se entiende por validez de un instrumento, que este mide aquello que busca medir; es la coherencia que existe entre la variable (propiedad medible) y el instrumento a utilizar que es la encuesta. Según Fernández, Cayssials y Pérez (2009) la comprobación de la muestra de preguntas incluidas en los cuestionarios cubre, en definitiva, todas las dimensiones y aspectos relevantes de la variable estudiada que será medida, lo cual se refiere a las evidencias de validez de contenido, en este sentido en nuestra investigación se optó por realizar la validez con fundamento en el contenido realizando el análisis de jueces mediante el Coeficiente de Validez V de Aiken. Según Pedrosa, Suarez y García (2014) se toma en consideración la cantidad de dimensiones proporcionadas a los jueces y el número de jueces participantes. Es sobre esta información que se obtiene un grado de acuerdo que tiene fundamento en la distribución normal y desde este punto se logra una probabilidad asociada a cada pregunta. La expresión matemática del mismo se presenta en la Figura 15.

Figura 14

Expresión Matemática de Coeficiente V de Aiken

$$V = \frac{S}{(n(c - 1))}$$

Donde:

- **S** = Sumatoria de si
- **si** = Valor Asignado por el juez i
- **n** = número de jueces
- **c** = número de valores en la escala de valoración

Nota: fórmula de aplicación de coeficiente V – Aiken fuente: Fernández, Cayssials y Pérez (2009)

Escala de Inbound Recruiting

Tabla 3

Análisis de jueces mediante la V-Aiken de la escala de Inbound Recruiting (n = 5)

Variable	J1			J2			J3			J4			J5			Acierto	V-Aiken	Inte. V
	R	P	C	R	P	C	R	P	C	R	P	C	R	P	C			
Atrae	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100%	VALIDO
Convierte	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100%	VALIDO
Contrata	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100%	VALIDO
Enamora	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100%	VALIDO

Nota. R = Relevancia, P = Pertinencia, C = Claridad, IR = Inbound Recruiting, Int. V = Interpretación Valida, V-Aiken = Coeficiente V-Aiken, n = Numero de jueces

Escala de Resiliencia

Tabla 4

Análisis de jueces mediante la V-Aiken de la escala de Resiliencia (n = 5)

Variable	J1			J2			J3			J4			J5			Acierto	V-Aiken	Inte. V
	R	P	C	R	P	C	R	P	C	R	P	C	R	P	C			
Perseverancia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100%	VALIDO
Ecuanimidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100%	VALIDO
Confianza en sí mismo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100%	VALIDO
Satisfacción personal	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100%	VALIDO
Sentirse bien solo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	100%	VALIDO

Nota. R = Relevancia, P = Pertinencia, C = Claridad, RE = Resiliencia, Int. V = Interpretación Valida, V-Aiken = Coeficiente V-Aiken, n = Numero de jueces.

En la tabla 3 y 4, se determinaron las propiedades psicométricas de las dos escalas, evidencia necesaria para evaluar la relación entre dos instrumentos (American Educational Research Association, American Psychological Association, & National Council on Measurement in Education [AERA, APA y NCME], 2014; International Test Commission [ITC], 2017). En validez, por medio del criterio de jueces expertos, se recabó las evidencias de validez de contenido, obteniéndose según el consenso de los jueces (n = 5) óptimos valores en la V-Aiken (> .80), tanto

para la primera y segunda escala (Aiken, 1980; Ventura-León, 2017). De esa manera, mediante los criterios de claridad, pertinencia y relevancia; se validó todos los ítems a la idiosincrasia peruana de postulantes de una empresa de asesores y consultores (Hambleton, 2018; Siceri y Faulkner-Bond, 2014).

3.6.2.2. Confiabilidad de los Instrumentos

Se entiende por confiabilidad de un instrumento a la capacidad y grado de producir los mismos resultados en la aplicación repetida de un mismo instrumento al mismo sujeto. La confiabilidad según Muñiz (1996) se comprende como una característica de los puntajes de un test, que logra gran impacto respecto a lo preciso de los resultados obtenidos por un instrumento (Domínguez-Lara y Merino-Soto, 2015) aporta que existe una estrecha relación con el cambio de las respuestas del individuo, las dimensiones medidas, y el error de medición. En este sentido para obtener la confiabilidad de nuestros instrumentos de investigación se optó por hacer uso de la metodología de Consistencia Interna utilizando dos instrumentos de medición mediante el conocido coeficiente alfa de Cronbach (1951) quien indica que es la estimación de consistencia interna, que da a conocer la magnitud de la covarianza de los ítems y en qué nivel el constructo está presente en las preguntas. Así también se hará el uso del Coeficiente Omega por McDonald (1999) también conocido como Rho de Jöreskog presentado por Stone, Janssens, Vermulst, Van Der Maten, Engels y Otten, (2015) Esto con el fin de tener mayor información en cuando a la confiabilidad de nuestros instrumentos. Las expresiones matemáticas se presentan en la Figura 15 y 16 respectivamente.

Figura 15

Expresión Matemática de alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

- α = Símbolo de alfa de Cronbach
- K = Número de Ítems
- $\sum S_i$ = suma de las varianzas de cada ítem
- S_T^2 = la varianza total

Nota: Fórmula de aplicación de Alfa de Cronbach Fuente: Ventura y Caycho (2017)

Figura 16

Expresión Matemática de Omega

$$\omega = \frac{\left[\sum_{i=1}^i \lambda \right]^2}{\left[\sum_{i=1}^i \lambda \right]^2 + \left[\sum_{i=1}^i 1 - \lambda_i^2 \right]}$$

Donde:

- ω = Símbolo de coeficiente Omega
- λ = carga factorial estandarizada de i.

Nota: Fórmula de aplicación de coeficiente omega Fuente: Ventura y Caycho (2017)

En el caso particular de nuestra investigación se realizó la confiabilidad por consistencia interna con el coeficiente de alfa y omega del instrumento de Inbound Recruiting de forma general, así como por cada una de sus dimensiones tal como se presenta en la Tabla 5; y en el caso del

instrumento de la Resiliencia se realizó únicamente la confiabilidad de forma general tal como se presenta en la tabla 6; y ello debido a que para el desarrollo de nuestra investigación parte de las dimensiones del Inbound Recruiting, el planteamiento de los problemas específicos, así como los objetivos específicos y las hipótesis específicas; por lo tanto se consideró la confiabilidad de consistencia interna por cada una de las dimensiones del Inbound Recruiting.

Escala de Inbound Recruiting

Tabla 5

Confiabilidad de la escala de Inbound Recruiting (n = 314)

Escala	Dimensión	α	ω
Inbound Recruiting		.878	.916
	Atrae	.691	.702
	Convierte	.737	.777
	Contrata	.581	.756
	Enamora	.838	.852

Nota. α = Coeficiente Alfa, ω = Coeficiente Omega, n = Muestra.

Los resultados de la prueba de confianza los podemos observar que en la tabla 5, los cuales se obtuvieron por la metodología de consistencia interna por medio de los coeficientes omega y coeficiente alfa, en el que se muestra según argumentos de Taber (2017) valores buenos y óptimos para el total de la escala de Inbound Recruiting ($\alpha = .878$, $\omega = .916$), quiere decir, que las preguntas de la encuesta cuentan con consistencia entre sus puntuaciones, lo cual logrará evaluar de forma confiable la interpretación de la encuesta (AERA et al., 2014).

Así también, la confiabilidad de las dimensiones de la escala de Inbound Recruiting obtuvo valores adecuados y buenos, de acuerdo a los valores establecidos, que deberían de ser mayores a .650 (Taber, 2017).

Escala de Resiliencia

Tabla 6*Fiabilidad de la escala de Resiliencia (n = 314)*

Escala	α	ω
Resiliencia	.823	.862

Nota. α = Coeficiente Alfa, ω = Coeficiente Omega, n = Muestra.

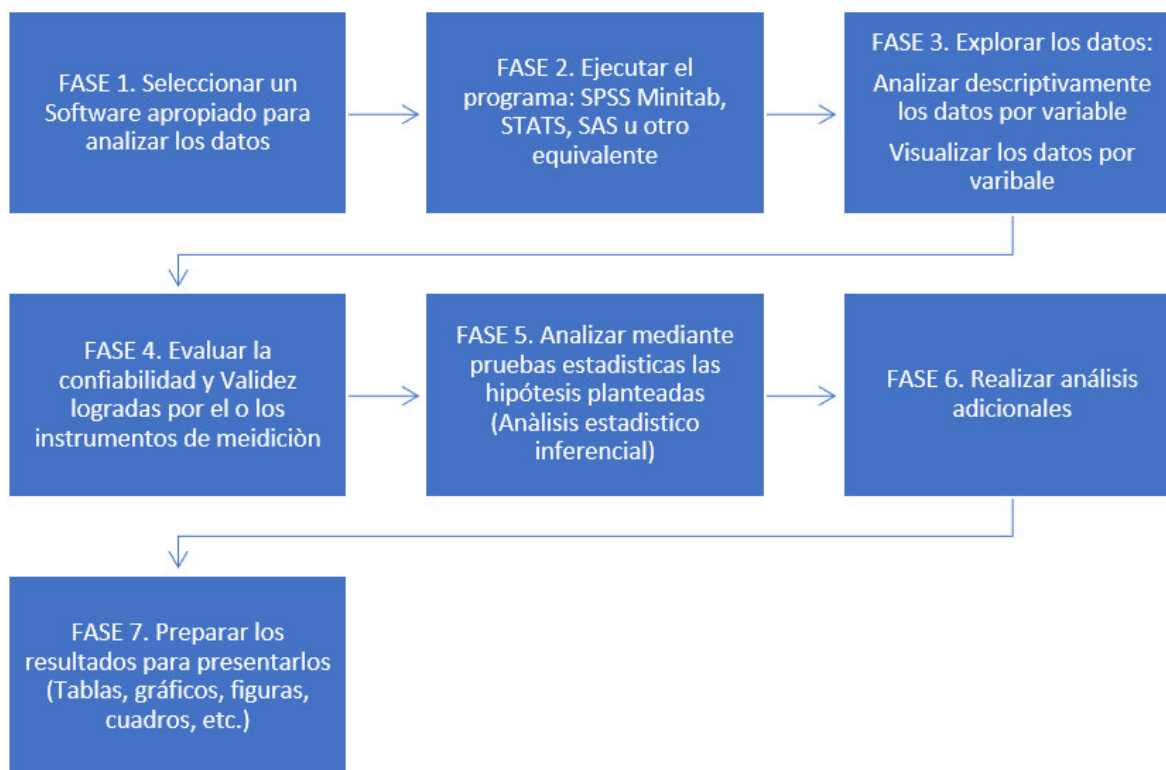
Podemos observar en la tabla 6, se obtuvieron los resultados de la fiabilidad por la metodología de consistencia interna, por medio de los coeficientes alfa y coeficiente omega; teniendo como resultados bajo argumentos de Taber (2017) valores buenos y óptimos para el total de la escala de resiliencia ($\alpha = .823$, $\omega = .862$), quiere decir, que las preguntas de la encuesta cuentan con consistencia entre sus puntuaciones, lo cual logrará evaluar de forma confiable la interpretación de la encuesta (AERA et al., 2014).

3.7. Análisis e interpretación de información

Para el análisis de datos se hará uso de un programa con toda la información recolectada, siguiendo los pasos del siguiente esquema que posteriormente se verá paso a paso.

Figura 17

Proceso para ejecutar análisis estadístico



Nota: La figura representa el procedimiento para la ejecución del análisis estadístico de los resultados de las escalas aplicadas a los candidatos. Tomado de Hernández Sampieri "Metodología de la Investigación" Pag. 272

Para determinar otra evidencia de correlación se hizo uso de los modelos de ecuaciones estructurales (SEM, siglas en inglés), ello permitió observar las relaciones entre las variables latentes, sus ítems y los errores, por lo tanto, para determinar si existe correlación entre variable, la covarianza tuvo que ser mayor a .30 (Geisinger et al., 2013; McCoach et al., 2013).

3.8. Identificación de las Variables

3.8.1. Inbound Recruiting

Según Sala, (2013) El Inbound Recruiting es un método que permite fortalecer la cara de la empresa como un gran ambiente y lugar para laborar y transmitir esta información por diversos

canales que tenga la organización para así atraer a los talentos que quieran formar parte de la misma. Este método le permitirá tener a postulantes calificados y talentosos inclusive sin la necesidad de que haya vacantes abiertas.

Y sus dimensiones son:

- Atrae
- Convierte
- Contrata
- Enamora

3.8.2. Resiliencia

Wagnild y Young, autores de la Escala de Resiliencia, Adaptado por Novella (2002) manifiestan aquello que le permite al ser humano sobreponerse y resistir a la presión, así como a situaciones hostiles y que a pesar de todas ellas es posible mantenerse haciendo lo correcto; es la cualidad de la personalidad llamada resiliencia. Es aquella capacidad que permite al ser humano superar, sobreponerse, fortalecerse e incluso ser transformado de forma positiva; en condiciones de vida adversas.

Y sus dimensiones son:

- Competencia Personal
- Aceptación de uno mismo y de la vida

3.9. Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIÓN	INDICADORES	ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO
<p>Variable 1:</p> <p>INBOUND RECRUITING</p> <p>Según Sala, (2013)</p> <p>El Inbound Recruiting es un método que permite fortalecer la cara de la empresa como un gran ambiente y lugar para laborar y transmitir esta información por diversos canales que tenga la organización para así atraer a los talentos que quieran formar parte de la misma.</p>	<p>ATRAE</p> <p>Consiste en atraer tráfico a la Página de Empleo y a tus ofertas</p>	Employer Branding	1, 2	<p>Escala de 7 puntos, tipo Likert</p> <p>En el que 1, equivale al máximo desacuerdo</p> <p>Y 7 equivale máximo de acuerdo</p>	<p>Encuesta</p> <p>Adaptada de</p> <p>Inbound Marketing</p>
		Páginas de Empleo	3		
		Redes Sociales	4, 5, 6		
		Difusión multicanal	7		
	<p>CONVIERTE</p> <p>Paso clave para convertir a un desconocido en candidato</p>	Ofertas de empleo	8, 9, 10		
		Formularios	11		
		Móvil	12, 13		
		Recepción de candidatos	14		
	<p>CONTRATA</p> <p>Es la rapidez con la que uno se comunica con el candidato, de este paso dependerá ganar un candidato o perderlo</p>	Talent Relationship Management	15, 16		
		Emails Automáticos de respuesta	17		
		Base de datos de Candidatos	18		
		Informes	19		
	<p>ENAMORA</p> <p>Consiste en enamorar a los candidatos de forma general, hayan pasado o no a formar parte de la empresa. Esta etapa los convertirá en promotores de la marca organizacional,</p>	Experiencia del candidato	20, 21, 22		
Referidos		23, 24			
Encuestas		25			

	permitiendo tener más talentos interesados en ser parte de la organización.				
Variable 2: RESILIENCIA Wagnild y Young (1993) manifiestan aquello que le permite al ser humano sobreponerse y resistir a la presión, así como a situaciones hostiles y que a pesar de todas ellas es posible mantenerse haciendo lo correcto; es la cualidad de la personalidad llamada resiliencia.	COMPETENCIA PERSONAL. Se caracteriza por la autoconfianza, independencia, decisión, invencibilidad, poderío, ingenio y perseverancia	Perseverancia	1, 2, 4, 14, 15, 20, 23	Escala de 7 puntos, tipo Likert En el que 1, equivale al máximo desacuerdo Y 7 equivale al máximo de acuerdo	Escala Adaptada de Resiliencia de Wagnild y Young
		Ecuanimidad	7, 8, 11, 12		
		Confianza en sí mismo	6, 9, 10, 13, 17, 18, 24		
	ACEPTACIÓN DE UNO MISMO Y DE LA VIDA. Tiene que ver con la capacidad para adaptarse, lograr un balance, ser flexibles y tener una perspectiva de vida equilibrada lo cual permite aceptarla, logrando un sentimiento de paz y tranquilidad a pesar de la adversidad y dificultades de la vida.	Satisfacción Personal	16, 21, 22, 25		
		Sentirse bien solo	5, 3, 19		

3.10. Matriz de consistencia

TÍTULO: INBOUND RECRUITING Y RESILIENCIA EN POSTULANTES DE LA EMPRESA W2 ASESORES Y CONSULTORES EN EL AÑO 2019							
AUTORA: Lc. Winy Tupayachi Cahuana							
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
Problema General ¿Cuál es la relación que existe entre el Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020? Problemas Específicos PE1 ¿Cuál es la relación que existe entre el atraer del Inbound Recruiting y la resiliencia en	Objetivo General Determinar la relación que existe entre el Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020 Objetivos Específicos OE1 Determinar la relación que existe entre el atraer del Inbound Recruiting	Hipótesis General El inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020 Hipótesis Específicas HE1 El atraer del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la	Variable 1: INBOUND RECRUITING				
		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y valores	Instrumento	
		Atrae	Employer Branding	1, 2	Escala de Tipo Likert de 7 puntos Donde 1, es máximo desacuerdo Y 7 máximo de acuerdo	Encuesta Adaptada de Inbound Marketing	
			Páginas de Empleo	3			
			Redes Sociales	4, 5, 6			
		Convierte	Ofertas de empleo	7, 8, 9, 10			
			Formularios	11			
			Móvil	12			
		Contrata	Talent Relationship Management	13, 14			
			Emails Automáticos de respuesta	15			
Base de datos de Candidatos	16						
Enamora	Experiencia del candidato	17, 18, 19, 20					
	Referidos	21, 22, 23					

postulantes en la empresa W2 en el año 2020?	y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020	empresa W2 en el año 2020		Encuestas	24, 25		
PE2		HE2	Variable 2: RESILIENCIA				
¿Cuál es la relación que existe entre el convierte del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020?	OE2 Determinar la relación que existe entre el convierte del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020	El atraer del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020	Competencia Personal	Perseverancia	1, 2, 4, 14, 15, 20, 23	Escala de 7 puntos, tipo Likert En el que 1, equivale al máximo desacuerdo Y 7 equivale máximo de acuerdo.	Escala Adaptada de Resiliencia de Wagnild y Young
				Ecuanimidad	7, 8, 11, 12		
				Confianza en sí mismo	6, 9, 10, 13, 17, 18, 24		
PE3	OE3 Determinar la relación que existe entre el contrata del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020	HE3 El contrata del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020	Aceptación de uno mismo y de la vida	Satisfacción Personal	16, 21, 22, 25		
¿Cuál es la relación que existe entre el contrata del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020?		HE4 El contrata del Inbound Recruiting se relaciona con la		Sentirse bien solo	5, 3, 19		
PE4							

¿Cuál es la relación que existe entre el enamora del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020?	empresa W2 en el año 2020 OE4 Determinar la relación que existe entre el enamora del Inbound Recruiting y la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020	resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020					
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS		ESTADÍSTICA A UTILIZAR			
TIPO: El tipo del estudio es sustantiva, correlacional, cuantitativa. DISEÑO: El diseño es no experimental, y el tipo corresponde	POBLACIÓN: 1400 postulantes TAMAÑO DE MUESTRA: 1. n=314 obtenida por formula estadística de tamaño de muestra. 2. Sobre la población	TÉCNICAS: Para las dos variables: Encuesta INSTRUMENTOS: Para las dos variables: Encuesta de Inbound Recruiting y Escala de Resiliencia, con escala LIKERT, de acuerdo a la escala de valoración:		ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA: Análisis descriptivo de las variables con sus respectivas dimensiones para procesar los resultados sobre percepción de las dos variables y presentación mediante: (a) tablas de frecuencia y (b) figuras ESTADÍSTICA INFERENCIAL			

transeccional.	<p>atendida la muestra será 314 postulantes operativos.</p> <p>MUESTREO:</p> <p>1. Probabilístico, Aleatorio simple</p>	<p>(7) totalmente de acuerdo</p> <p>(6) De acuerdo</p> <p>(5) Parcialmente de acuerdo</p> <p>(4) indiferente</p> <p>(3) Parcialmente desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>	<p>Para la contrastación de hipótesis, se empleará el estadístico inferencial no paramétrico Rho de Spearman; con el SPSS – V25</p>
----------------	---	--	---

CAPITULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis e interpretación de resultados

En las siguientes tablas se observa las características idiosincráticas más representativas de la unidad de muestra, la cual se compuso por candidatos a un cargo en la empresa W2 (n=314)

Tabla 7*Variable sociodemográfica sexo (n = 314)*

Variable	f	%	M	Mo	DE
Sexo					
Hombre	312	99.4	-	1	-
Mujer	2	0.60			

Nota. f = Frecuencia, % = Porcentaje, M = Media, Mo = Moda, DE = Desviación Estándar, -:

Ausencia de valor.

En la tabla 7, se observa que la mayor participación la obtuvieron los hombres ($f = 312$, $\% = 99.4$).

Tabla 8*Variable sociodemográfica edad (n = 314)*

Variable	f	%	M	Mo	DE
Edad					
18 a 25	73	23.2			
26 a 35	127	40.4	19.5	2	.079
36 a 50	98	31.2			
51 a más	16	5.10			

Nota. f = Frecuencia, % = Porcentaje, M = Media, Mo = Moda, DE = Desviación Estándar, -: Ausencia de valor.

En la tabla 8, se observa que las edades con más presencia estuvieron entre los 26 a 35 años ($f = 127, 40.4\%$), teniendo como rango a 19.5 años de edad y una desviación de los datos pequeña ($DE = .079$).

Tabla 9

Variable sociodemográfica Grado de Instrucción (n = 314)

Variable	f	%	M	Mo	DE
Grado de instrucción					
Secundaria	308	98.1			
Técnico	2	0.60			
Técnico trunco	3	1.00	-	1	-
Universitario trunco	1	0.30			

Nota. f = Frecuencia, % = Porcentaje, M = Media, Mo = Moda, DE = Desviación Estándar, -: Ausencia de valor.

En la tabla 9, se observa el grado de instrucción, los participantes en su mayoría solo se encontraron con una educación básica regular en el nivel secundario ($f = 308, 98.1\%$),

Tabla 10

Variable sociodemográfica Experiencia (n = 314)

Variable	f	%	M	Mo	DE
Experiencia					

0 a 5 años	234	74.5			
6 a 10 años	59	18.8			
11 a 15 años	17	5.40	-	1	-
16 a 20 años	2	0.60			
21 a más	2	0.60			

Nota. f = Frecuencia, % = Porcentaje, M = Media, Mo = Moda, DE = Desviación Estándar, -: Ausencia de valor.

En la tabla 10, se observa que la experiencia de los participantes osciló entre la nula experiencia hasta más de 21 años, teniendo como mayoría que los participantes se encontraron dentro de los 0 a 5 años de experiencia ($f = 234$, 74.5%).

4.1.1. Prueba de Normalidad.

La hipótesis de normalidad se representa de la siguiente manera:

La distribución de la variable de estudio difiere de la distribución normal.

Regla de decisión (Verma, 2019):

Si Valor $p > 0.05$, se rechaza la Hipótesis y se hace el uso de pruebas paramétricas

Si Valor $p < 0.05$, se acepta la Hipótesis y se hace el uso de pruebas no paramétricas.

Tabla 11

Análisis de normalidad (n = 314)

Variables	Dimensiones	Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Estadístico	gl	Sig.

Resiliencia	.048	314	.079
Inbound recruiting	.070	314	.001
Atrae	.118	314	.000
Convierte	.109	314	.000
Contrata	.166	314	.000
Enamora	.206	314	.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Podemos visualizar que en la tabla 11, se realizó el análisis de normalidad de las variables para ello se usó los resultados de la prueba de Kolmogorov-Smirnov, dado que, la muestra es mayor a los 50 participantes (Verma, 2019). Por lo que, podemos evidenciar según los resultados que la variable de resiliencia si muestra distribución normal ($p > .05$). Sin embargo, la variable de Inbound recruiting y sus dimensiones no cumplen con el punto de corte establecido, por lo tanto, para obtener los resultados, por medio del coeficiente de correlación de Spearman se hizo uso de las pruebas paramétricas (Verma, 2019).

Considerando que nuestra muestra pasó el análisis de la prueba de normalidad, procedemos a la prueba de hipótesis general así como la prueba de las hipótesis específicas con el Coeficiente de Correlación Rho Spearman (Verna, 2019), en la Figura 18 podemos apreciar la expresión matemática del mismo.

Figura 18

Expresión matemática Rho Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde:

- r_s = Coeficiente de correlación Rho Spearman
- D = Diferencia entre rangos (X-Y)
- n = números de datos

Nota: Fórmula de aplicación de coeficiente omega Fuente: Winter; Goslig y Potter (2016)

Según los resultados de la correlación se determina el nivel de relación que existe entre el Inbound Recruiting y la Resiliencia según la siguiente tabla de valores Rho Spearman presentada en la tabla 12

Tabla 12

Interpretation of the Pearson's and Spearman's correlation coefficients.

Correlation Coefficient	<u>Dancey & Reidy</u> (Psychology)	Quinnipiac University (Politics)	Chan YH (Medicine)
+ 1 – 1	Perfect	Perfect	Perfect
+0.9 – 0.9	Strong	Very Strong	Very Strong
+0.8 – 0.8	Strong	Very Strong	Very Strong
+0.7 – 0.7	Strong	Very Strong	Moderate
+0.6 – 0.6	Moderate	Strong	Moderate
+0.5 – 0.5	Moderate	Strong	Fair
+0.4 – 0.4	Moderate	Strong	Fair
+0.3 – 0.3	Weak	Moderate	Fair
+0.2 – 0.2	Weak	Weak	Poor
+0.1 – 0.1	Weak	Negligible	Poor
0 0	Zero	None	None

NOTA: Obtenido de User's guide to correlation coefficients (Guía de usuario de coeficientes de correlación) Akoglu (2018)

4.2. Pruebas de Hipótesis

4.2.1. Prueba de Hipótesis General

Ho: El Inbound Recruiting no se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

Hg: El Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

Tabla 13

Correlación entre Inbound Recruiting y Resiliencia (n = 314)

Variable	Coe.	Resiliencia
Inbound Recruiting	<i>Rho</i>	.449**
	<i>p</i>	.000

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), *Rho* = Coeficiente de Spearman, *p* = Significancia estadística.

En la tabla 13, se observa el resultado de la hipótesis general, igual a *Rho* = .449 que evidencia la relación positiva de nivel moderado entre el Inbound Recruiting y la Resiliencia, siendo el nivel de significancia bilateral igual a *p* = .000; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que señala: el Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 Asesores y Consultores en el año 2020.

4.2.2. Prueba de Hipótesis Específicas

Ho₁: El Atrae del Inbound Recruiting no se relaciona con la Resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

HE₁: El Atrae del Inbound Recruiting se relaciona con la Resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020

Tabla 14

Correlación entre la dimensión Atrae de Inbound Recruiting y Resiliencia (n = 314)

Dimensiones	Coe.	Resiliencia
Atrae	<i>Rho</i>	.420**
	<i>p</i>	.000

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), Rho = Coeficiente de Spearman, p = Significancia estadística.

En la tabla 14, se observa el resultado de la hipótesis específica 1, igual a Rho = .420 que evidencia la relación positiva de nivel moderado entre la dimensión Atrae del Inbound Recruiting y Resiliencia, siendo el nivel de significancia bilateral igual a p = .000; por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, que señala: el Atrae del Inbound Recruiting se relaciona con la Resiliencia en postulantes en la empresa W2 Asesores y Consultores en el año 2020

Ho₂: El Convierte del Inbound Recruiting no se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

HE₂: El Convierte del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

Tabla 15

Correlación entre la dimensión Convierte de Inbound Recruiting y Resiliencia (n = 314)

Dimensiones	Coe.	Resiliencia
Convierte	<i>Rho</i>	.509**
	<i>p</i>	.000

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), *Rho* = Coeficiente de Spearman, *p* = Significancia estadística.

En la tabla 15, podemos verificar los efectos de la H_{02} , igual a $Rho = .509$ que evidencia la correlación positiva de nivel moderado entre la dimensión Convierte del Inbound Recruiting y Resiliencia, siendo $p = .000$ el nivel de significancia bilateral; por tal motivo rechazaremos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, que indica: el Convierte del Inbound Recruiting se relaciona con la Resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020

H_{03} : El Contrata del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

HE_3 : El Contrata del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

Tabla 16

Correlación entre la dimensión Contrata de Inbound Recruiting y Resiliencia (n = 314)

Dimensiones	Coe.	Resiliencia
Contrata	<i>Rho</i>	.418**
	<i>p</i>	.000

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), Rho = Coeficiente de Spearman, p = Significancia estadística.

En la tabla 16, podemos verificar los efectos de la Ho₃, igual a Rho = .418 que evidencia la correlación positiva de nivel moderado entre la dimensión Contrata del Inbound Recruiting y Resiliencia, siendo p = .000 el nivel de significancia bilateral; por tal motivo rechazaremos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, que indica: el Contrata del Inbound Recruiting se relaciona con la Resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020

Ho₄: El Enamora del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

HE₄: El Enamora del Inbound Recruiting se relaciona con la resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020.

Tabla 17

Correlación entre la dimensión Enamora de Inbound Recruiting y Resiliencia (n = 314)

Dimensiones	Coe.	Resiliencia
Enamora	<i>Rho</i>	.448**
	<i>p</i>	.000

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral), Rho = Coeficiente de Spearman, p = Significancia estadística.

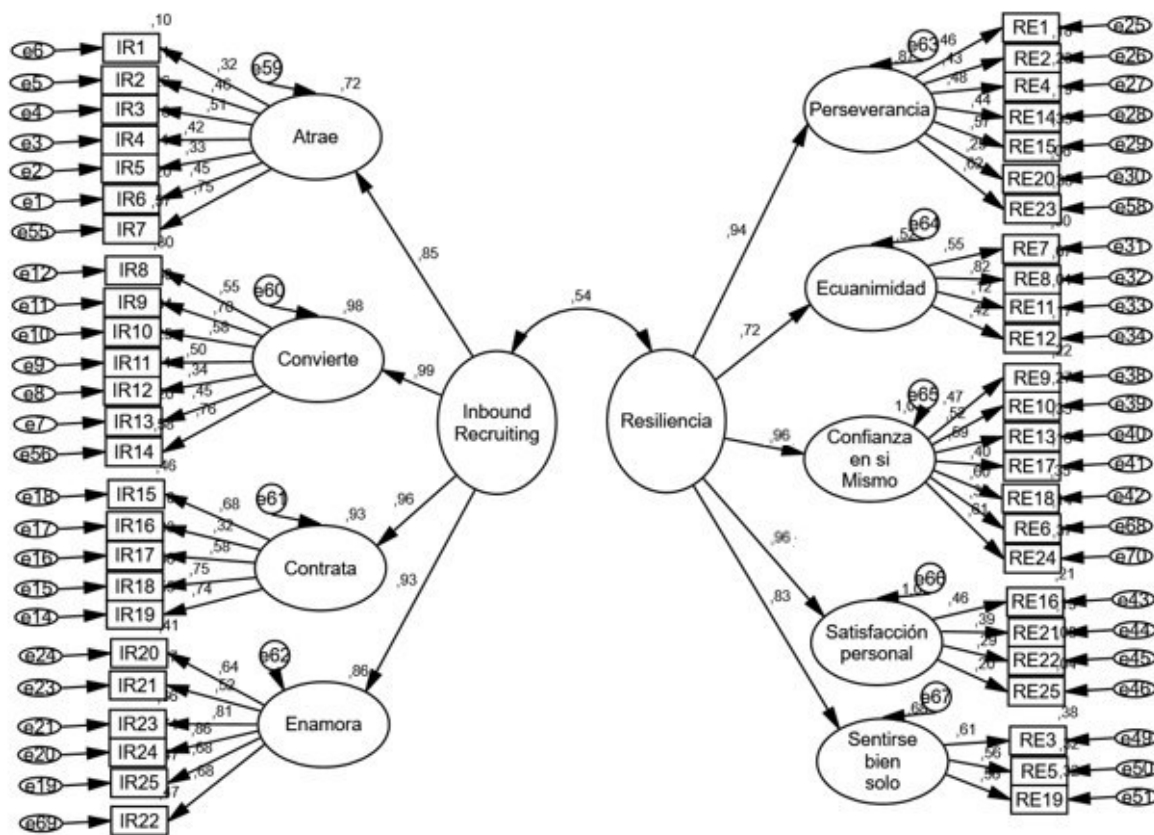
En la tabla 17, podemos verificar los efectos de la Ho₄, igual a Rho = .448 que evidencia la relación positiva de nivel moderado entre la dimensión Enamora del Inbound Recruiting y Resiliencia, siendo p = .000 el nivel de significancia bilateral; por tal motivo rechazaremos la

hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, que indica: el Enamora del Inbound Recruiting se relaciona con la Resiliencia en postulantes en la empresa W2 en el año 2020

Asimismo, se hizo uso de los modelos de ecuaciones estructurales (SEM, siglas en inglés) para determinar otra evidencia de correlación, ello permitió observar las relaciones entre las variables latentes, sus ítems y los errores, por lo tanto, para determinar si existe correlación entre variable, la covarianza tuvo que ser mayor a .30 (Geisinger et al., 2013; McCoach et al., 2013) y los resultados de la misma se presenta en la Figura 19

Figura 19

Modelo de ecuaciones estructurales



Nota. Modelo de variables latentes.

La correlación por medio de las ecuaciones estructurales (observar figura 19 y tabla 18), podemos verificar la relación significativa de tipo positiva ($\lambda = .540$) evidenciando así óptimos valores entre las variables estudiadas, quiere decir la influencia que existe entre las variables, asimismo, los efectos sobre sus otros indicadores y la estimación del error, se concluye que existe una relación moderada entre las variables de la investigación (McCoach et al., 2013).

Tabla 18

Correlación entre variables mediante SEM (n = 314)

Correlaciones	λ	DE	p
Inbound recruiting ↔ Resiliencia	.540	.012	***

Nota. λ : Coeficiente de Lambda, DE: Desviación Estándar, n: Muestra, ***: Estadísticamente significativo, n = Muestra.

4.3 Discusión de resultados

La meta del presente estudio fue corroborar la correlación que existiera entre las variables propuestas: Inbound Recruiting y resiliencia en la empresa W2 en el año 2020; y según los resultados presentados en las evidencias de los cuadros anteriores podemos deducir que se logró el objetivo de identificar que exista relación entre ambas variables, así como por cada una de sus dimensiones. Esto significa que aplicar el método del Inbound Recruiting en los procesos de selección influye de forma directa y positiva sobre la variable de la resiliencia.

Hoy en día muchas empresas hacen uso del método tradicional de reclutamiento de personal como motor de las contrataciones en una empresa y así como observamos en el estudio de Murillo (2015) podemos reafirmar la importancia de un adecuado proceso de reclutamiento y

selección de personal, pues no únicamente influye en la contratación, sino también en su desempeño laboral. Y este proceso como tal experimenta cambios constantes que reta a toda empresa competitiva a sobre salir entre las demás.

Uno de los principales cambios de la globalización es la tecnología, que nos permite unirnos a través de un mismo medio virtual. Aplicando la metodología en el Inbound Recruiting, nos apalancamos de esta para lograr objetivos organizacionales, eliminando todo tipo de barreras de tiempo y espacio que limiten nuestro contacto con el personal o personas interesadas en ser parte de la empresa. Así como Canjura, Castro y Mejía (2016) demuestran en su investigación la importancia del manejo de los medios tecnológicos como son los dispositivos móviles, como recurso de información para los usuarios en la aplicación del Marketing en las empresas; se llega a la conclusión de que la tecnología también es imprescindible a la hora de realizar reclutamiento (Recruiting), pues los postulantes con quienes nos relacionamos son consideramos usuarios y futuros clientes internos de la empresa, por lo que necesitamos aplicar esta misma estrategia para el reclutamiento de personal y el crecimiento organizacional.

En la Metodología Inbound Recruiting se adiciona aspectos que mejoran los resultados organizacionales. Por ejemplo, al buscar la visibilidad de la organización y generar mayor movimiento de postulantes en la página de ofertas laborales de la misma y conservar una actividad frecuente en redes que permita tener presencia de la marca organizacional, se está haciendo uso de la técnica del Atraer, que busca el contenido de valor que se genere para comunicar la cultura de la organización, los beneficios, y los testimonios del equipo son vitales en este punto para atraer la atención del candidato. Así también, al transformar la recurrencia de postulantes en la página de ofertas laborales a candidatos potenciales para los cargos vigentes o candidatos interesados en pertenecer a la organización, se está haciendo uso de la técnica del convertir, y para que la misma

sea eficiente se debe mantener una comunicación clara y constante que facilite la postulación a las vacantes laborales vigentes. Es la atención al candidato por medio de la comunicación fluida, la clave de todo el proceso de selección, debido a que por medio de la misma es posible informar al candidato sobre el proceso de su postulación, comunicar etapas siguientes del proceso o darles el feedback respectivo si no continuara, ya que no únicamente le debe atraer la empresa, sino que debe estar seguro del lugar al que se presenta para poder laborar. Según Flores (2008) en su investigación mencionada de resiliencia y proyecto de vida en educandos del tercer grado de educación secundaria, podemos evidenciar el impacto que guarda una variable sobre la otra. Teniendo en cuenta la definición de Maslow (1979) refiere que el concepto que refleja el dominio del individuo sobre los sucesos del futuro, en la dirección esencial y en los ámbitos críticos en los que se requiere tomar decisiones vitales, a lo largo de la vida del ser humano, se le llama proyecto de vida. Podemos afirmar que una de las decisiones vitales de una persona es la decisión de optar por un puesto de trabajo; según los autores Cuadra y Florenzano (2003) “el bienestar subjetivo se refiere a lo que las personas piensan y sienten acerca de sus vidas y a las conclusiones cognoscitivas que ellos alcanzan cuando evalúan su existencia” (pag. 83). Por lo tanto, podemos mencionar también que el desarrollo adecuado de la metodología del Inbound Recruiting, puede influir en el concepto de una persona sobre proyecto de vida.

Continuando el proceso, al establecer acuerdos o cerrar procesos de selección y convertir a los postulantes en integrantes de la organización, se está haciendo uso del Contratar. Es por este motivo que se debe priorizar la óptima comunicación, para identificar rápidamente a los postulantes que puedan ser idóneos con la posición en búsqueda. Y para finalizar con el proceso es importante que, en cada etapa del mismo, se busque fidelizar al postulante, a esta etapa se le conoce como el enamorar. Al aplicar el Inbound Recruiting se fomenta varias actividades como:

noticias, periódicos murales, así como procedimientos por los cuales se logre compartir y transmitir la cultura de la empresa, el alma de la misma a los postulantes. Si el procedimiento fue el correcto, los postulantes o futuros colaboradores, transmitirán la excelente experiencia con más personas; es de este modo, que no únicamente se consigue una adecuada retroalimentación por parte del colaborador, sino que de forma adicional promocionará a la empresa, y estas también pueden ser reflejadas en encuestas semejantes al estudio de Espilco (2018) menciona que es posible evidenciar que existe mayor efectividad en el reclutamiento 2.0 que con el reclutamiento tradicional, ello considerando el costo de horas hombre, la calidad y el tiempo.

Desde otra perspectiva, el ser humano al encontrarse en situaciones de desempleo, tiene la facilidad de sufrir efectos negativos en lo personal como en lo social. Según los autores Cuadra y Florenzano (2003) para la psicología “el bienestar subjetivo se refiere a lo que las personas piensan y sienten acerca de sus vidas y a las conclusiones cognoscitivas que ellos alcanzan cuanto evalúan su existencia” (pag. 83). Según Diaz (2001) “la dimensión cognoscitiva se refiere a la vida en su totalidad o con respecto a áreas específicas de la vida como la matrimonial o laboral, en tanto la dimensión afectiva está relacionada con la frecuencia e intensidad de las emociones positivas y negativas” (pag. 572). Está claro que estar desempleado provoca cambios en la manera en el que un individuo percibe su vida, su bienestar subjetivo afectando su felicidad. Investigaciones de Di Tella, MacCulloch y Oswald (2001) las personas sin trabajo tienen un nivel de felicidad bastante menor al de personas que cuentan con un trabajo, teniendo en cuenta que se evaluaron a personas con características semejantes. Layard (2005) confirma que el empleo no solo es un medio para generar ingresos, sino que también para tener un mejor significado de vida. Por ello que como consecuencia del desempleo no solo se reducen los ingresos, sino también se reduce la felicidad.

A través de las investigaciones de Giraldo (2013) sobre Resiliencia y Bienestar Psicológico en personas desempleadas, podemos evidenciar que hay una correlación moderada y alta entre las mismas variables; observando con asombro que el bienestar psicológico de una persona desempleada mejora al tener desarrollada la resiliencia, Teniendo en consideración estos puntos podemos dar evidencia que con nuestra investigación también logramos identificar los efectos del uso de la Metodología del Inbound Recruiting ya que es significativa y de tipo directa respecto a la Resiliencia, y tomando en cuenta estudios antes mencionados, podríamos indicar que la Metodología Inbound Recruiting aplicado a postulantes durante un proceso de selección, influye de forma directa y positiva en su bienestar psicológico.

En la investigación realizada por Mallqui (2015) podemos evidenciar que la implementación de una metodología técnica para la selección de personal influye de forma positiva en la productividad de la empresa y por ende la mejora de su eficiencia. Sin embargo, con la Metodología del Inbound Recruiting no solo influenciamos en la productividad de la organización, sino que también en los postulantes. Es por ello que este estudio nos permite observar la importancia del uso de una adecuada metodología en los procesos de atracción de personal, pues no solo beneficiamos a la organización, y evidentemente aceleran sus procesos, sino que también existe un impacto directo y positivo en nuestra sociedad, y principalmente en personas vulnerables por el desempleo.

CONCLUSIONES

Se concluye que entre el Inbound Recruiting y la Resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020, existe una correlación moderada de tipo positiva, ($Rho = .449^{**}$; $p = .000$).

La primera conclusión específica nos permite afirmar que entre el Atrae del Inbound Recruiting y la Resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020, existe una correlación moderada de tipo positiva ($Rho = .420^{**}$; $p = .000$).

La segunda conclusión específica nos permite afirmar que entre el Convierte del Inbound Recruiting y la Resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020, existe una correlación moderada de tipo positiva ($Rho = .509^{**}$; $p = .000$).

La tercera conclusión específica nos permite afirmar que entre el Contrata del Inbound Recruiting y la Resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020, existe una correlación moderada de tipo positiva ($Rho = .418^{**}$; $p = .000$).

La cuarta conclusión específica nos permite afirmar que entre el Enamora del Inbound Recruiting y la Resiliencia de postulantes en la empresa W2 en el año 2020, existe una correlación moderada de tipo positiva ($Rho = .448^{**}$; $p = .000$).

RECOMENDACIONES

Con los fundamentos encontrados en los resultados y a las conclusiones de la presente investigación, podemos aportar con las siguientes recomendaciones:

- Actualmente existe una mínima cantidad de organizaciones que hagan uso del Inbound Recruiting, esto debido a que se encuentra en una etapa de estudios y prueba. En este caso aplicamos la metodología en la empresa W2, a partir del 3er trimestre del año 2019 y este estudio se realizó en el 2020, en base a ello se sugiere continuar con investigaciones y estudios que nos permitan identificar si en el tiempo pueden mejorar las ventajas de la metodología o no exista impacto con el tiempo; esto debido a que implementar la metodología y tener resultados es un trabajo a largo plazo, para lo que se sugiere identificar la relación entre otras variables como: fidelización de personal, rotación de personal, tiempo de adaptación al trabajo, desempeño laboral, así como clima organizacional.
- Fomentar el uso adecuado de la tecnología que facilite y acelere los procesos de incorporación de colaboradores en las diversas organizaciones de nuestro país, a fin de tener credibilidad frente a ofertas laborales y que los postulantes no desistan o no accedan a ellas por temor a ser engañados; para ello se sugiere hacer uso de plataformas web o páginas en redes sociales, en el que cada empresa pueda dar a conocer no solo las ofertas laborales, sino también parte de la cultura de la organización. En la actualidad existen diversas plataformas y páginas a las que se puede acceder incluso de forma gratuita hasta las pagadas; si bien es cierto en primera instancia podría tener dificultades al momento de generar credibilidad, por ser una plataforma creada recientemente, es

necesario recordar que la Metodología del Inbound Recruiting es un trabajo a largo plazo.

- Es importante que hoy en día toda empresa busque no solo beneficios organizacionales, sino que también como parte de responsabilidad Social, pueda verse involucrado por lo menos de forma indirecta en la mejora del bienestar psicológico de las personas desempleadas y al ver que por medio del Inbound Recruiting pueden influir en la resiliencia, se sugiere realizar mayores investigaciones que como parte de responsabilidad Social puedan ser de beneficio para la sociedad; como por ejemplo variables como: bienestar psicológico laboral, empleabilidad o outplacement, desempleo.
- Para conocer a profundidad las ventajas que puede proporcionarnos la aplicación del Inbound Recruiting, recomendamos replicar este experimento cada cierto tiempo y evaluar el impacto que se genera a medida que el tiempo transcurre y la metodología va afianzándose en la organización. Cabe recalcar que es importante garantizar el desarrollo de la metodología en la organización para poder evidenciar las ventajas de la misma. De esta misma forma es posible realizar una comparación con otro grupo de postulantes que pasen el proceso de una forma tradicional al cual se considere un grupo control; aquí podremos comparar las ventajas de la metodología en relación al procedimiento tradicional; y finalmente es posible también aplicar un pre test y post test a los candidatos para evidenciar la magnitud de cambios que genera la aplicación de la metodología en su forma de percibir la vida y el reflejo que tenga en su comportamiento, tras la aplicación de la metodología. Para estos estudios se sugiere conocer las brechas que existe en los postulantes para pasar proceso de atracción de personal, así como las

dificultades que actualmente existen en una organización que realiza reclutamiento tradicional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acevedo, G. (2002). Logoterapia y resiliencia. NOUS, 1(6), 23 – 40. Recuperado de https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjE8seqmrjNAhUG6CYKHeVfDKcQFggfMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.logoterapia.net%2Fuploads%2Fnous06red_6261499.pdf&usg=AFQjCNFOfXG7aT9mdDqJP7MSOIPSQ7Jqg&bvm=bv.124817099,d.eWE
- Ahumada, R. (2019) Selección de personal y el Desarrollo Organizacional de la oficina general de gestión de recursos humanos del Ministerio de Agricultura y Riego en el año 2016. Tesis de Maestría. Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima. Perú. Recuperado de: http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4067/TESIS_MAEST.GEST.CTRL.GUBERN_RUTH%20MARIA%20AHUMADA%20MENDOZA.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Aiken, L. R. (1980). Content validity and reliability of single items or questionnaires. *Educational and Psychological Measurement*, 40(4), 955–959. <https://doi.org/10.1177/001316448004000419>
- Akoglu, H. (2018). User's guide to correlation coefficients. *Turkish Journal of Emergency Medicine*. Volume 18, Issue 3, Pages 91-93. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2452247318302164?via%3Dihub>
- Alles, M. (2006). Selección por competencias. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/upcsp/reader.action?docID=4849692&query=r eclutamiento+2.0+#>

Alles, M. (1 a ed.) (2013). Social Media y Recursos Humanos. Recuperado desde:
https://books.google.com.pe/books?id=AZtfAAAAQBAJ&pg=PT100&dq=reclutamiento+2.0&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwilydbs_MrLAhXBSiYKHZ32CrQQ6AEIMjAD#v=onepage&q=reclutamiento%202.0&f=false

Alles, M. (2013). Social Media y Recursos Humanos. Buenos Aires: GRANICA

Alles, M. (2016) Cuestiones sobre gestión de personas: ¿Qué hacer para resolverlas?
 Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=FWKeCwAAQBAJ&pg=PA210&dq=reclutamiento+2.0&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjZnMn98OTaAhUDNd8KHfdcC_cQ6AEIWD AJ#v=onepage&q=reclutamiento%202.0&f=false

American Educational Research Association, American Psychological Association, & National Council on Measurement in Education. (2014). Standards for educational and psychological testing. American Educational Research Association

American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American psychological association. The official guide to APA style (7th ed.). American Psychological Association.

Anastasi, A. & Urbina, S. (1998). Test psicológicos. México: Prentice Hall.

Armstrong, M. (10 ma) (2006). Human Resources Management Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=D78K7QIdR3UC&pg=PR10&dq=recruitment+definition&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiTwKfBrajMAhUDSSYKHTt1CooQ6AEISTAG#v=onepage&q=e-recruitment%20&f=true>

Bronfenbrenner, U. (1979). La ecología el desarrollo humano: experimentos en entornos naturales y diseñados. Barcelona: Paidós.

- Canjura, J., Castro, I. & Mejía, M. (2016). Modelo de Inbound Marketing como estrategia de marketing social para incentivar el consumo de alimentos saludables en la zona metropolitana de san salvador. Tesis de Licenciatura. Universidad de El Salvador. San Salvador. El Salvador. Recuperado de <http://ri.ues.edu.sv/9398/1/Tesis%202016.pdf>
- Cárdenas, P. (2015). Efectividad del Inbound Marketing para el posicionamiento de la marca en el contexto peruano. Tesis de Maestría. Universidad Católica de Santa María. Arequipa. Perú. Recuperado de <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/UCSM/3627/B5.1226.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chiavenato, I. (5 ta)(2000). Administración de personal. Colombia: McGraw-Hill Interamericana
- Chiavenato, I.,(2011). Administración de Recursos Humanos. Mc Graw Hill.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of test. Psychometrika,16, pp. 297-334.
- Crushway, B. (8 va ed) (2011). The employer's handbook 2011-2012: An esencial guide to emplomen law personnel policies and procedures. Londres: Kogan page.
- Cuadra, H. y Florenzano, R. (2003). El bienestar subjetivo: hacia una psicología positiva. Revista de Psicología de la Universidad de Chile XII (1): pag. 83-96
- De la Cruz, I., Morales, J. and Carrasco, G. (2006) Construcción de un instrumento de evaluación de capacidades en la empresa: Una propuesta metodológica. En las memorias del X Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas, A.C. (ACACIA), San Luis Potosí, 17-19 May 2006.
- Decathlon. (s.f.). Empleos. Recuperado de: <https://trabajaconnosotros.decathlon.es/>

Del Santo, O. & Álvarez, D. (2012). Marketing de atracción 2.0. México: CC Editoriales.

Díaz, E. & León, M. (2013). Recursos Humanos y dirección de equipo. Recuperado desde:

https://books.google.com.pe/books?id=r6lQAgAAQBAJ&pg=PA80&dq=reclutamiento+externo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwihoNH05a_OAhWGJCYKHYIDBgE4ChDoAQg_MAM#v=onepage&q=reclutamiento%20externo&f=false

Díaz, G (2001). El bienestar subjetivo: actualidad y perspectivas. Revista Cubana de Medicina General Integral 17(6): pag 572 – 579

DITella, R; MacCulloch, R. y Oswald, A. (2001). Preferences over Inflation and Unemployment: Evidence from Surveys of Happiness. American Economic Review 91(1): pag 335-341

Dolores, M. (2014). Apoyo Administrativo a la Gestión de Recursos Humanos. Recuperado de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecafmhsp/reader.action?docID=11126674>

Domínguez-Lara, S. A. D. y Merino-Soto, C. M. (2015). ¿Por qué es importante reportar los intervalos de confianza del coeficiente alfa de Cronbach? Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 13 (2), pp. 1326-1328.

Ehrensaft, E. y Tousignant, M. (2003). Ecología humana y social de la resiliencia. En M. Manciaux (Comp.), La resiliencia: resistir y rehacerse (pp. 214 – 227). Barcelona: Gedisa.

Espilco, I. (2018). Eficiencia de la metodología de reclutamiento 2.0 comparado con un reclutamiento tradicional en una universidad de lima metropolitana – 2016. Universidad De San Martín de Porres. Lima. Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4261/1/espilco_zic.pdf

- Fernández, M. Cayssials, A. y Pérez, M. (2009). Curso básico de psicometría. Teoría Clásica. Editorial Buenos Aires. Captitulo 2. Recuperado de: <https://www.bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFG/13psicometricas/liporace/curso%20basico%20de%20psicometria.%20Liporace.pdf>
- Flores, M. (2008). Resiliencia y proyecto de vida en estudiantes del tercer año de secundaria de la UGEL 03. Tesis de Maestría. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima. Perú. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/621/Flores_cm.pdf;jsessionid=934F7BDECE952BFA2E8B0A04ECEDA389?sequence=1
- Forés, A. y Grané, J. (2012). La resiliencia en entornos socioeducativos. España: NARCEA, S.A. DE EDICIONES.
- Forés, A. y Grané, J. (2008). Crecer desde la Adversidad. Barcelona. Plataforma Editorial
- Frankl, V. (1983). La psicoterapia al alcance de todos. Barcelona: Herder
- Fredrickson, B. (2001). The role of positive emotions. In positive psychology: The broaden and build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218 – 226. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.56.3.218>
- Gallardo, D.(2007). Tecnologías de gestión. Recuperado de: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/upcsp/reader.action?docID=3190281&query=#>
- Giraldo Isaza, M. (2013). Resiliencia y Bienestar Psicológico según la duración del desempleo en una muestra de profesionales colombianos. *Revista Interamericana de Psicología*, 32(2), pp. 22-37
- Google Facebook (s.f.). Life at Google. Recuperado de: <https://www.facebook.com/lifeatgoogle/>

Google Instagram (s.f.). Life at Google. Recuperado de:
<https://www.instagram.com/lifeatgoogle/?hl=es>

Google Youtube (s.f.). Life at Google. Recuperado de: <https://www.youtube.com/lifeatgoogle>

Greco, C., Ison, M. y Morelato, G. (2007). Emociones positivas: una herramienta psicológica para promocionar el proceso de resiliencia infantil. *Revista Psicodebate*, 1(7), 81 – 94. Recuperado de <http://www.palermo.edu/cienciassociales/investigacion-ypublicaciones/revista-psicodebate/revista-psicodebate/revista-psicodebate-07.html>

Halligan & Shah. (2010). *Inbound Marketing: Get Found Using Google, Social Media and Blogs*. Estados Unidos: John Wiley and Sons, Inc

Henderson N. y Milstein M. (2003): *Resiliencia en la escuela*. Buenos Aires: Paidós.

ITC Guidelines for Translating and Adapting Test (Second Edition). (2017). *International Journal of Testing*, 18(2), 101-134. <https://www.intestcom.org/page/16>

Jimenez, D. (2007). *Manual de recursos humanos*. España ESIC

Korc, M., Hubbard, S., Suzuki, T., & Jimba, M. (2016). *Salud, resiliencia y seguridad humana: avanzando hacia la salud para todos*. Obtenido de Centro Japonés para el Intercambio Internacional: <http://www.jcie.org/researchpdfs/HealthHumSec/guide/HHS-2016-esp.pdf>

Llanos, J.(2005). *Integración de Recursos Humamos*, Editorial Trillas.

Lévano, M. (2018) *Resiliencia laboral en los trabajadores de una institución educativa del distrito de San Miguel*. Tesis de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Lima. Perú, Recuperado de:
<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3401/TRAB.SUF.PRO>

F_Milagros%20Mercedes%20L%C3%A9vano%20Acu%C3%B1a.pdf?sequence=2
&isAllowed=y

Mallqui, G. C. (2015). Optimización del proceso de selección e implementación de metodología técnica para la selección de personal operativo en una planta de confecciones de tejido de punto para incrementar la productividad. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Recuperado de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/4505/1/Mallqui_cg.pdf

Marriott. (s.f.). Marriott careers. Recuperado de: <https://careers.marriott.com/>

Martínez, R., Hernández, M. & Hernández, M. (2006). Psicometría. Madrid: Alianza

Maslow, A. (1991). Motivación y personalidad. Madrid: Ediciones Díaz Santos.

Maslow, A. (1979). El hombre autorrealizado. Barcelona: Editorial Paidós.

McCoach, B., Gable, R., & Madura, J. (2013). Instrument development in the affective domain. Springer.

McDonald, R. P. (1999). Test theory: A unified treatment. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

McDonald Corporation (s.f.). Empleos. Recuperado de: <https://www.mcmpleosperu.com/>

Melillo, A. (2002). Sobre la necesidad de especificar otro pilar de la resiliencia. Buenos Aires: Paidós.

Monroy, K., Rozo, J. y Sierra, L. (2006). Resiliencia, humanismo y psicoanálisis. Influencias, encuentros y desencuentros. Un abordaje teórico. (Tesis de pregrado, Universidad de la Sabana). Recuperado de <http://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/2142>

Montes, J. & Gonzáles, P.(2010). Selección de Personal. Recuperado desde:<https://books.google.com.pe/books?id=0jkELJ2nfVwC&pg=PA72&dq=reclut>

amiento+interno&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjN0peAwJ7OAhVGlx4KHd_sDysQ
6AEISzAI#v=onepage&q=reclutamiento%20interno&f=false

Montes, J. y Gonzales, P. (2006). Selección de Personal. La búsqueda del candidato Adecuado.

Ideas propias. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=0jkELJ2nfVwC&pg=PA85&dq=proceso+de+reclutamiento+y+seleccion+de+personal&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=proceso%20de%20reclutamiento%20y%20seleccion%20de%20personal&f=true

Morelato, G. (2005). Perspectivas actuales de los procesos que sustentan la resiliencia infantil.

Investigaciones en Psicología, 10(2), 61-82.

Morelato, G. (2009). Evaluación de la resiliencia en niños víctimas de maltrato familiar (Tesis

doctoral inédita). Universidad Nacional de San Luis, Argentina.

Morelato, G. (2011). Resiliencia en el maltrato infantil: aportes para la comprensión de factores

desde un modelo ecológico. Revista de Psicología, 29(2), 205 – 224. Recuperado de

<http://www.scielo.org.pe/pdf/psico/v29n2/a01v29n2.pdf>

Munist, M. & Suárez, E. (2007). Conceptos generales de resiliencia aplicados a adolescentes

y jóvenes. En Munist, Suárez Ojeda, Krauskopf y Silber (Comps.) Adolescencia y resiliencia. Buenos Aires: Paidós

Muñiz, J. (1996). Teoría clásica de los test. Madrid: Pirámide.

Murillo, P. T. (2015). Sistema de reclutamiento y selección del personal para la cadena de

supermercados Marcamaxx del Canton Los Bancos, Provincia de Pichincha. Ambato:

Universidad Regional Autónoma de los Andes. Recuperado de

http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/603/1/TUAEXCOMIEA_N013-2015.pdf

- Nebot, J. (1999). Selección de Personal. Madrid: Fundación Cofemental. Recuperado desde: https://books.google.com.pe/books?id=JEMaDyZKTWcC&pg=PA14&dq=reclutamiento+de+personal&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=reclutamiento%20de%20personal&f=true
- Novella, A. (2002) Incremento de la resiliencia luego de la aplicación de un programa de psicoterapia breve en madres adolescentes. (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Olleros, M. (3 era) (2005). El proceso de captación y selección de personal. Barcelona: Gestión 2000
- Olsson, C., Bond, L., Burns, J., Vella, D. y Sawyer, S. (2003). Adolescent resilience: a concept analysis. *Journal of Adolescence*, 26(1), 1 – 11. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/10931288_Adolescent_Resilience_A_Concept_Analysis
- Popper, K. (1971). La lógica de la investigación científica. Teorías y métodos. Madrid: Editorial TECNOS.
- Parry, E. & Tyson, S. (2014). Managing people in a contemporary context. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=KSXjAQAAQBAJ&pg=PA80&dq=erecruitment+1.0&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjz0pz16-TaAhUCNd8KHTkJDuAQ6AEINTAC#v=onepage&q=erecruitment%201.0&f=false>
- Pedrosa, I. Suárez, J. y García, E. (2014) Evidencias sobre la validez de contenido: Avances Teóricos y Métodos para su estimación. *Revista Acción Psicológica*. Vol. 10, N° 2, 3-20.

- Polk, L. (1997). Toward a middle range theory of resilience. *Advances in Nursing Science*, 19(1), 1 – 13. Recuperado de http://journals.lww.com/advancesinnursingscience/Abstract/1997/03000/Toward_a_Mid dle_Range_Theory_of_Resilience.2.aspx
- Puerta, M. (2007). La resiliencia. Recuperado de: www.cruzroja.instituto.edu.ec/documentos/Resiliencia.
- Puig, G. y Rubio, J. (2011). *Manual de la resiliencia aplicada*. Barcelona: Gedisa editorial.
- Reichardt, C. y Cook, T. (1982) Más allá de los métodos cualitativos versus los cuantitativos. *Estudios de psicología*, No. 11, 1982, España, p. 42. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2858142>.
- Reyes J. (28 agosto, 2019). Desempleo: ¿Cuánto tiempo le toma a los peruanos encontrar un nuevo trabajo?. *GESTIÓN*. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/desempleo-cuanto-tiempo-le-toma-a-los-peruanos-encontrar-un-nuevo-trabajo-noticia/>
- Rimari, L. (2008). La resiliencia. ¿Cómo forjar personas resilientes en nuestras escuelas? *Revista pedagógica del maestro peruano San Jerónimo*, 1(1), 1 – 14. Recuperado de https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwik6NuvrYbRAhWDIJAKHfF6C9UQFggYMAA&url=http%2F%2Ffiles.cer-lacandelaria.webnode.es%2F200000378-0be830ce21%2FLA%2520RESILIENCIA%25202.pdf&usg=AFQjCNF0TAcvL5f9-VVZXIEg3WH7oisJOA&sig2=z-_vkf7LzD7_bRdTUxIIIw&bvm=bv.142059868,d.Y2I

- Sampieri, H. (2014). Metodología de la Investigación. Interamericana Editores S.A. de C.V.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Sánchez, C. (2015). Formación y desarrollo profesional del educador social en contextos de intervención. Madrid: UNED.
- Schäfer, T., & Schwarz, M. A. (2019). The meaningfulness of effect sizes in psychological research: differences between sub-disciplines and the impact of potential biases. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00813>
- Seligman, M. (1975). Helplessness: On depression, development and death. San Francisco: Freeman.
- Seligman, M. (2002). Positive psychology, positive prevención, and positive terapia. *Hándbol of positive psychology*, 2(1), 3 – 12. Recuperado de http://www.positiveculture.org/uploads/7/4/0/7/7407777/seligman_intro.pdf
- Seligman, M. y Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive Psychology. En introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5 – 14. doi: [org/10.1037/0003-066X.55.1.5](https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5)
- Seligman, M. (2003). La auténtica felicidad. Barcelona: Vergara.
- Seligman, M. (2014). Florecer: La nueva psicología positiva y la búsqueda del bienestar. EE.UU: Océano.
- Serrano, J. & Barra, M. (2011). La Gestión de Recursos Humanos en las Corporaciones locales. *Cuadernos de Gestión*, 12, 149-168. Recuperado desde <http://www.ehu.eus/cuadernosdegestion/documentos/100233js.pdf>
- Suarez, N. (2004): Perfiles de Resiliencia, en Suarez, N., Munist, M., Kotliarenco, M. (Eds.), *Resiliencia tendencias y perspectivas* (pp. 97 – 112). Argentina: Fundación Bernard van Leer - UNLA.

- Siceri, S., & Faulkner-Bond, M. (2014). Validity evidence based on test content. *Psicothema*, 26(1), 100-107. <https://doi.org/10.7334/psicothema2013.256>
- Soto, D. (2019) Influencia del inbound marketing sobre la intención de compra de los potenciales estudiantes de la UM virtual. Tesis de Maestría. Universidad de Montemorelos. Nuevo León. Mexico. Recuperado de: <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.11972/1046/Tesis%20Denise%20Alicia%20Soto%20Conde.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stone, L. L., Janssens, J. M., Vermulst, A. A., Van Der Maten, M., Engels, R. C. & Otten, R. (2015). The Strengths and Difficulties Questionnaire: psychometric properties of the parent and teacher version in children aged 4-7. *BMC psychology*, 3 (1), pp. 1-12.
- Taber, K. S. (2017). The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education*. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Tyagi, A. (2016). Impact of E- Recruitment on Human Resource. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=QMpJDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=e-recruitment&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiwhcLq0uTaAhUQd98KHS4zBjQQ6AEIJzAA#v=onepage&q=e-recruitment&f=false>
- Tesla Motors. (s.f.) Careers, Working at Tesla. Recuperado de: <https://www.tesla.com/careers>
- Valdés, P. (2014). Inbound Marketing: ¿Qué es? Origen, metodología y filosofía. 2014, de Inbound Cycle: agencia de Inbound Marketing Sitio web: <http://www.inboundcycle.com/inbound-marketing-que-es>
- Ventura-León, J. (2017). De regreso a la validez basada en el contenido. *Adicciones*, 40(20), 1-3. <https://doi.org/10.20882/adicciones.1213>

- Verma, J. P. (2019). Non-parametric Tests for Psychological Data. *Statistics and Research Methods in Psychology with Excel*, 477–521. https://doi.org/10.1007/978-981-13-3429-0_12
- Vertice (2008). Selección de Personal. Recuperado desde: <https://books.google.com.pe/books?id=OoIIgbsxUs4C&pg=PA1&dq=reclutamiento+de+personal&hl=es&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwj91PbPj6jMAhVLOyYKHc81DiMQ6AEIVjAH#v=onepage&q=reclutamiento%20de%20personal&f=true>
- Villalba, C. (2014). El concepto de Resiliencia individual y familiar. Aplicaciones en la Intervención social. *Revista de Intervención Psicosocial* (12) 3, 283-299
- Villalba, C. (2004). El concepto de resiliencia individual y familiar. Aplicaciones en la intervención social. Dossier España. Recuperado el 02 de junio del 2009, desde: <http://site.ebrary.com/lib/bibliosilsp/Doc?id=10058468&ppg=1>
- W2 Asesores y Consultores. (s.f.). Consultora de Gestión Humana. Recuperado de: <https://w2asesoresyconsultores.com/>
- Wagnild, G.M. & Young, H.M. (1993). Development and psychometric evaluation of the Resilience Scale. *Journal of Nursing Measurement*, 1(2), 165-178.
- Wagnild, G. y Young, H. (1993). Escala de resiliencia. Recuperado de <http://es.slideshare.net/ipsiasinstitutopsiquiatrico/39013071-escaladeresilienciadewagnildyyoung>
- Wolin, S. J. & Wolin, S. (1993). *The resilient self: how survivors of troubled families rise above adversity*. Nueva York: Villard Books
- Yaria, J. (2005). *Drogas, escuela, familia y prevención*. Argentina: Editorial Bonum

Zea, L. (1968). EL positivismo en México: Nacimiento, apogeo y decadencia. Fondo de cultura económica. México. Recuperado de:
<https://esfops.files.wordpress.com/2013/04/leopoldo-zea-el-positivismo-en-mexico-nacimiento-apogeo-y-decadencia.pdf>

ANEXOS

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Cuestionario de Inbound Recruiting

Instrucciones:

Por medio de este cuestionario, se busca conocer la percepción que tiene de la empresa con la que pasó el proceso de Selección, las cuales serán plasmadas en 25 frases. Se le solicita que conteste a cada una de las siguientes preguntas marcando con un aspa (X) en la casilla que mejor represente su opinión o punto de vista de cada oración, vale resaltar que no existe respuesta buena ni mala, agradeceremos solución de manera sincera y rápida el cuestionario. Espere las indicaciones para comenzar la evaluación.

Cargo al que postula:

Sexo: M / F

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Parcialmente en desacuerdo

4 = Indiferente

5 = Parcialmente de acuerdo

6 = De acuerdo

7 = Totalmente de acuerdo

Pregunta	1	2	3	4	5	6	7
1 Tienes conocimiento amplio del cargo al que te estas postulando							
2 Tienes conocimiento de la empresa a la que estas postulando							
3 Conoces la página web de empleo de W2 Asesores y Consultores.							
4 Conoces el Facebook de W2 Asesores y Consultores							
5 Llegaron a contactarse contigo haciendo uso de WhatsApp							
6 Haces uso constantemente de tus redes sociales para conseguir empleo.							
7 Te llegó a interesar a primera vista la oferta de empleo actual que viste a la hora de postular.							

8 Leíste toda la información que se presentó en la oferta de empleo.							
9 A la hora de inscribirte en la oferta laboral, ¿Estuviste totalmente convencido de hacerlo?							
10 Actualmente te queda clara toda la información sobre la oferta de empleo.							
11 Consideras que registrarte en esta oferta laboral fue sencilla.							
12 Haces uso constante de tu celular para revisar ofertas laborales.							
13 Considera que el tiempo de respuesta frente a su postulación fue bastante rápido, menor a 3 días.							
14 Considera que la primera comunicación que tuvo con el personal de W2 Asesores y Consultores fue esencial para continuar con el proceso de selección.							
15 Consideras que la persona que se contactó contigo mantiene una buena comunicación, para los fines que requieran el trabajo.							
16 Visitas frecuentemente nuestra página de empleos de Facebook.							
17 La persona que se contactó contigo fue bastante cordial y amable al darte a conocer toda la oferta laboral.							
18 Quedaste satisfecho con el trato, la información y el servicio que te brindó el personal de W2 Asesores y Consultores.							
19 Consideras que con las recomendaciones brindadas por el personal de W2 Asesores y Consultores te permitirá obtener la oferta laboral deseada.							
20 Luego de pasar esta experiencia en W2 Asesores y Consultores, te sientes mayor seguridad para pasar una entrevista final.							
21 Volverías a pasar un proceso de Selección con W2 Asesores y Consultores.							
22 Recomendarías a la empresa para que otros postulantes ya sea amigos o parientes, pasen un proceso de Selección en W2 Asesores y Consultores.							
23 Consideras W2 Asesores y Consultores te brindó un servicio de calidad a la hora de pasar todo el proceso de selección.							

24 Considera que W2 Asesores y Consultores es un buen lugar para postular a ofertas laborales.							
25 Consideras que la metodología que utiliza W2 Asesores y Consultores ayuda a los postulantes a mejorar sus capacidades a la hora de presentarse a una oferta laboral.							

Escala de Resiliencia de Wagnild & Young

Instrucciones:

Por medio de este cuestionario, se busca conocer su forma y frecuencia de actuar ante determinadas circunstancias, las cuales serán plasmadas en 25 frases. Se le solicita que conteste a cada una de las siguientes preguntas marcando con un aspa (X) en la casilla que mejor represente su proceder en cada oración, vale resaltar que no existe respuesta buena ni mala, agradeceremos solución de manera sincera y rápida el cuestionario. Espere las indicaciones para comenzar la evaluación.

Cargo al que postula:

Sexo: M / F

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Parcialmente en desacuerdo

4 = Indiferente

5 = Parcialmente de acuerdo

6 = De acuerdo

7 = Totalmente de acuerdo

Pregunta	1	2	3	4	5	6	7
1 Cuando planeo algo lo cumplo.							
2 Soy capaz resolver mis problemas.							
3 Soy capaz de hacer las cosas por mí mismo sin depender de los demás.							
4 Para mí es importante mantenerme interesado(a) de las cosas que suceden a mi alrededor.							

5 Puedo estar solo(a), si debo hacerlo.							
6 Estoy orgulloso(a) de haber podido alcanzar metas en mi vida.							
7 Generalmente me tomo las cosas con calma.							
8 Me siento bien conmigo mismo(a).							
9 Siento que puedo manejar varias cosas al mismo tiempo.							
10 Me siento decidido(a).							
11 Rara vez me pregunto sobre la finalidad de las cosas.							
12 Hago las cosas tomándome el tiempo por cada una.							
13 Puedo superar las dificultades porque anteriormente he experimentado situaciones similares.							
14 Soy autodisciplinado(a).							
15 Mantengo interés en las cosas.							
16 Por lo general encuentro algo que me permite ser feliz.							
17 La confianza que tengo en mí mismo(a) me permite atravesar momentos difíciles.							
18 En momentos difíciles soy alguien en quien pueden confiar.							
19 Usualmente puedo ver una situación desde varios puntos de vista.							
20 A veces me obligo a hacer cosas para lograr mis objetivos, me gusten o no.							
21 Mi vida es muy importante.							
22 No me aflijo ante situaciones que no tengo el control para manejarlas.							
23 Cuando estoy en una situación difícil, generalmente encuentro una solución.							
24 Tengo suficiente energía para conseguir los objetivos que me propongo.							
25 Acepto que hay personas a las que no les agrado.							