



Tesis de Maestría
Colegio de Estudios Graduados en
Ciencias de la Conducta
y Asuntos de la Comunidad
Psicología Industrial-Organizacional

RECLUTAMIENTO SOCIAL Y CYBERVETTING EN UNA MUESTRA DE PROFESIONALES DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL EN PUERTO RICO: UN ESTUDIO EXPLORATORIO-DESCRIPTIVO

Michelle M. Meléndez Rodríguez, MS
Dra. Ángela Velázquez Lugo, PHD (Directora)
Dr. Roberto González Valles, PHD (Lector)

Contenido



Definición de conceptos

Importancia del tema

Propósito de la
Investigación

Procedimiento

Hipótesis del estudio

Resultados y análisis
estadísticos

Aportaciones, limitaciones y
recomendaciones

Definición de Conceptos



Cybervetting

- La práctica de revisar las redes sociales como *MySpace* y *Facebook*, blogs y microblogs como *Twitter* y el uso de motores de búsqueda como Google y Yahoo! para obtener información sobre los solicitantes de empleo (Mikkelson, 2010).



Reclutamiento Social

- Es la implementación del proceso de reclutamiento a través y con ayuda de las plataformas digitales como bolsas de trabajo en línea, redes sociales y foros. Se caracteriza por la presencia organizacional en las redes sociales para la difusión de vacantes y la búsqueda de perfiles acorde a los buscadores sociales (Rojas, 2010).



Importancia del tema

En EEUU y a nivel mundial se han realizado encuestas que confirman que a través de los años ha aumentado el uso de las redes sociales para el reclutamiento y selección de personal por parte de las organizaciones (MacDonell, 2016 y Segal, 2014).

En Puerto Rico, las investigaciones que aborden este tema son escasas.

El reclutamiento y la selección de personal es una de las funciones principales del Psicólogo Industrial Organizacional y de la profesión de Recursos Humanos (Aguilar, Ambrocio y Vargas, 2011).

Una gran cantidad de puertorriqueños tiene presencia en alguna red social (La Asociación de Ejecutivos de ventas y Mercadeo de Puerto Rico, 2015).



Importancia: Justificación

La investigación permite generar conocimiento del uso de las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal en Puerto Rico.

Se están **seleccionando** candidatos por información encontrada en las redes sociales. Por ejemplo, información que apoye las calificaciones de trabajo del candidato, el candidato transmite una imagen profesional, la personalidad del candidato se presentó como un buen ajuste con la cultura de empresa (CareerBuilder's, 2015).

Se están **descartando** candidatos por información encontrada en las redes sociales. Por ejemplo, fotos provocativas o inapropiadas, información acerca del consumo de drogas o alcohol, comentarios discriminatorios relacionados con la raza, religión, género (CareerBuilder's, 2015).



Importancia: Justificación

Importancia de **desarrollar políticas** con asesoría legal que especifiquen cómo deben usarse las redes sociales, qué información se puede obtener de las mismas, y cómo se debe utilizar esa información para fines de reclutamiento y selección (Trindade, 2013).

Las organizaciones también deben orientarse en **adiestrar al personal** en el uso de las redes sociales para el reclutamiento y la selección de personal, función que se podría realizar desde la disciplina de la Psicología Industrial Organizacional.



Propósito de la investigación

Explorar y describir el uso de las redes sociales en el reclutamiento social y en el *cybervetting* en una muestra de profesionales de reclutamiento y selección de personal en Puerto Rico; específicamente identificar cuáles eran las redes sociales más utilizadas y explorar si las organizaciones contaban con políticas y con personal adiestrado en el uso de las redes sociales para los procesos de reclutamiento y selección de personal.

Se pretendió identificar qué información se estaba auscultando en las redes sociales y como dicha información se estaba utilizando para descartar o considerar un candidato a un puesto.

Se verificó la asociación de algunas variables socio demográficas como generación, nivel académico mayor alcanzado y años trabajando con reclutamiento y selección de personal, con publicar anuncios en las redes sociales y con descartar candidatos en el *cybervetting*.



PROCEDIMIENTO



Diseño de la Investigación

La investigación fue de **enfoque cuantitativo de tipo no experimental.**

Se clasificó la investigación como **transeccional de diseño exploratorio y descriptivo.**



Selección de la muestra

Muestra

- Disponibilidad (conveniencia y bola de nieve)
- Voluntariamente
- 134 participantes

Participantes

- Profesionales que trabajan con reclutamiento y selección de personal en cualquier industria, sector y región de Puerto Rico.
- Participantes que utilizaban las redes sociales para sus procesos de reclutamiento y selección de personal.
- Mayores de 21 años de edad.

Hoja de datos socio-demográficos

1. edad
2. sexo
3. sector
4. industria
5. puesto de trabajo
6. región en donde trabaja
7. años trabajando en reclutamiento y selección de personal
8. nivel académico mayor alcanzado
9. área de estudio
10. generación a la que pertenece

Encuesta

Uso de las redes sociales en los procesos de reclutamiento y selección de personal

Reclutamiento Social

(8 preguntas)

Cybervetting en la selección de personal

(13 preguntas)

Encuesta con distintos formatos de respuestas creada por la investigadora principal.

El índice de validez de contenido de la encuesta fue de .914.

Nota: Ambos instrumentos se administraron por la plataforma en línea de *PsychData*.



Procedimiento

Se solicitó autorización del Comité de Revisión Institucional.

Se identificaron posibles participantes y se les envió un mensaje privado por *LinkedIn* con la invitación a participar del estudio y el enlace de la encuesta.

Se solicitó la cooperación a la Sociedad para la Gerencia de Recursos Humanos Capítulo de Puerto Rico (SHRM) para que distribuyeran la encuesta a sus socios por correo electrónico.

Análisis estadísticos. (Tablas de frecuencias, Prueba Z de hipótesis de proporciones y análisis de chi-cuadrado)



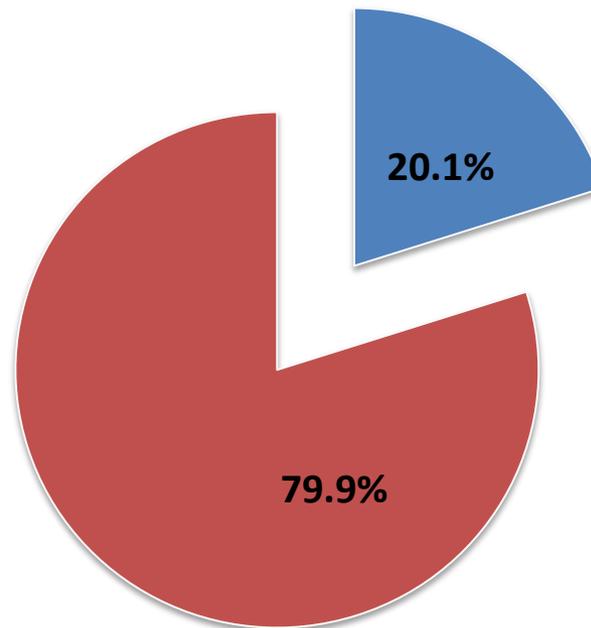
RESULTADOS ANÁLISIS ESTADÍSTICOS

Resultados de datos socio-demográficos

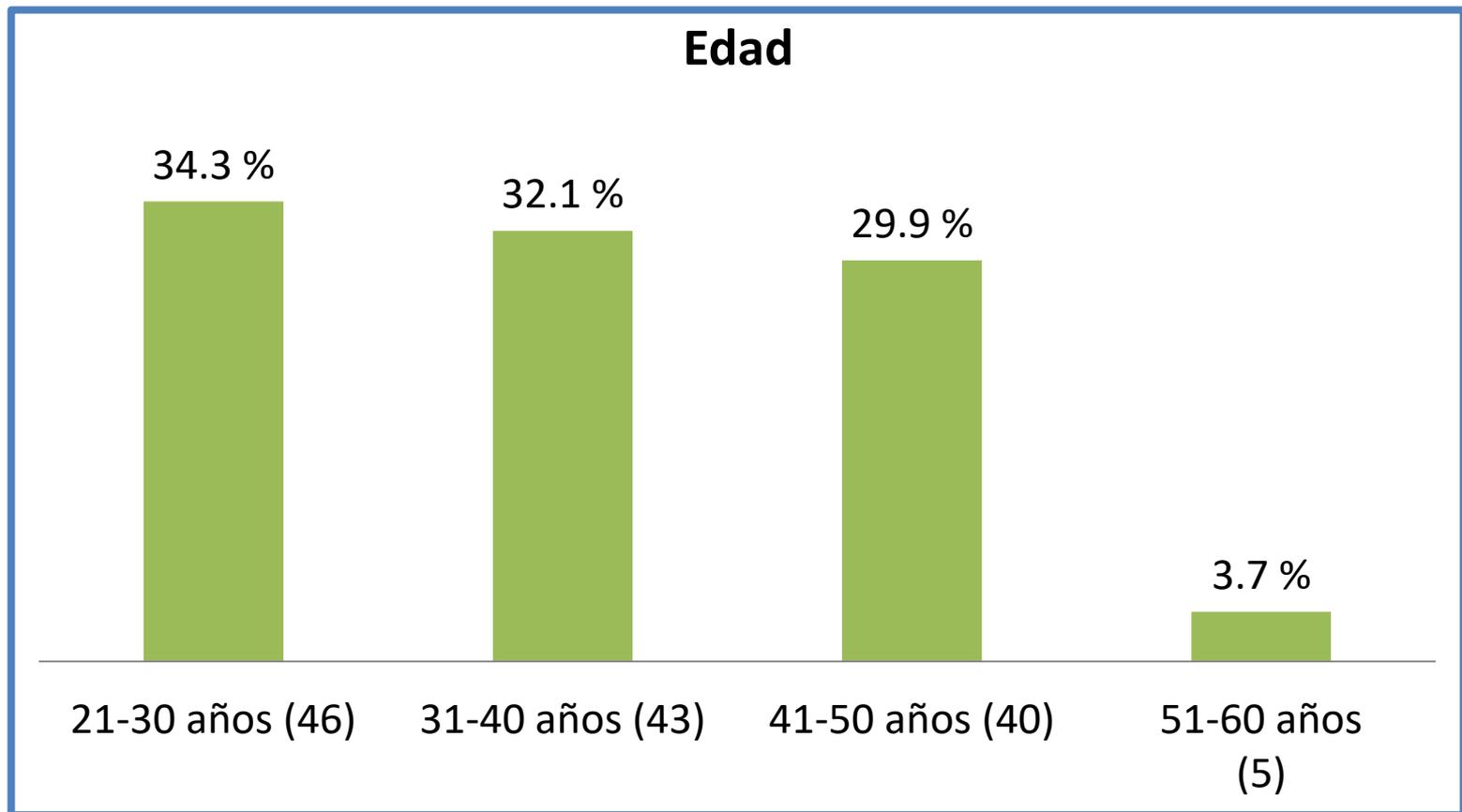
Sexo

■ Hombres (27)

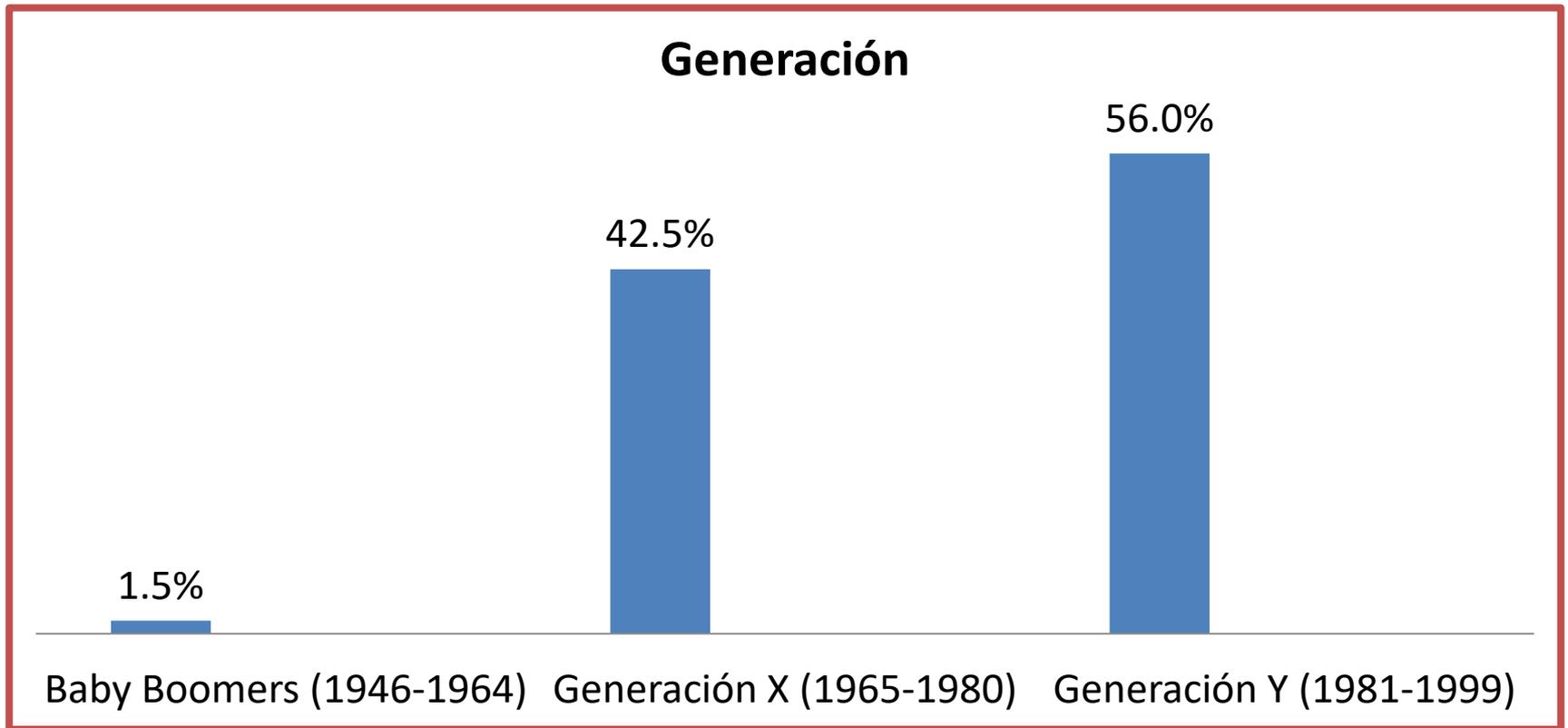
■ Mujeres (107)



Resultados de datos socio-demográficos



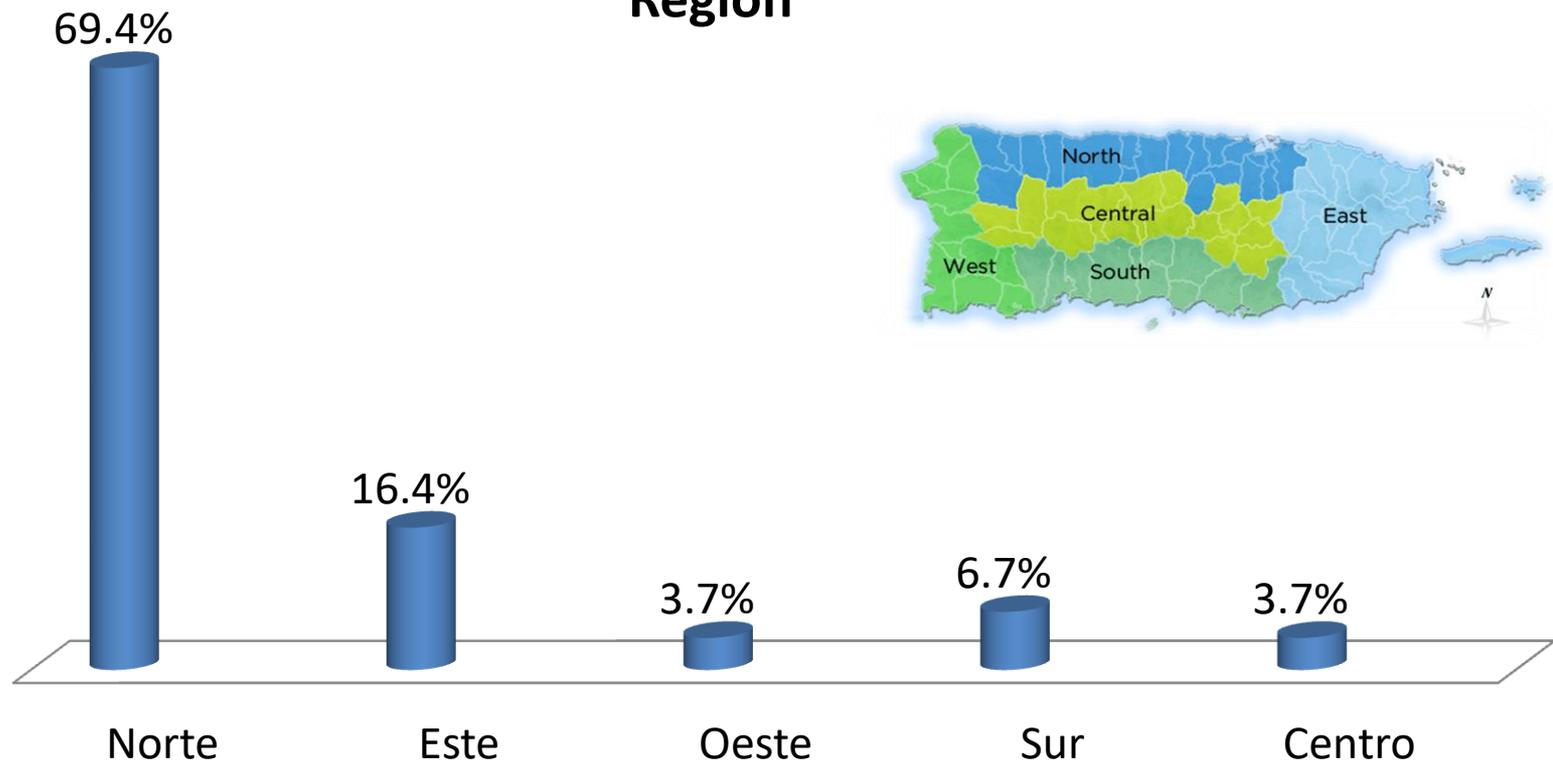
Resultados de datos socio-demográficos



Resultados de datos socio-demográficos



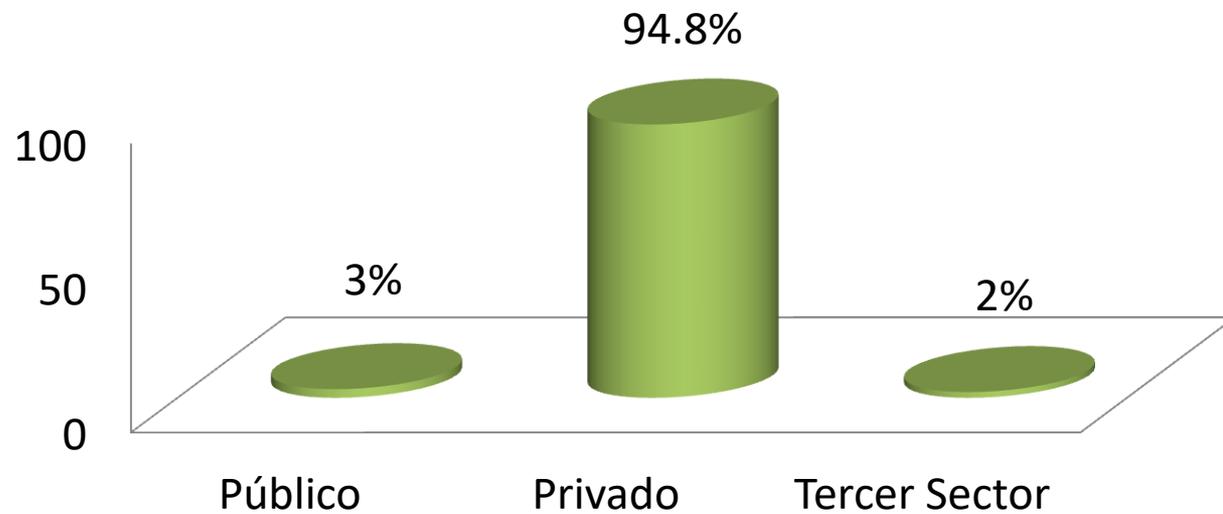
Región



Resultados de datos socio-demográficos



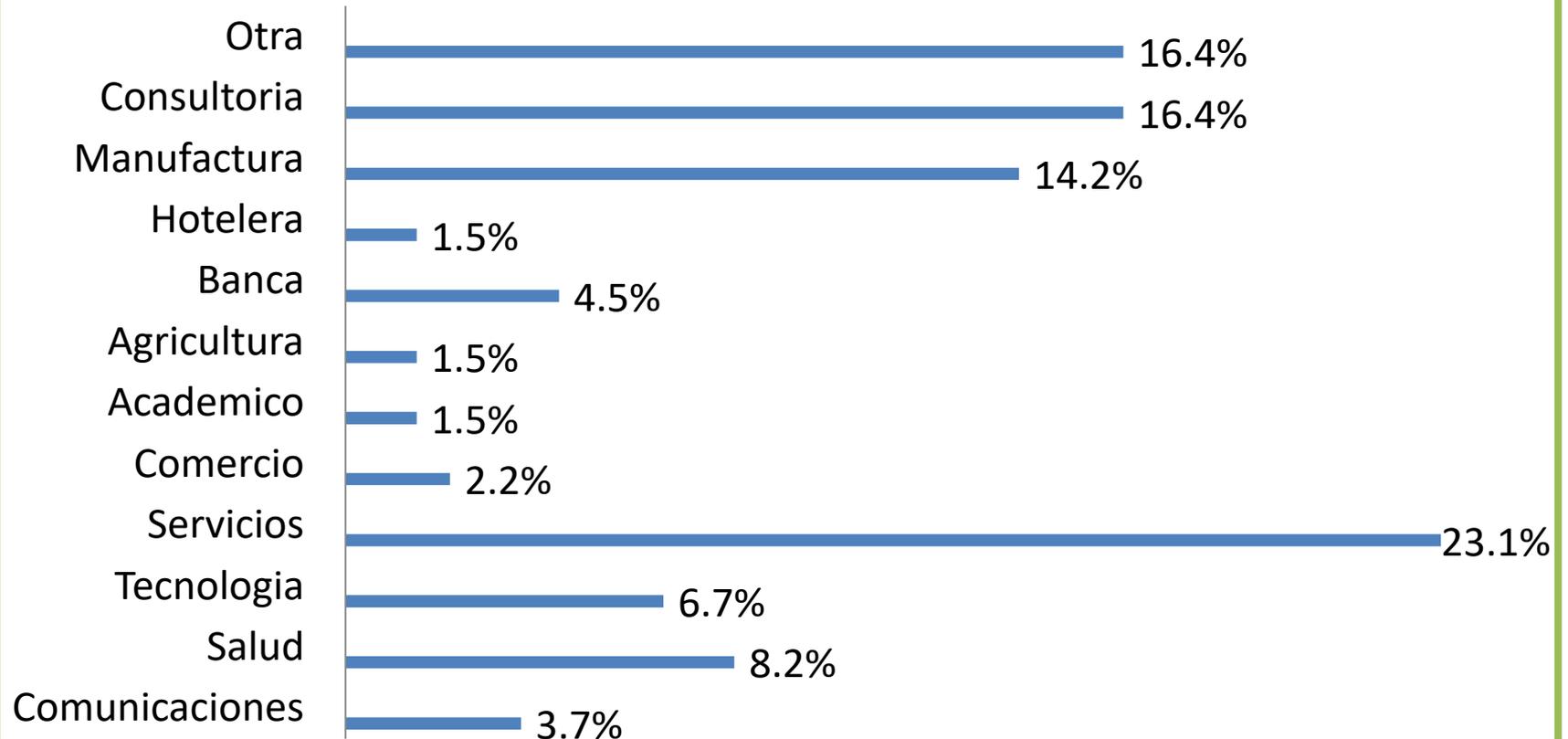
■ Sector



Resultados de datos socio-demográficos

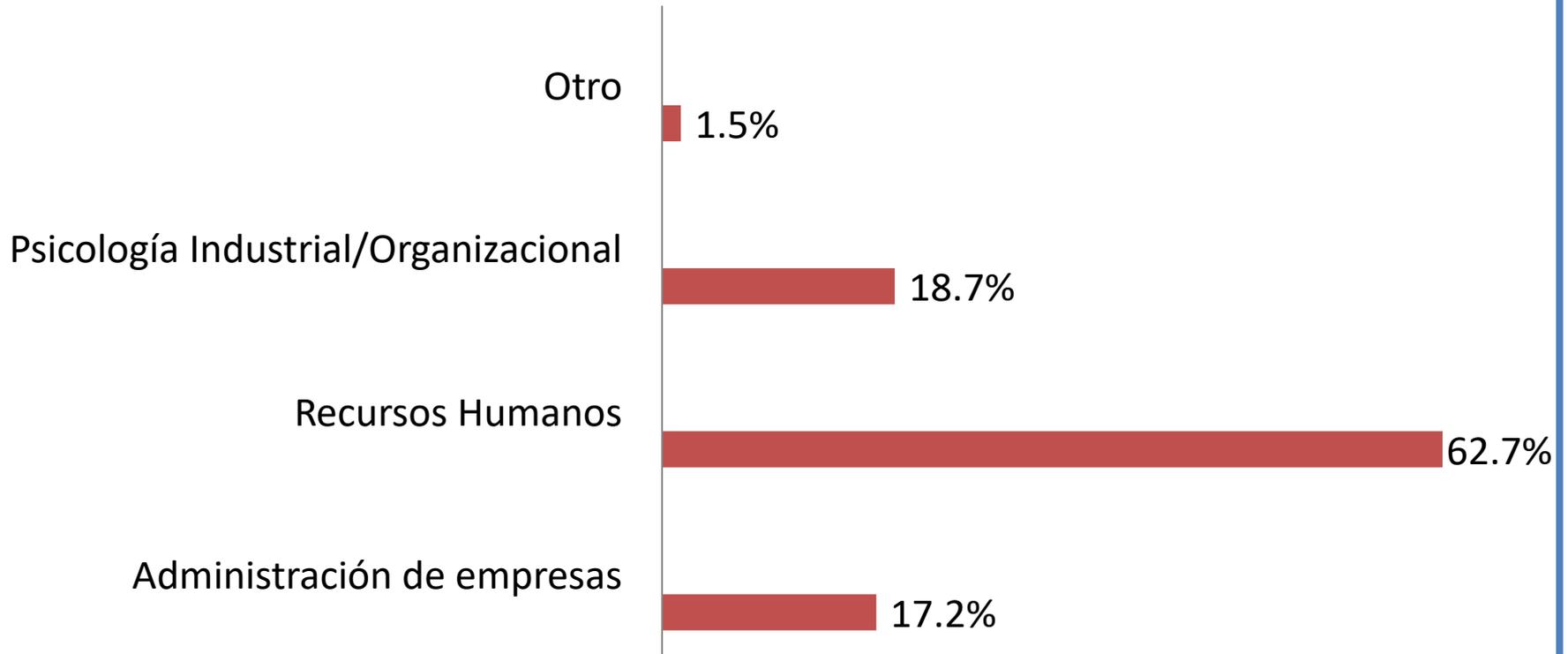


Industria



Resultados de datos socio-demográficos

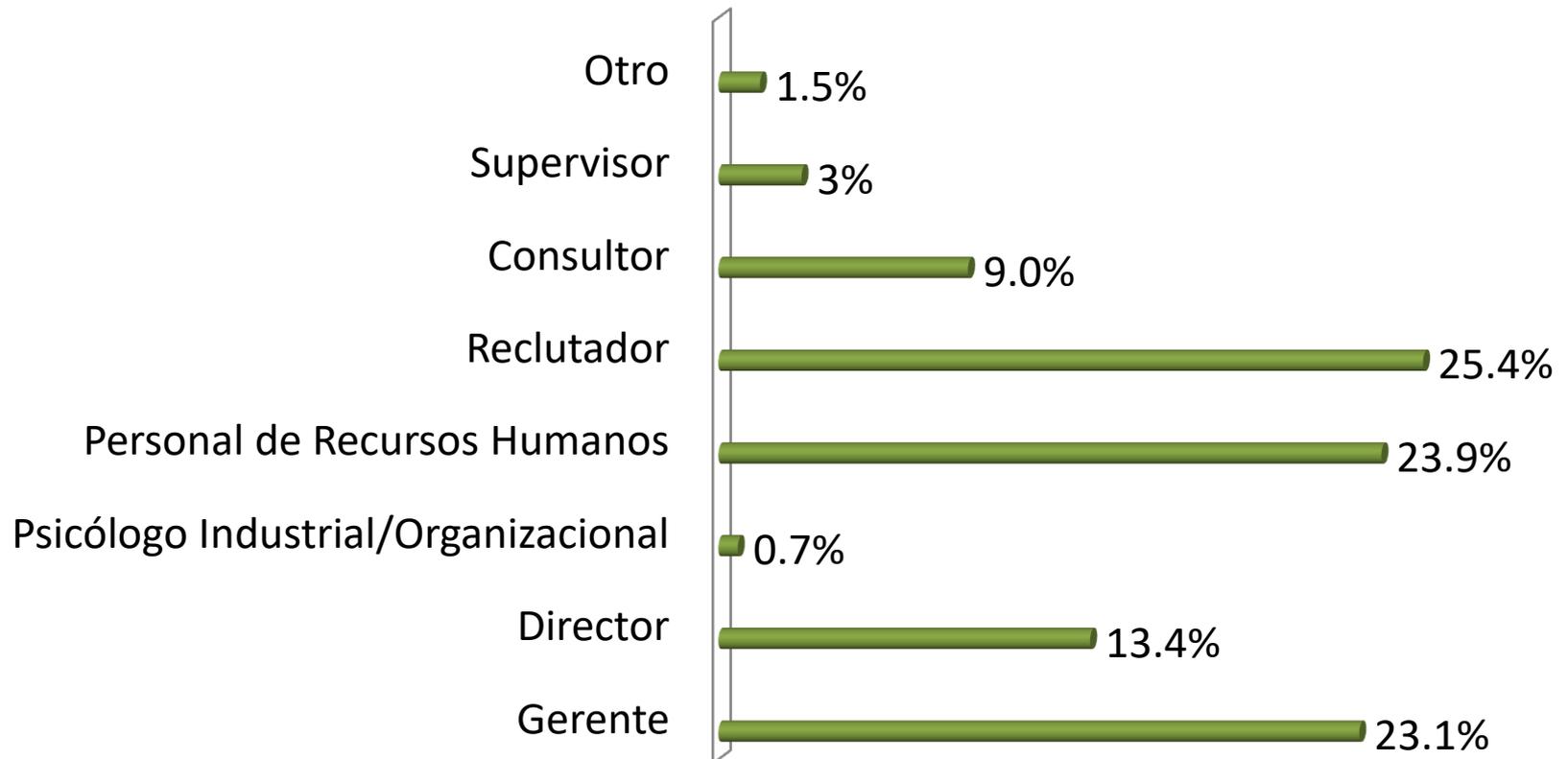
Área de estudio



Resultados de datos socio-demográficos

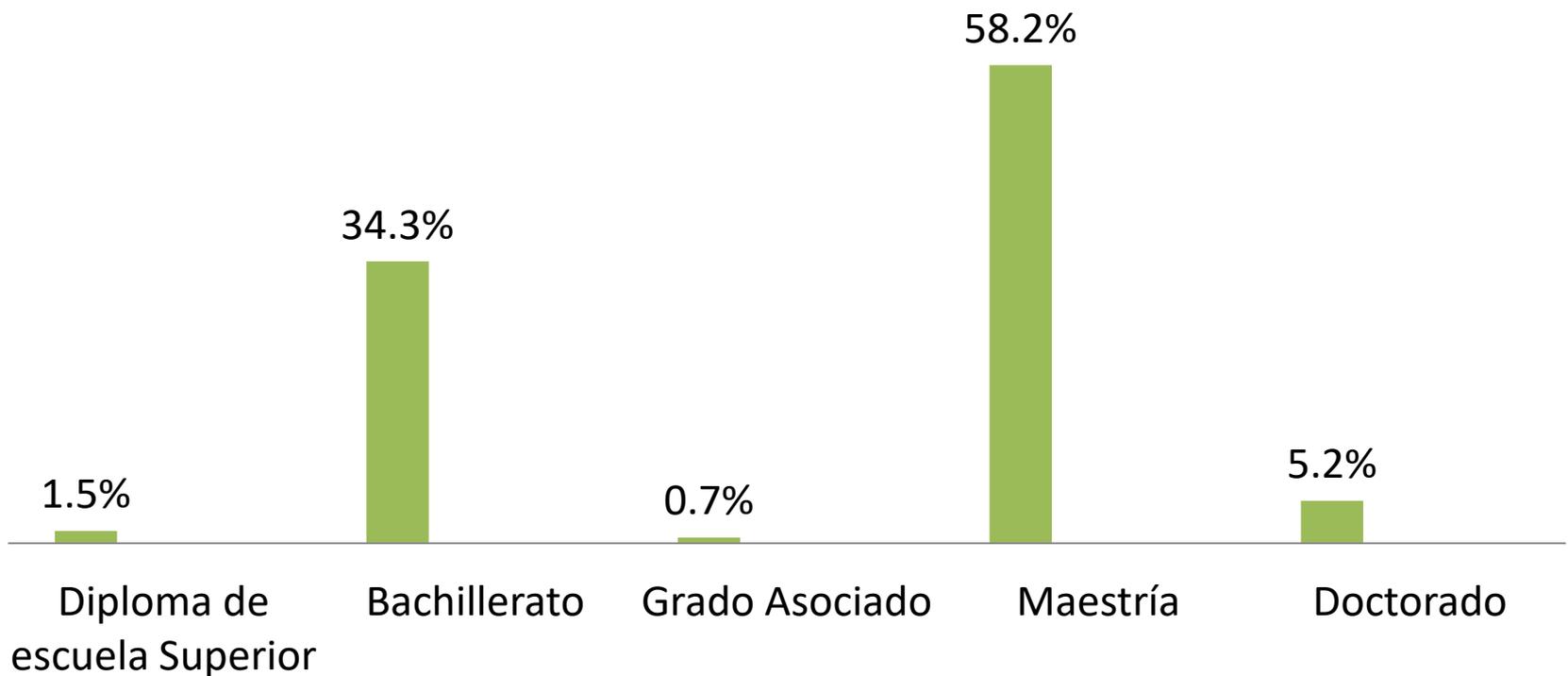


Puesto de trabajo



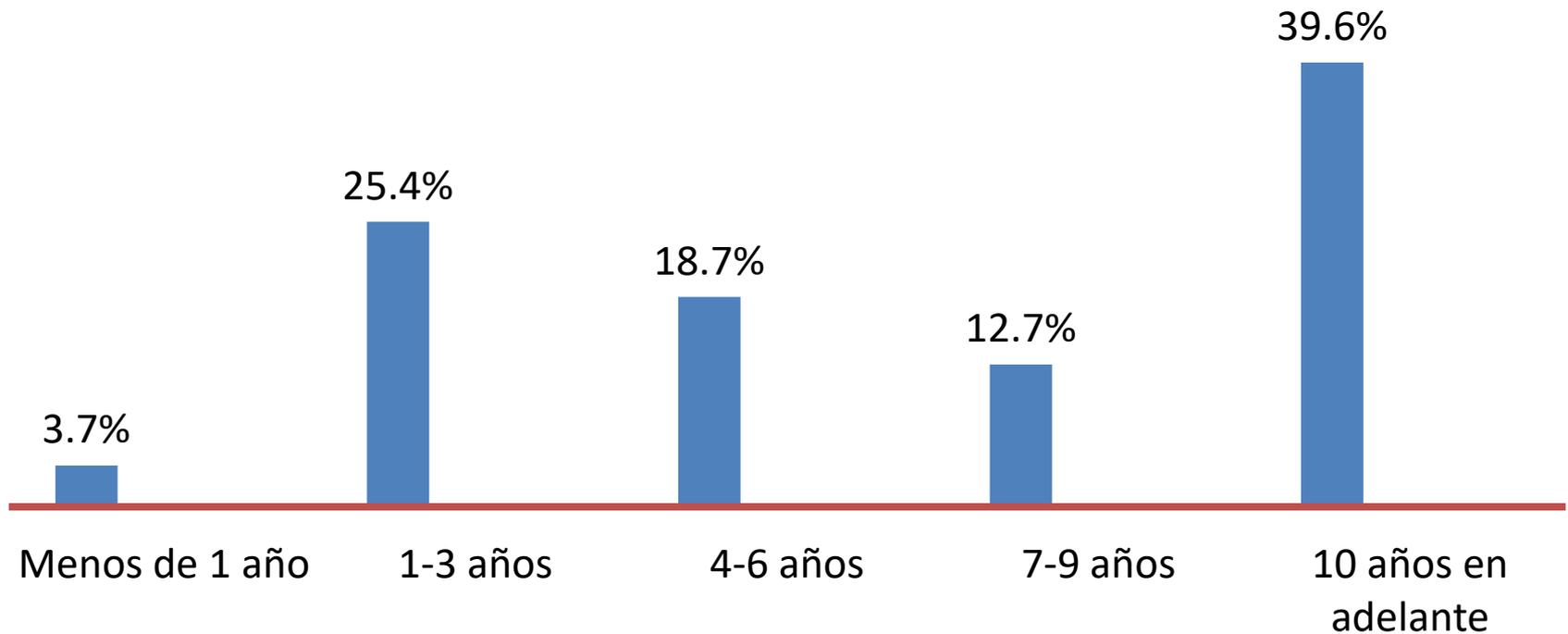
Resultados de datos socio-demográficos

Mayor nivel académico alcanzado



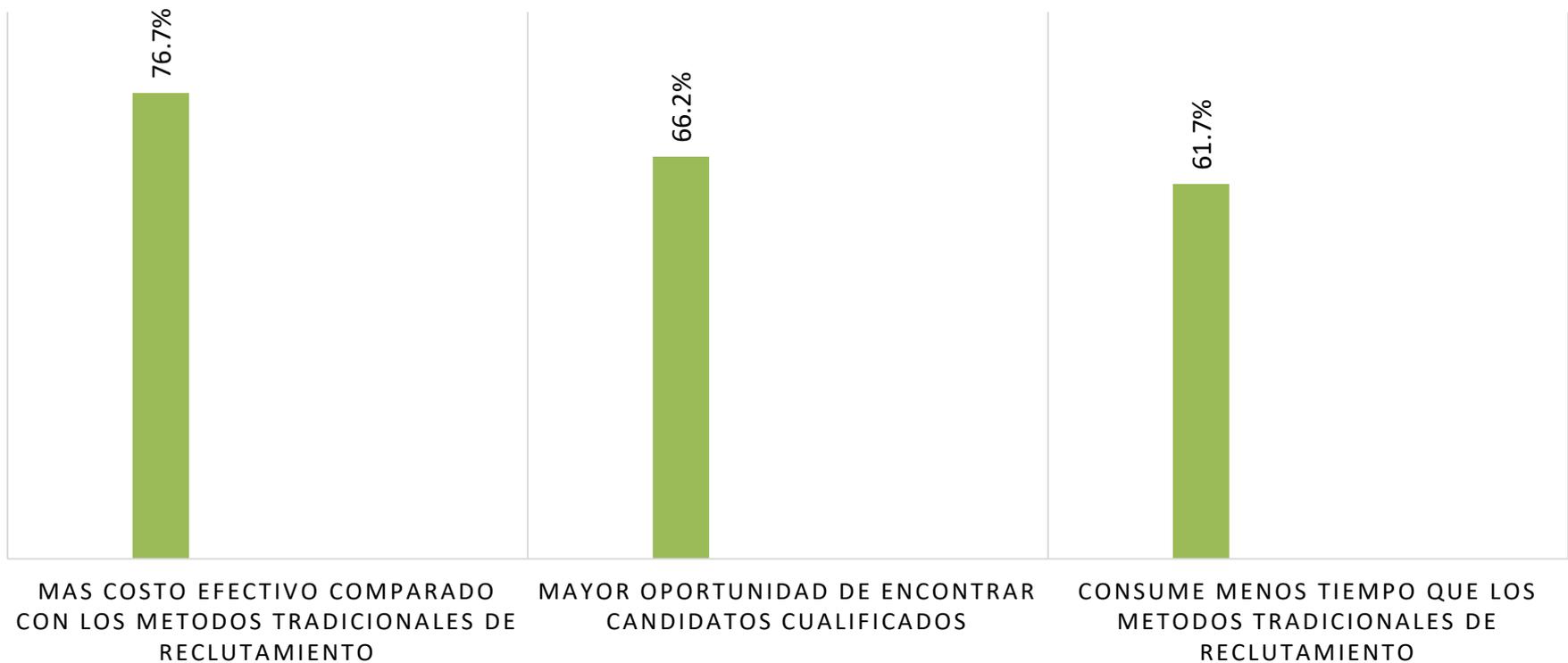
Resultados de datos socio-demográficos

Años trabajando con reclutamiento y selección de personal



Resultados de preguntas de la encuesta

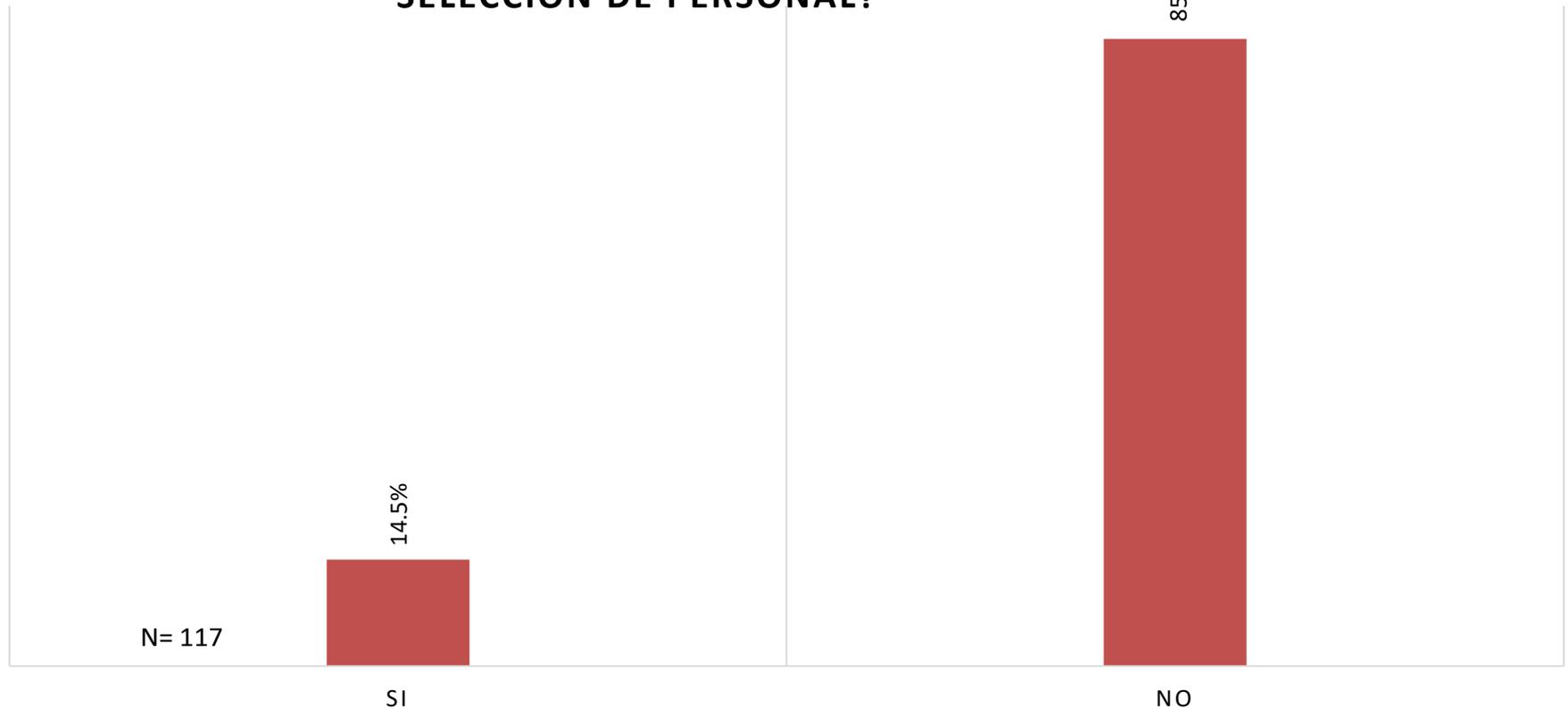
¿CUÁLES SON LAS RAZONES POR LAS QUE SE UTILIZAN LAS REDES SOCIALES EN EL RECLUTAMIENTO DE PERSONAL?



N= 133

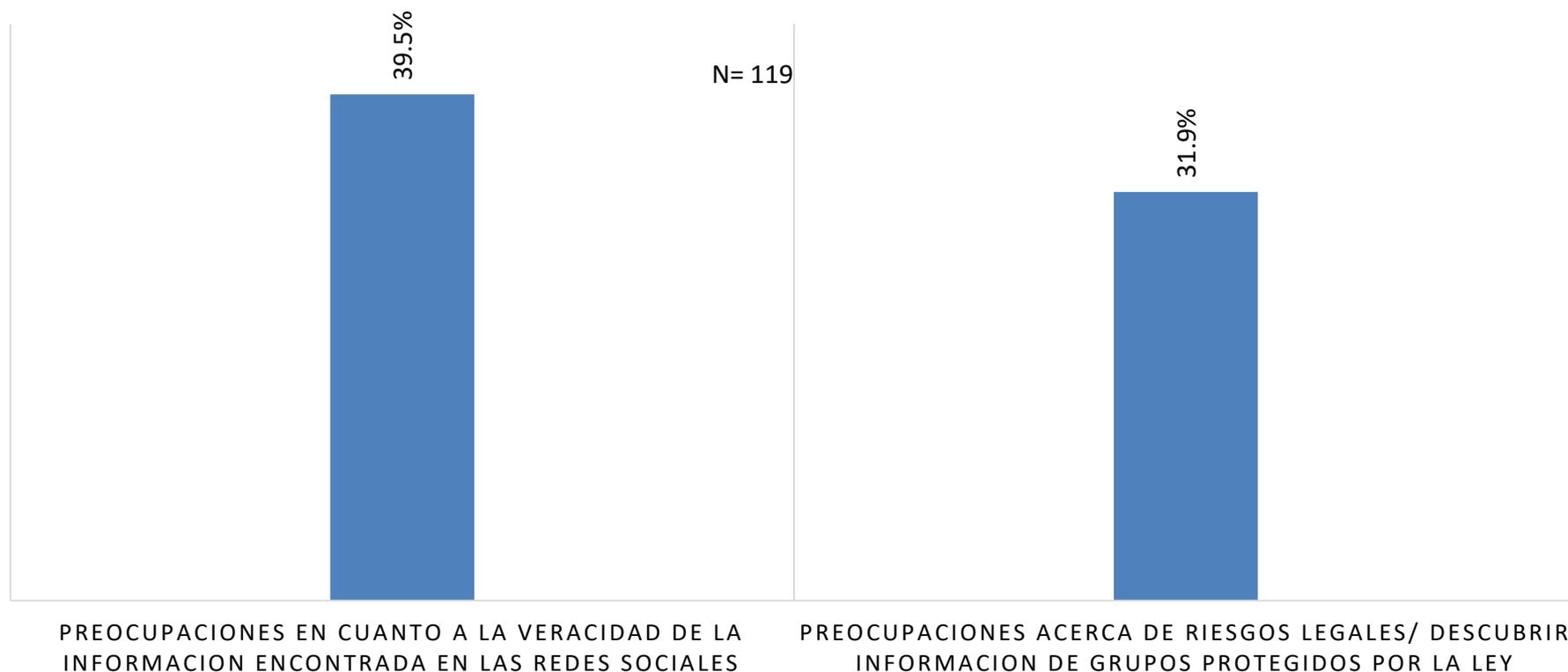
Resultados de preguntas de la encuesta

¿SU ORGANIZACIÓN LES INFORMA A LOS CANDIDATOS QUE SE REVISARÁN SUS REDES SOCIALES COMO PARTE DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE PERSONAL?



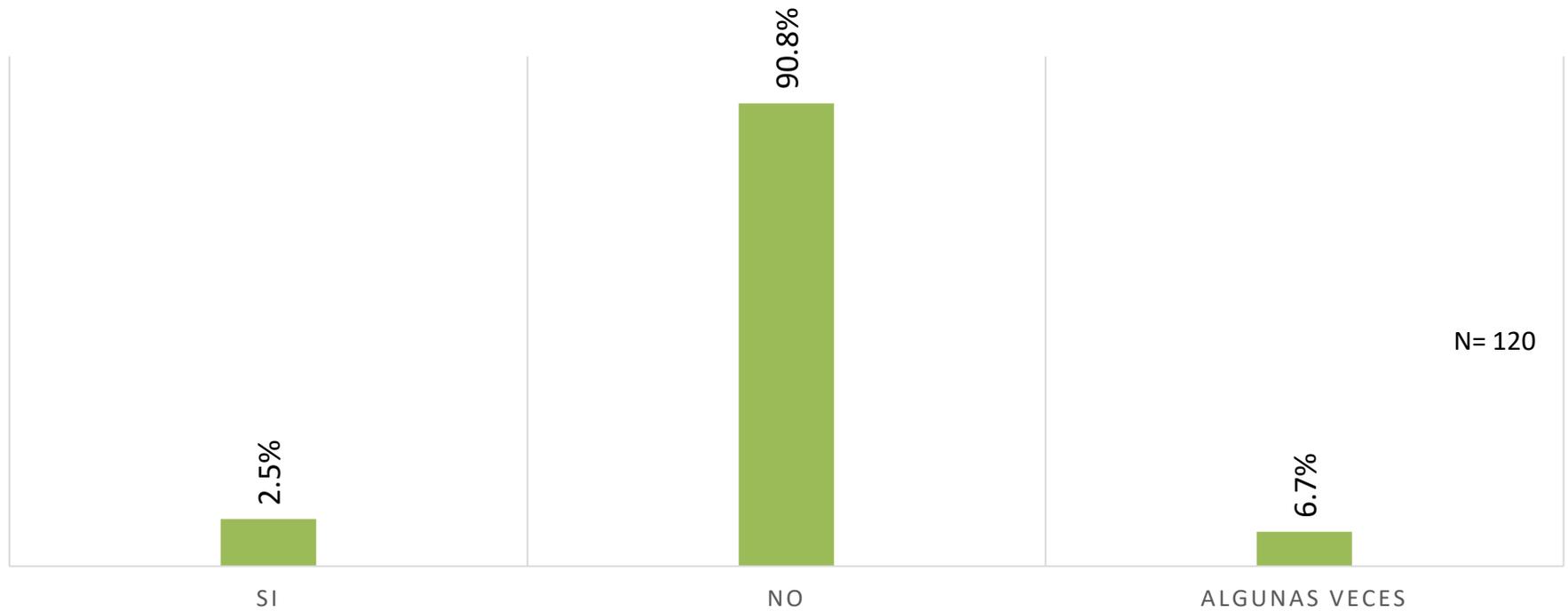
Resultados de preguntas de la encuesta

¿QUÉ FACTORES PUEDEN CAUSARLE PREOCUPACIÓN AL MOMENTO DE UTILIZAR LAS REDES SOCIALES EN LA SELECCIÓN DE PERSONAL?



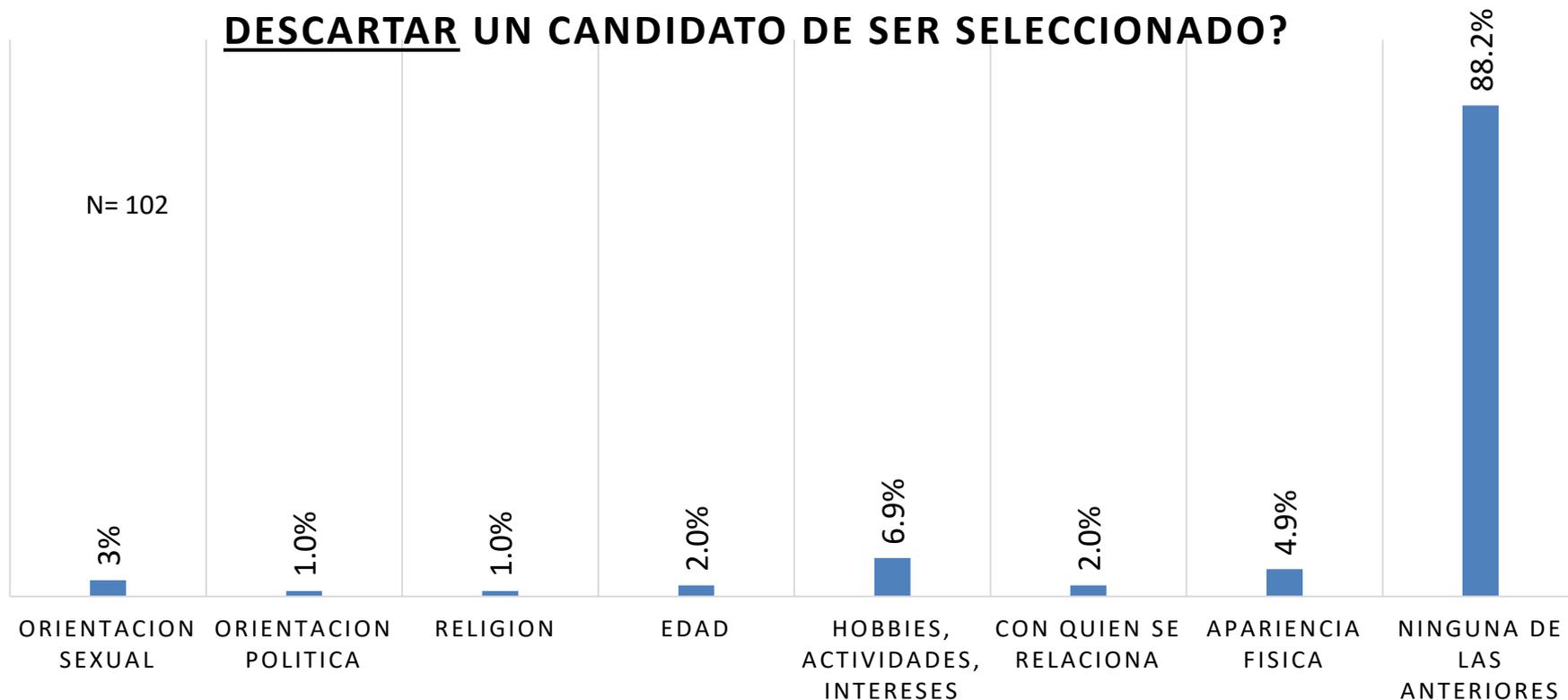
Resultados de preguntas de la encuesta

¿DESCARTA SELECCIONAR CANDIDATOS POR NO TENER PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES?



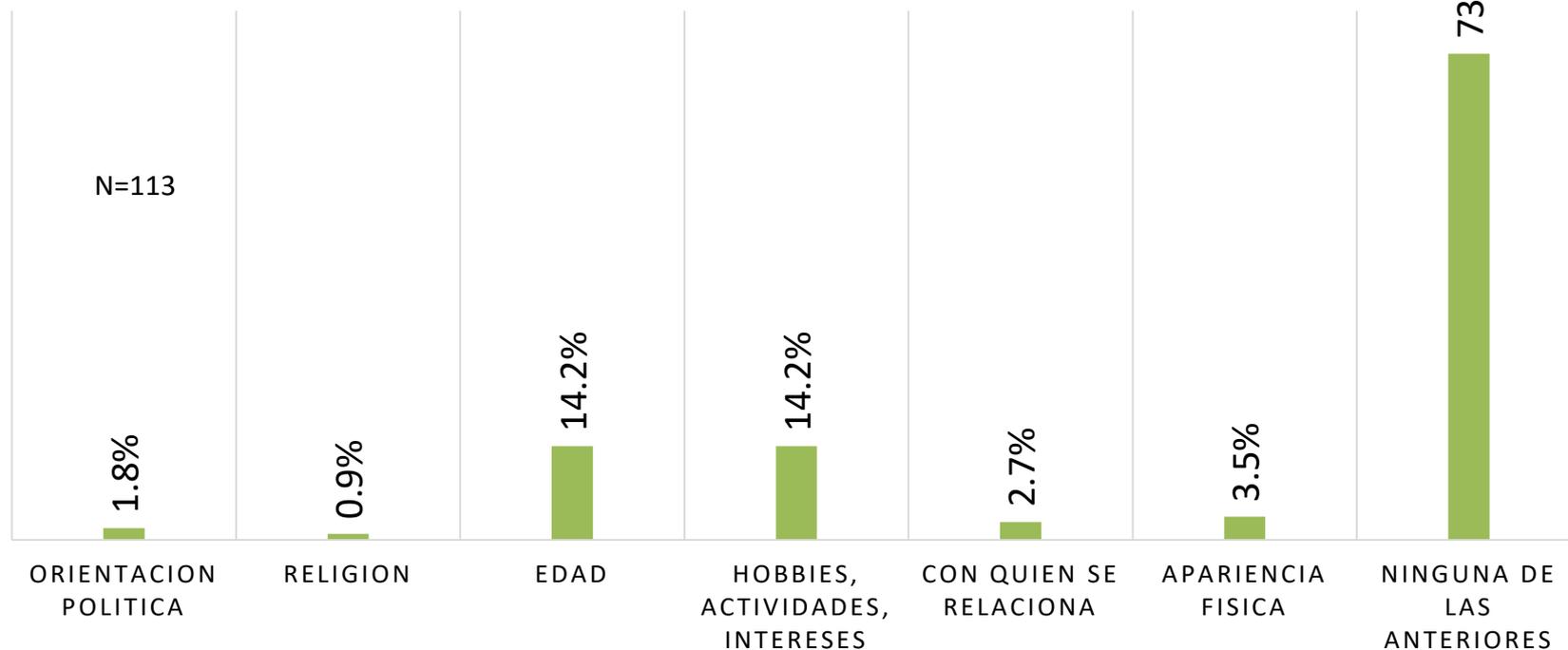
Resultados de preguntas de la encuesta

¿QUÉ INFORMACIÓN VISTA EN LAS REDES SOCIALES DE LOS CANDIDATOS A UN PUESTO HA CONSIDERADO PARA DESCARTAR UN CANDIDATO DE SER SELECCIONADO?



Resultados de preguntas de la encuesta

¿QUÉ INFORMACIÓN VISTA EN LAS REDES SOCIALES DE LOS CANDIDATOS A UN PUESTO HA CONSIDERADO PARA SELECCIONAR A UN CANDIDATO?





Estadísticas utilizadas para la corroboración de Hipótesis

- **Prueba Z de hipótesis de proporciones.**

- En una prueba de un solo lado, se rechaza la hipótesis nula si Z , es mayor que **1.645** (Kuby & Johnson, 2011).

- **Chi-cuadrado**

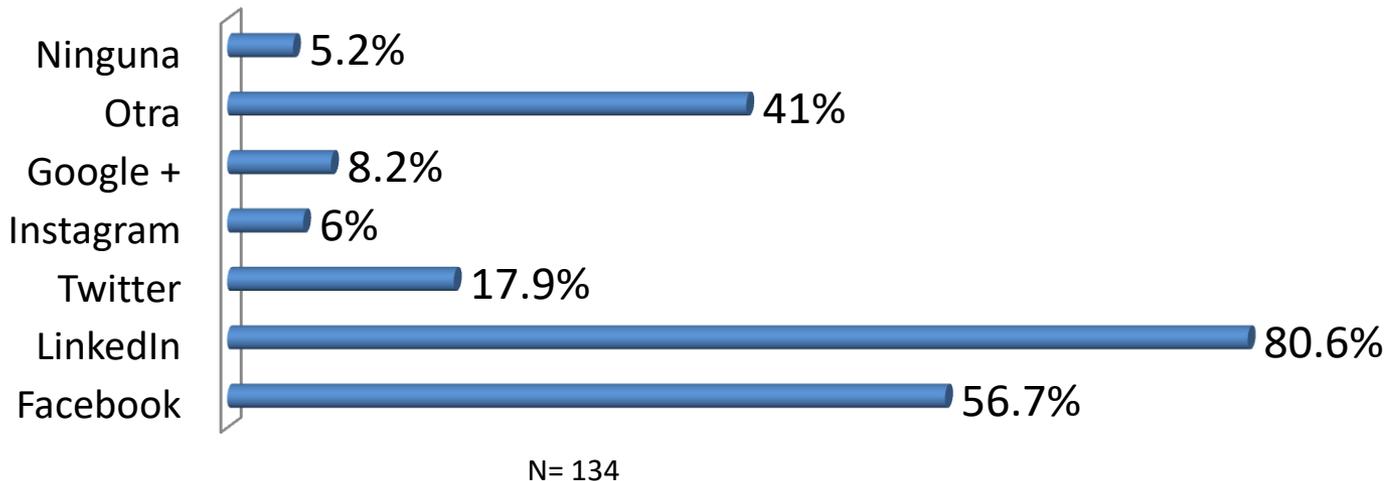
- Para determinar si se rechaza o no la hipótesis nula, se utilizó el valor p . Si este es mayor al nivel de significancia de la prueba (**0.05**), entonces no se rechaza la hipótesis nula.



H₁: La proporción de las organizaciones en las que trabajan los participantes del estudio que tienen cuentas activas en *LinkedIn* para propósitos de reclutamiento es significativamente mayor a 60%.

Comprobación de Hipótesis 1

¿En cuáles redes sociales su organización tiene cuentas activas para propósitos de reclutamiento de personal?



Prueba Z= 4.90
Se rechaza H_0

La proporción de las organizaciones en las que trabajan los participantes del estudio que tienen cuentas activas en *LinkedIn* para propósitos de reclutamiento es significativamente mayor a 60%.



H₂: La proporción de los participantes del estudio que se adiestran en el uso de las redes sociales para el reclutamiento es significativamente mayor a 60%.

Comprobación de Hipótesis 2

Prueba Z= 1.36
Se acepta H_0

¿Cuenta su organización con personal adiestrado en el uso de las redes sociales para el reclutamiento de personal?



N= 134

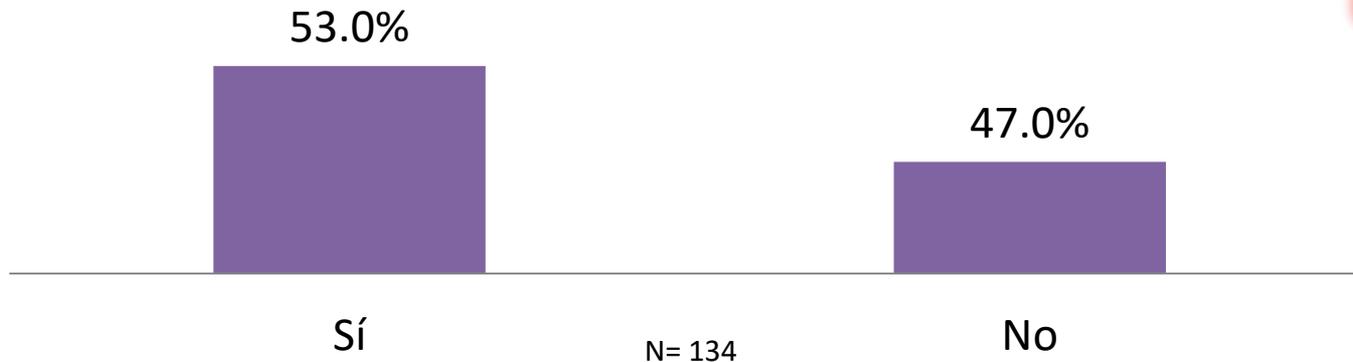
Aunque el 65.7% es mayor a 60%, la proporción de los participantes del estudio que se adiestran en el uso de las redes sociales para reclutamiento no es significativamente mayor.



H₃: La proporción de las organizaciones en las que trabajan los participantes del estudio que cuentan con políticas organizacionales para el uso de las redes sociales en el reclutamiento es significativamente mayor a 60%.

Comprobación de Hipótesis 3

¿Cuenta su organización con políticas organizacionales en cuanto al uso de las redes sociales en el reclutamiento de personal?



Prueba Z= -1.66
Se acepta H_0

La proporción de las organizaciones en las que trabajan los participantes del estudio que cuentan con políticas organizacionales para el uso de las redes sociales en el reclutamiento de personal es menor de 60%.

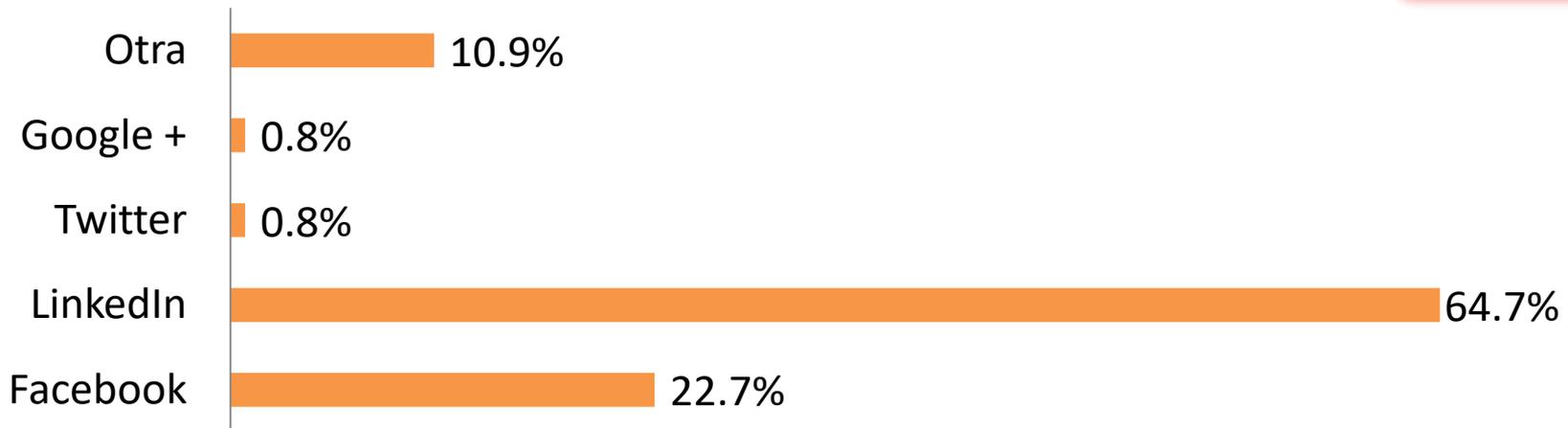


H₄: La proporción de la selección de *LinkedIn* como la red social más útil para realizar *cybervetting* por los participantes del estudio es significativamente mayor de 60%.

Comprobación de Hipótesis 4

¿Cual de las siguientes es la red social que considera más útil para evaluar y verificar los antecedentes de candidatos en el proceso de selección?

Prueba Z= 1.06
Se acepta H_0



N= 119

La proporción de los participantes del estudio que considera a *LinkedIn* como la red social más útil para realizar *cybervetting* no es significativamente una mayoría.



H₅: La proporción de los participantes del estudio que utilizan información encontrada en las redes sociales para tomar decisión de seleccionar a candidato a un puesto de trabajo es significativamente mayor de 60%.

Comprobación de Hipótesis 5

¿Qué información encontrada en las redes sociales ha considerado para seleccionar candidatos?	Frecuencia de selecciones por cada alternativa	Porcentaje de participantes que seleccionaron la alternativa
Buenas destrezas de comunicación	36	30.0
Comentarios o buenas referencias que sus contactos dejaron en su perfil	38	31.7
Contactos con los que se relaciona	22	18.3
Obtuvo una impresión positiva de su personalidad y su adaptabilidad a la cultura organizacional	29	24.2
Confirmación de las cualificaciones presentadas en el resume	53	44.2
Imagen profesional	49	40.8
Otras	11	9.2
No he seleccionado candidatos por información encontrada en sus redes sociales	40	33.3

Prueba Z=1.52
Se acepta H_0

Seleccionan: 66.7%
No seleccionan: 33.3%

N=120

Aunque 66.7% es aritméticamente mayor que 60%, la proporción de los participantes del estudio que utilizan la información encontrada en las redes sociales para seleccionar candidatos a un puesto no es una mayoría.



H_6 : La proporción de los participantes del estudio que utilizan información encontrada en las redes sociales para tomar decisión de descartar candidatos a un puesto de trabajo es significativamente mayor de 60%.

Comprobación de Hipótesis 6

¿Qué información encontrada en las redes sociales ha considerado para descartar candidatos?	Frecuencia de selecciones por cada alternativa	Porcentaje de participantes que seleccionaron la alternativa
Fotos que a su entender eran inapropiadas	45	37.8
Contenido de uso de sustancias (drogas, alcohol, etc.)	28	23.5
Pobres destrezas de comunicación	35	29.4
Comentarios de discriminación	26	21.8
Mentiras sobre sus cualificaciones	32	26.9
Emitió comentarios negativos sobre su actual o antiguo patrono	30	25.2
Obtuvo una impresión negativa de su personalidad y adaptabilidad a la cultura organizacional	21	17.6
A su entender no reflejaba una imagen profesional	32	26.9
Otras	7	5.9
No he descartado candidatos por información encontrada en sus redes sociales	52	43.7

Prueba Z= -0.47
Se acepta H_0

Descartan: 57.9%
No descartan: 43.7%

N=119

La proporción de los participantes del estudio que utilizan la información encontrada en las redes sociales para tomar la decisión de descartar candidatos a un puesto no es una mayoría.

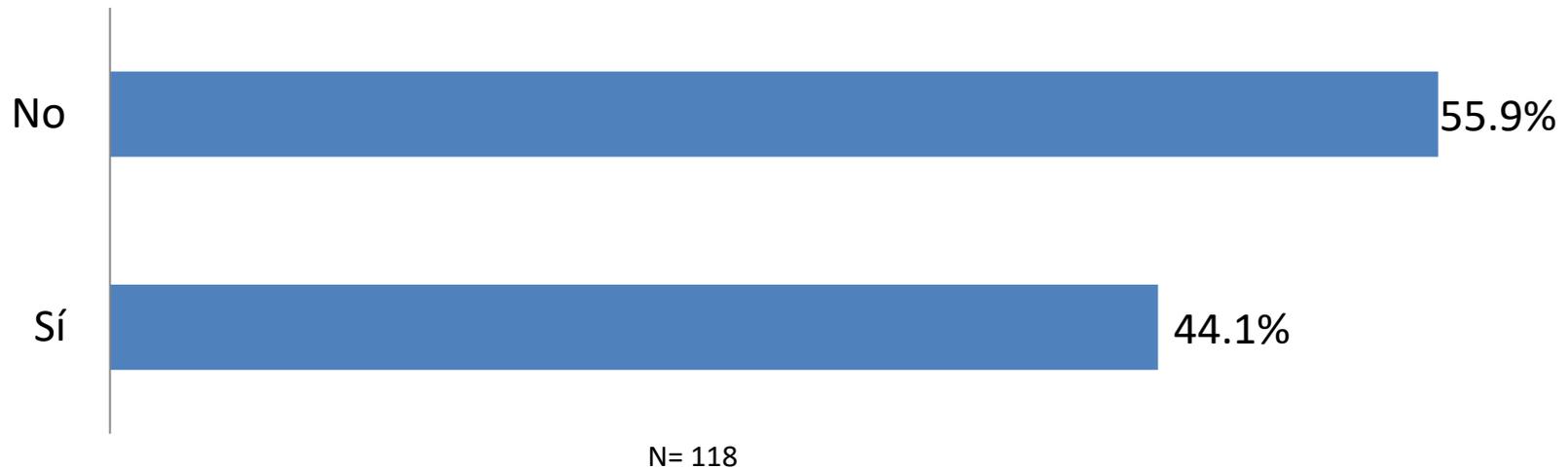


H₇: La proporción de las organizaciones en las que trabajan los profesionales de reclutamiento y selección de personal en Puerto Rico que cuentan con políticas organizacionales relacionadas al *cybervetting* en la selección de personal es significativamente mayor a 60%.

Comprobación de Hipótesis 7

Prueba $Z=-3.53$
Se acepta H_0

¿Cuenta su organización con políticas organizacionales en cuanto al uso de las redes sociales en la selección de personal?



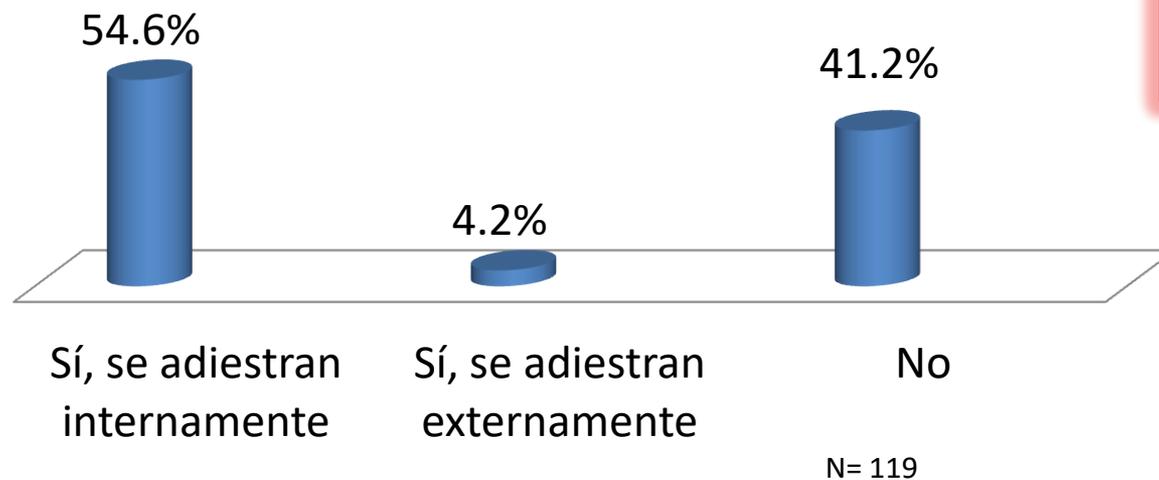
La mayoría de las organizaciones en las que trabajan los participantes del estudio no cuentan con políticas organizacionales para realizar *cybervetting*.



H_g: La proporción de los participantes del estudio que se adiestran en el uso de las redes sociales para realizar *cybervetting* es significativamente mayor a 60%.

Comprobación de Hipótesis 8

¿Cuenta su organización con personal adiestrado en el uso de las redes sociales para la selección de personal?



Prueba Z= -0.27
Se acepta H_0

La proporción de los participantes del estudio que se adiestran en el uso de las redes sociales para realizar *cybervetting* es menor al 60%.



H₉: La generación a la que pertenecen los participantes del estudio está asociada con publicar vacantes en las redes sociales para reclutar personal.



Comprobación de Hipótesis 9

Asociación entre generación y publicar o no publicar vacantes en las redes sociales.

Generación	Publican o no Publican vacantes por las redes sociales			Nivel de Significancia De Pearson
	No publican vacantes	Publican vacantes	Total	
Generación X	6	51	57	0.264 Se acepta H_0
Generación Y	4	71	75	
Total	10	122	132	

La variable de generación y la variable de publicar o no publicar vacantes en las redes sociales no están asociadas.



H₁₀: El nivel académico mayor alcanzado por los participantes del estudio está asociado con publicar vacantes en las redes sociales para reclutar personal.



Comprobación de Hipótesis 10

Asociación entre mayor nivel académico alcanzado y publicar o no publicar vacantes en las redes sociales.

Nivel académico mayor alcanzado	Publican o no Publican vacantes en las redes sociales			Nivel de Significancia de Pearson
	No publican vacantes	Publican vacantes	Total	
Bachillerato	3	43	46	0.628 Se acepta H_0
Maestría	7	71	78	
Total	10	114	124	

La variable de nivel académico mayor alcanzado y la variable de publicar o no publicar vacantes en las redes sociales no están asociadas.



H₁₁: Los años trabajando con reclutamiento y selección de personal de los participantes del estudio están asociados con publicar vacantes en las redes sociales para reclutar personal.

Comprobación de Hipótesis 11

Asociación entre años trabajando en reclutamiento y selección de personal y publicar o no publicar vacantes en las redes sociales.

Años trabajando en reclutamiento y selección de personal	Publican o no Publican vacantes en las redes sociales			Nivel de Significancia de Pearson
	No publican vacantes	Publican vacantes	Total	
Menos de 1 año	0	5	5	0.094 Se acepta H_0
1-3 años	2	32	34	
4-6 años	2	23	25	
7-9 años	4	13	17	
10 años en adelante	2	51	53	
Total	10	124	134	

La variable de años trabajando con reclutamiento y selección de personal y la variable de publicar o no publicar vacantes en las redes sociales no están asociadas.



H₁₂: La generación en que pertenecen los participantes del estudio está asociada con descartar candidatos por información encontrada en las redes sociales para seleccionar personal.



Comprobación de Hipótesis 12

Asociación entre generación y descartar o no descartar candidatos por información encontrada en las redes sociales.

Generación	Descartan o no descartan candidatos por información encontrada en las redes sociales			Nivel de Significancia de Pearson
	Han descartado	No han descartado	Total	
Generación X	31	23	54	.965 Se acepta H_0
Generación Y	37	27	64	
Total	68	50	118	

La variable de generación y la variable de descartar o no descartar candidatos por información encontrada en las redes sociales no están asociadas.



H₁₃: El nivel académico mayor alcanzado por los participantes del estudio está asociado con descartar candidatos por información encontrada en las redes sociales para la selección personal.



Comprobación de Hipótesis 13

Asociación entre nivel académico mayor alcanzado y descartar o no descartar candidatos por información encontrada en las redes sociales.

Nivel académico mayor alcanzado	Descartan o no descartan candidatos por información encontrada en las redes sociales			Nivel de Significancia de Pearson 0.941
	Han descartado	No han descartado	Total	
Bachillerato	24	19	43	
Maestría	39	30	69	
Total	63	49	112	

Se acepta H_0

La variable de mayor nivel académico alcanzado y la variable de descartar o no descartar candidatos por información encontrada en las redes sociales por *cybervetting* no están asociadas.



H₁₄: Los años trabajando con reclutamiento y selección de personal de los participantes del estudio están asociados con el descartar candidatos por información encontrada en las redes sociales para seleccionar personal.

Comprobación de Hipótesis 14

Asociación entre años trabajando con reclutamiento y selección de personal y descartar o no descartar candidatos por información encontrada en las redes sociales.

Años trabajando con reclutamiento y selección de personal	Descartan o no descartan candidatos por información encontrada en las redes sociales		Total	Nivel de Significancia de Pearson 0.679
	Han descartado	No han descartado		
Menos de 1 año	3	2	5	Se acepta H_0
1-3 años	16	15	31	
4-6 años	15	7	22	
7-9 años	8	4	12	
10 años en adelante	27	24	51	
Total	69	52	121	

La variable de años trabajando con reclutamiento y selección de personal y la variable de descartar o no descartar candidatos por información encontrada en las redes sociales por *cybervetting* no están asociadas.



Conclusiones

Para este estudio, hubo profesionales de reclutamiento y selección de personal en Puerto Rico que utilizan las redes sociales para el reclutamiento y la selección de personal.

Hay un alto por ciento de participantes que indicaron contar con políticas organizacionales para realizar reclutamiento social (53.0%) y *cybervetting* (44.1%), pero no son una mayoría significativa.

Hay un alto por ciento de participantes del estudio que indicaron estar adiestrados en realizar reclutamiento social (65.7%) y *cybervetting* (58.8%), pero no son una mayoría significativa.

LinkedIn, es la red social con más cuentas activas para propósitos de reclutamiento social (80.6%) y considerada la más útil para realizar *cybervetting* (64.7%).



Conclusiones

Los participantes del estudio han seleccionado (66.7%) y descartado (57.9%) candidatos por información encontrada en las redes sociales.

No se asocian las variables de generación, años trabajando con reclutamiento y selección de personal, y mayor nivel académico alcanzado con publicar vacantes y con descartar candidatos.



Aportaciones

La presente investigación ha explorado el tema y brindado de las primeras estadísticas del reclutamiento social y la realización del *cybervetting* en la selección de personal en Puerto Rico.

Los resultados del estudio indican que profesionales de reclutamiento y selección de personal en Puerto Rico utilizan la información encontrada en las redes sociales de los candidatos a un puesto para tomar decisiones de descartar o seleccionar. A partir de lo antes mencionado, el desarrollo de políticas con asesoría legal y el contar con personal adiestrado en el uso de las redes sociales cobra importancia en esta práctica ya que deberían establecerse guías que eviten la discriminación y hagan el proceso uno justo y válido.



Aportaciones

La literatura hace mención de que el *cybervetting* debería realizarse por un tercero o agente externo de la compañía (Berger y Zickar, 2016).

El psicólogo industrial organizacional puede ser un agente externo que aporte en adiestrar a las organizaciones al uso de las redes sociales en el proceso de reclutamiento y selección de personal. Con sus conocimientos en psicología y comportamiento humano dentro de las organizaciones, puede ser un profesional clave en poder identificar qué información en las redes sociales de un candidato es relevante y guarda relación con el puesto vacante.



Aportaciones

Los hallazgos son relevantes para el diseño de adiestramientos relacionados a concientizar a las personas en búsqueda de empleo acerca de lo que publican en sus redes sociales.

Los resultados de la investigación sirven como base para el desarrollo de más estudios sobre el tema.



Limitaciones

La muestra de la investigación fue una no probabilística por disponibilidad. Esto es una limitación si se considera que la estadística inferencial se basa en la teoría de la probabilidad, por lo que, las pruebas estadísticas en muestras no probabilísticas tienen un valor limitado a la muestra en sí, más no a la población. Es decir, los datos no pueden generalizarse (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El uso de una encuesta por *internet* puede presentarse como otra limitación al estudio debido a sus desventajas relacionadas con la baja cobertura, ya que no todo el mundo tiene acceso a la *internet*, los problemas en la elaboración de un muestreo aleatorio y una menor tasa de respuestas (Díaz, 2012). A pesar de que para el presente estudio se enviaron alrededor de 600 invitaciones a participar de la encuesta, solo se obtuvo una muestra de 134 participantes.



Limitaciones

No todos los participantes contestaron todas las preguntas de la encuesta. Para el estudio no se configuró la encuesta en línea con la opción de "respuesta requerida", lo que significa que para contestar una siguiente pregunta el participante debería contestar las preguntas anteriores. La investigadora principal consideró que poner esa opción en las preguntas era romper con el principio de voluntariedad de los participantes, ya que se puede ver como obligatorio el tener que contestar una pregunta para proseguir a la siguiente.

El incluir la alternativa de "otras" en algunas de las preguntas de la encuesta en línea, pero no dar a los participantes la opción de escribir a qué otra alternativa se referían. Se desconoce cuales pudieron haber sido esas otras posibles alternativas.



Recomendaciones de futuros estudios

Es importante la replicación de estudios similares al presente, para conocer si el uso de las redes sociales para los procesos de reclutamiento y selección de personal aumenta y cambia según pasan los años.

Se recomiendan investigaciones cualitativas, en las cuales se puedan entrevistar a profesionales de reclutamiento y selección de personal en Puerto Rico, en relación a cómo son y qué contienen los adiestramientos y las políticas que ellos indicaron tener en el uso de las redes sociales tanto para el reclutamiento como la selección de personal.



Recomendaciones de futuros estudios

La literatura revisada hace énfasis en la falta de estudios acerca del *cybervetting*. Landers y Schmidt (2016), señalan desafíos en el uso de las redes sociales en los procesos de selección y reclutamiento de empleados, por ejemplo; la confiabilidad y la validez se desconoce; incluso si son confiables y válidos, los datos de las redes sociales pueden no ser prácticos; aunque sea práctico el uso de tal información, puede no ser legal; incluso si es legal, su uso puede no ser ético.

Otra área de estudio puede ir enfocada en los aspectos legales de utilizar las redes sociales para realizar *cybervetting*. Hay cuestiones legales que deben ser consideradas como la discriminación, la invasión de la privacidad de los candidatos y la difamación.



Referencias

- Aguilar, J., Ambrocio, M., Vargas, J. (2011). Reclutamiento y selección de personal: Procesos auditables y transparentes. *Centro Regional de Investigación en Psicología*, 5(1), 91-104.
- Berger, J. & Zickar, M. (2016). Theoretical Propositions About Cybervetting: A Common Antecedents Model. In Landers, R & Schmidt, G. (Ed.), *Social media in employee selection and recruitment* (pp. 43-57). Switzerland: Springer.
- Díaz, V. (2012). Ventajas e inconvenientes de la encuesta por internet. *Revista de sociología*, 97(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.5565/rev/papers/v97n1.71>
- Kuby, P. & Johnson, R. (2011). *Elementary statistics*. Boston: Duxbury Press
- Landers, R & Schmidt, G. (2016). *Social media in employee selection and recruitment*. Switzerland: Springer. DOI: 10.1007/978-3-319-29989-1_1
- MacDonell, A. (2016, April 28). 60 % employers use social media to screen job candidates. Message post to: <http://thehiringsite.careerbuilder.com/2016/04/28/37823/>
- Mikkelsen, K. (2010). Cybervetting and monitoring employees' online activities: Assessing the legal risks for employers. *The Public Lawyer*, 18(2).



Referencias

- Rojas, P. (2010). Reclutamiento y selección 2.0: La nueva forma de encontrar talento. España: Editorial UOC
- Segal, J. (2014). Legal trends social media use in hiring: Assessing the risks. HR Magazine. Retrieved from: <https://www.shrm.org/hr-today/news/hr-magazine/pages/0914-social-media-hiring.aspx>
- Trindade, R. (2015). Is your background screening keeping up with today's hiring challenges? Employment Relations Today (Wiley), 42(2), 1-7: doi:10.1002/ert.21492



Información de contacto:

Para mas información acerca de la investigación se puede comunicar a los siguientes correos electrónicos.

Michelle M. Meléndez Rodríguez, MS

- michellemmr@gmail.com

Dra. Ángela Velázquez Lugo, PHD

- angela_velazquez@pucpr.edu

Dr. Roberto González Valles, PHD

- roberto_gonzalez@pucpr.edu