



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Contratación asincrónica basada en procesos de selección  
electrónica. Revisión sistemática**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTORAS:**

Dominguez Quispe, Rosa Melanie (ORCID: 0000-0002-8012-303X)  
Huiza Téllez, Lizet Blanca (ORCID: 0000-0001-5399-692X)

**ASESOR:**

Dr. Illa Sihuincha, Godofredo Pastor (ORCID: 0000-0002-2532-3194)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de organizaciones

LIMA-PERÚ

2021

## **Dedicatoria**

Dedicamos el estudio con mucho amor y cariño a nuestros padres que a pesar de la pandemia nos han brindado su amor y fortaleza para seguir adelante.

## Agradecimiento

Mi más sentir agradecimiento a Dios porque guía siempre nuestro camino al éxito. También agradecemos al profesor Godofredo Pastor por la asesoría brindada.

## Índice de contenidos

	Pág.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstrac	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	40
3.1 Tipo de investigación	40
3.2 Protocolo y registro	41
3.3 Criterios de elegibilidad	41
3.4 Fuentes de información	42
3.5 Búsqueda	43
3.6 Selección de los estudios	43
3.7 Proceso de extracción de estudios	44
3.8 Lista de estudios	44
3.9 Síntesis de resultados	46
3.10 Aspectos éticos	49
IV. RESULTADOS	50
V. DISCUSIÓN	58
VI. CONCLUSIONES	69
VII. RECOMENDACIONES	72
REFERENCIAS	73
ANEXOS	

## Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 <i>Objetivos</i>	6
Tabla 2 <i>Protocolo y registro</i>	41
Tabla 3 <i>Criterios de elegibilidad</i>	42
Tabla 4 <i>Fuentes de información</i>	42
Tabla 5 <i>Criterios de búsqueda</i>	43
Tabla 6 <i>Resultados de filtro semi-automático y control manual</i>	43
Tabla 7 <i>Lista de estudios</i>	45
Tabla 8 <i>Publicaciones por revistas desde el 2017 hasta el 2021</i>	47
Tabla 9 <i>Relación de los journals de cada artículo</i>	48
Tabla 10 <i>Matriz de categorización por enfoques</i>	52
Tabla 11 <i>Matriz de hallazgos</i>	53

## Índice de gráficos y figuras

	Pág.
<i>Figura 1.</i> Proceso de selección de artículos	44
<i>Figura 2.</i> Búsqueda por año	50
<i>Figura 3.</i> Búsqueda por cuartil	51

## Resumen

El reclutamiento electrónico es la herramienta digital que facilita el área de recursos humanos, sirve para optimizar costos y tiempo dando un margen de error bajo en la contratación, se planteó como objetivo saber si existe evidencia empírica en modelos estandarizados sobre procesos de selección sincrónico aplicando el uso de tecnologías de información y comunicación; se escogieron artículos de investigación publicados en base de datos indizados, se utilizó palabras claves delimitando la búsqueda de información, se revisó mediante la exclusión e inclusión quedando 62 artículos. Los resultados muestran que la tecnología de contratación es utilizada en todas las áreas de las organizaciones, teniendo un papel importante en las etapas de reclutamiento como la búsqueda y selección de candidatos; asimismo, los reclutadores han decidido apoyar el reclutamiento digital asumiendo nuevos desafíos desencadenando el cambio; llegando a la conclusión que la contratación electrónica tiene un impacto positivo, surgiendo para el próximo futuro, mejorando el proceso de contratación con la automatización; además las organizaciones deben estar en constante actualización para lograr mejores resultados, teniendo en cuenta el proceso de selección, las redes sociales, la inteligencia artificial y ética.

**Palabras claves:** inteligencia artificial, redes sociales, proceso de selección.

## **ABSTRACT**

Electronic recruitment is the digital tool that facilitates the human resources area, serves to optimize costs and time, giving a low margin of error in hiring, the objective was to know if there is empirical evidence in standardized models on synchronous selection processes applying the use of information and communication technologies; Research articles published in an indexed database were chosen, keywords were used to delimit the search for information, and it was reviewed by exclusion and inclusion, leaving 62 articles. The results show that hiring technology is used in all areas of organizations, playing an important role in the recruitment stages such as the search and selection of candidates; Likewise, recruiters have decided to support digital recruitment by assuming new challenges unleashing change; reaching the conclusion that electronic contracting has a positive impact, emerging for the near future, improving the contracting process with automation, in addition, organizations must be constantly updated to achieve better results, taking into account the selection process, social networks, artificial intelligence and ethics.

**Keywords:** Artificial intelligence, social networks, selection process.



## I. INTRODUCCIÓN

En el primer capítulo de investigación se describió y detalló la variable contratación electrónica e importancia en el proceso de selección, es fundamental destacar que la información obtenida es de artículos científicos indizados, luego se adoptó la revisión sistemática de enfoque interactivo, tecnológico, selectivo y ético. A continuación, se presentó el problema de investigación, la justificación teórica, metodológica y social correspondiente; por último, los objetivos de investigación.

El reclutamiento electrónico, fue el primer paso exitoso hacia la automatización de los procesos de contratación del personal (Laurim, Arpaci, Prommegger & Krcmar, 2021, p.5); llevándose a cabo la comunicación sincrónica por intermedio del Internet y herramientas tecnológicas (Chuah & Jugindar, 2019, p.2); adoptando e integrando tecnologías de información (TI), para reclutar candidatos competentes y puedan reemplazar las tradicionales funciones de contratación manual (Keppeler, 2020, p.2). Una de las ventajas del reclutamiento electrónico, es el acceso rápido que tienen los reclutadores a la información personal y profesional, con la oportunidad de identificar rasgos de personalidad de los candidatos (Alsaghir, Abdallah & Bazan, 2020, p.20); asimismo, proporciona un canal de acceso rápido al postulante y menor costo para la organización, además de otorgarle facilidad y flexibilidad para atraer candidatos, en especial la generación X y Z, conectados en las redes sociales (Patrick & Margaret, 2018, p.3).

Evidencias sobre la contratación electrónica en Alemania, señalan que el reclutamiento actúa como órgano sensorial mejorando la capacidad de absorción y asume el papel de mediador entre grupos externos e internos (Gilch & Sieweke, 2020, p.35); también permite las interacciones de los candidatos con el respectivo reclutador, en donde la retroalimentación es continua, con el propósito de conseguir el talento gracias al compromiso entre ambas partes (Gómez, 2018, p.39). Un estudio en Portugal señaló que las organizaciones utilizan el proceso no solo para reclutar sino también para seleccionar, aprovechando así las funcionalidades de la información en línea (Brandao, Morais, Dias, Silva & Mario, 2017, p.300). Asimismo, un hallazgo en Malasia descubrió que la calidad y optimización percibida de los motores de búsqueda tienen un impacto en la intención del trabajo para atraer a los solicitantes de empleo (Woon & Singh, 2019, p.83). Un estudio estadounidense señaló que es utilizada por reclutadores, en el cual, proporcionan información sobre

puestos de trabajo disponibles, lo que permite realizar una selección basada en áreas de interés, experiencia, nivel de estudio, ubicación, etc.; dirigiéndose a la comunidad de profesionales (Boscai & Abrudan, 2017, p.325).

El enfoque selectivo identifica candidatos con habilidades y conocimientos necesarios para ser ubicados en el puesto de trabajo apropiado (Kanagavallii, Seethalakshmi & Sowdamini, 2019, p.7); utilizando herramientas adecuadas como el uso de DIY- RSF (hágalo usted mismo), permitiendo un proceso más eficiente y rápido de buenas prácticas (Palac, Alam, Kaiser, Ciolino, Lattie & Mohr, 2018, p.1). Los avances tecnológicos tienen un impacto masivo en la contratación de personal (Woon & Singh, 2019, p.2); por ello, es importante posicionarlo en las primeras etapas del reclutamiento como en el proceso de búsqueda y selección de candidatos (Abdul et al., 2020, p.1). Asimismo, adoptar y aprovechar la funcionalidad de la inteligencia artificial en procesos de contratación ayuda a la optimización de personal (Esch & Black, 2021, p.1).

Teniendo en cuenta los hallazgos para el proceso de selección, un estudio en Chicago demuestra que la norma DIY-RSF es una guía para aprovechar las tecnologías mejorando los procedimientos del reclutamiento (Palac et al., 2018, p.1). No obstante, otro estudio canadiense asegura que el uso de la inteligencia artificial es útil en el proceso de contratación; en el cual, ejecuta mejores resultados, demostrando mejora de calidad y comunicación (Zamil & Alsharqi, 2019, p.16). Como evidencia en EE. UU, los programas de software cubren varias etapas en el proceso de selección, desde el abastecimiento hasta contratación (Wenli & Yating, 2020, p.6). Un estudio en Indonesia, indica que un factor importante es la toma de decisiones; por lo cual, facilita la búsqueda de información sobre la contratación de nuevos empleados (Wiwi, Muhamma, Nasari, Hakim & Iriani, 2018, p.3); también, una organización en Malasia, comprueba que los trabajadores son leales con la organización, con la intención de generar valor agregado, compromiso normativo y continuidad (Alansaari, Yusoff & Ismail, 2021, p.9).

Según el enfoque interactivo, las redes sociales (SM) son utilizadas hasta el 90% de las empresas en el proceso de contratación (Golovko & Schumann, 2019, p.162); en el cual, establece comunicación y cooperación entre los miembros (Aggerholm & Andersen, 2018, p.12). Ayuda en el uso creativo de imaginación para involucrar el objetivo a la fuerza laboral, los reclutadores podrían entablar

conversaciones con empleados potenciales a través de la creatividad y medio imaginativo por las SM (Sangeeta & Ahlawat, 2018, p.614). LinkedIn y Facebook son herramientas que permiten a los usuarios compartir información sobre sí mismos, a través de un perfil que ellos mismos han creado; además, Twitter permite a los usuarios comunicar un mensaje en menos de 140 caracteres (Koch, Gerber & Klerk, 2018, p.4). Expertos señalaron que los reclutadores deben tener cuidado al utilizar las SM para evaluar a los solicitantes, se registró intensos debates sobre la credibilidad y exactitud de información recopilada con el posible mal uso. Así, los expertos orientan a las organizaciones buscar en otro lugar la información brindada por los solicitantes (Hossain & Mohammad, 2020, p.54).

Teniendo en cuenta los hallazgos, se demostró en la investigación estadounidense, que las SM tienen influencia significativa; por ello, es recomendado poner en marcha aquellos que no han adoptado dicha tecnología (Abdul, Wang & Li, 2020, p.9); en el cual, los estudios demuestran que Facebook, Twitter y LinkedIn son utilizados por reclutadores para atraer candidatos (Muduli & Trivedi, 2020, p.237). Una organización en Alemania desarrolló actividades de contratación a través de Facebook, obteniendo impacto positivo y conceptualizando la tecnología como parte importante de la organización (Golovko & Schumann, 2019, p.167). En Sudáfrica demuestran que el proceso de reclutadores y candidatos a través de LinkedIn genera un resultado de contratación eficaz (Koch et al., 2018, p.14). Además, la plataforma Microsoft, presentó un sitio web para el reclutamiento, con herramientas como blogs de trabajos y videos para proporcionar información relevante a los reclutadores y solicitantes (Slavic, Bjekic & Berber, 2017, p.8).

El enfoque tecnológico, basado en la inteligencia artificial (IA), se refiere al agente inteligente que automatiza las actividades de contratación actuando de forma racional; en el cual, puede aprender y obtener conclusiones lógicas (Laurim et al., 2021, p.5496). El uso de la IA tiene valores intrínsecos que incluyen la necesidad de conseguir una meta específica en el menor tiempo posible, asimismo, la utilidad se relaciona con la probabilidad de solicitud de empleo y el uso de tecnología para postularse a vacantes de trabajo (Esch, & Ferolie, 2018, p.216). La IA tiene el compromiso cognitivo que incluye herramientas como *chatbots* (aplicaciones software) de procesamiento de lenguaje natural, agentes inteligentes y aprendizaje automático para atraer a los clientes, empleados y posibles

empleados (Gupta, Fernandes & Jain, 2018, p.5); también utiliza herramientas que pueden desarrollar simulaciones, conversaciones y proveer respuestas automáticas (Lochner & Preuss, 2018, p.199). La IA tuvo un impacto en el proceso de contratación y otras áreas tales como, candidato de selección, construcción de relaciones, calidad de contratación, programación, decisiones imparciales, ahorro de tiempo, esfuerzo y dinero (Nawaz, 2019, p.490).

Evidencias de IA, señalan como parte fundamental del reclutamiento en línea, confirmado en estudios en Hawái, es un mecanismo útil en el proceso de solicitud de empleo (Laurim et al., 2021, p.8); también el uso de la IA ayuda en las actitudes de candidatos y percepciones hacia la organización mediante las acciones que realizan en el proceso de selección (Esch, Black & Ferolie, 2019, p.6). Como evidencia de un estudio en los Estados Unidos, la IA tiene la capacidad de realizar tareas que normalmente requieren de inteligencia humana como definir datos no estructurados dando el perfil de un candidato (Gupta et al., 2018, p.5); en otra investigación desarrollado en el mismo contexto, se experimentó el uso de la IA en reclutamiento de candidatos en alto volumen (multitud), obteniendo como resultado la mejora en el tiempo para procesar cada solicitud individual a las entrevistas programadas con un gerente de contratación (Niehueser & Boak, 2020, p.124). Si las empresas y los ejecutivos adoptan sistemas de reclutamiento habilitados por IA, tienen el potencial de atraer cada vez más grupos de talentos diversos y de mayor calidad (Steward, 2019, p.10).

En el enfoque ético se identifica que existe relación directa entre la gestión de valores y el desempeño económico de la organización (Piwowar, Sulej, & Mroziwski, 2017, p.1); los principios de privacidad por diseño (PBD), se define como estándar de privacidad reconocido a nivel mundial de protección, permite que los datos personales de los solicitantes se encuentren automáticamente protegidos en cualquier sistema, aplicación, producto o servicio (Nebeker, Devon & Morrison, 2017, p.1). Las consideraciones éticas de la IA se incorporan en la toma de decisiones gerenciales al principio, comenzando por informar las operaciones del día (Brendel, Mirbabaie, Lemboke & Hofeditz, 2021, p.2). Asimismo, la organización debería de conducir establecimientos de inspección para garantizar una mayor transparencia y el proceso de acceso abierto en el reclutamiento considerando la ética (Vadeboncoeur, Foster & Townsend, 2018, p.7). La responsabilidad social

empresarial (RSE) y las SM pueden ser una práctica de contratación invaluable para las organizaciones, sin embargo, se debe cumplir las normas tanto internas como externas considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales mostrando sus valores éticos (Casher, Westerman & Bergman, 2018, p.37).

Los hallazgos en el enfoque ético, señalan en un estudio de Inglaterra que está orientada de forma transparente y de acceso abierto para la seguridad de los postulantes (Vadeboncoeur et al., 2017, p.7); asimismo, las organizaciones estadounidenses lo destacan como RSE (Casher et al., 2018, p.36). Una investigación en California señala la importancia de evaluar los términos de servicio del sitio web y garantizar las normas que regulen la ética, por ello, los reclutadores y postulantes tienen la obligación de familiarizarse con la política de privacidad (Reuter, 2020, p.6). Las consideraciones éticas contribuyen en toma de decisiones justas orientadas al mejoramiento de la organización (Brendel et al., 2021, p.2). Finalmente, un estudio estadounidense demuestra que PBD es marco útil para diseñar, evaluar y lograr la privacidad en la contratación de investigación basada en la Web (Cavoukian, Nebeker & Morrison, 2017, p.10).

El estudio propone la problemática de investigación para definir el estudio, en el cual, debe formularse claramente la relación entre dos o más variables. Además de justificar, es importante señalar la pertinencia del estudio; como resultado se exponen los contenidos de la temática estudiada, con un enfoque didáctico que facilite la importancia de plantear el problema al inicio de la investigación (Espinoza, 2018, p.29). Además, se debe realizar una revisión teórica y sistemática del problema a investigar (Carhuancho, Nolazco, Sicheri, Guerrero & Casana, 2019, p.24). En base a lo planteado, se determinó el problema de investigación: Existe ausencia de estudios que profundicen el uso y aplicación de reclutamiento basado en las tecnologías de la información y la comunicación para optimizar los procesos en las organizaciones.

La justificación teórica, detalla que va sujeto a la conmoción del investigador teniendo una perspectiva de enfoque teórico que maneja el problema, a fin de avanzar la información concreta que demuestra la línea de investigación desarrollada (Fernández, 2020, p.70); también, aborda el rol e impacto sobre contenidos como encuestas, calificaciones en línea basados como fuente de información (Golovko & Schumann, 2019, p.168).

La justificación metodológica, indica las razones por la que optó abordar el estudio bajo el diseño no experimental, experimental, estudio de caso, investigación cualitativa, cuantitativa, etc.; así también debe argumentar si el resultado resuelve la problemática y poder evidenciar la situación (Carhuacho et al., 2019, p.37). La metodología cualitativa, proporciona aportes empíricos al conocimiento describiendo la realidad estudiada (Hernández & Mendoza, 2018, p.7).

La justificación social, debe tener relevancia comunitaria, logrando ser trascendente para la sociedad y apuntar un alcance o proyección social, también puede resolver problemas que afectan a un grupo social, ayudando al empoderamiento de grupos vulnerables o al estudio de métodos que ayuden a la formación de grupos de personas; se recomienda que los estudios de investigación aplicada estén orientados a la mejora de la sociedad (Fernández, 2020, p.71). Por otro lado, se encontró que la responsabilidad social empresarial (RSE) favorece a las organizaciones legalmente y económica, debido a que la RSE abarca una percepción positiva (Casher et al., 2018, p.36).

En función a los objetivos, expresa de manera clara y se construye tomando como base la operatividad de estudio; se establece al principio, se verifica durante el desarrollo y define al finalizar si cumplió lo establecido; con el propósito de ser orientado al investigador cumplir el propósito del análisis (Ramírez, 2017, p.3). El objetivo de la investigación menciona lo que se quiere lograr, para esto se utiliza verbos en infinitivo como diseñar, plantear, exponer, formular, desarrollar, generar o presentar (Carhuacho, et al., 2019, p.34). Planteado lo anterior, se determinó la formulación del objetivo general y cuatro objetivos específicos en la investigación, es fundamental resaltar que se analizó y evaluó alternativas con el fin de definir el objetivo más concreto y alineado al tema de investigación.

Tabla 1

*Planteamiento de objetivos*

Objetivo	Planteamiento
Objetivo 1	No existe evidencia empírica sobre modelo estandarizados sobre procesos de selección sincrónico aplicando el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
Objetivo 1a	El modelo de contratación electrónica sincrónica en la generación de un proceso de selección óptimo de personas
Objetivo 2b	El modelo de contratación electrónica sincrónica utilizando las redes como medio de interacción
Objetivo 3c	El modelo de contratación electrónica sincrónica basado en la optimización del proceso por automatización
Objetivo 4d	El modelo de contratación electrónica sincrónica con orientación a la práctica de la ética profesional y la responsabilidad social corporativa en la generación de un proceso de selección óptimo de personas en el reclutamiento electrónico

*Nota:* El objetivo general está orientado al reclutamiento electrónico.

## II. MARCO TEÓRICO

En la investigación, el desarrollo del segundo capítulo fue obtener información de los artículos indizados con relación a las variables de estudio, luego se precisó partes importantes del artículo y se mencionó a los autores seguido del año de publicación, después el objetivo del estudio, metodología de investigación, finalmente se realizó las conclusiones y recomendaciones.

Okolie & Irabor (2017); el objetivo principal del estudio fue analizar las tendencias generales en el uso y la práctica del reclutamiento electrónico para enumerar las oportunidades, desafíos que enfrentan los solicitantes de empleo y los empleadores, para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que el reclutamiento en línea es capaz de atraer al candidato adecuado adoptando cambios culturales y comportamientos adecuados dentro de HRM; finalmente, los autores recomendaron que la contratación electrónica se puede utilizar para realizar un seguimiento a los candidatos a través de aplicaciones con respecto a los puestos de trabajo.

Abdul et al. (2020); el estudio tiene como objetivo examinar si la tecnología tiene un impacto positivo en la contratación; emplearon una metodología aplicando métodos cuantitativos como cualitativos, en el análisis de datos cuantitativos, se utilizaron conjuntos de datos secundarios a través de una encuesta diseñada, con participación de profesionales de HRM; los investigadores llegaron a la conclusión que la integración de herramientas tecnológicas en HRM como el software, son fáciles de usar, proporciona una plataforma manejable para vacantes laborales, organiza la información de contratación de forma efectiva y acorta el tiempo de selección de candidatos. Finalmente, los autores recomendaron que es importante investigar sobre diferentes tipos de tecnología para la utilización en HRM, también poder analizar las plataformas de redes sociales y la tecnología de IA.

Laurim et al. (2021); plantearon como objetivo de estudio identificar los factores contextuales que influyen en la aceptación de tecnologías basadas en IA en el proceso de contratación; plantearon metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que para incrementar el control y la flexibilidad sobre los procesos de contratación basado en la IA, deben garantizar que el reclutador tenga la autoridad para tomar decisiones importantes, las gestiones deben ser evaluados probando sobre datos pasados, se debería informar

a los solicitantes sobre qué datos se han recopilado, también debe garantizarse un seguimiento y formación continua a través de la toma de decisiones; finalmente el estudio recomendó que los resultados deberían de ampliarse en diferentes países y también debería emplear el método cuantitativo para complementar de manera óptima los resultados cualitativos.

Ali, Foreman, Capasso, Jones, Tozan & Clemente (2020); el objetivo del estudio fue analizar el reclutamiento preliminar datos de participación y de participación de COVID-19 a nivel nacional encuesta de conocimientos, creencias y prácticas utilizando campaña publicitaria de Facebook, emplearon metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que realizar campañas de reclutamiento en SM es una estrategia efectiva, en el cual, permite recolectar datos a gran escala en un corto período de tiempo; finalmente los autores recomendaron realizar una campaña complementaria para mejorar el alcance de muestras.

Gilch & Sieweke (2020); plantearon como objetivo de estudio examinar la interacción entre el reclutamiento y la transformación digital más allá del uso de la tecnología digital en la contratación, centrándose en aspectos más estratégicos; utilizaron metodología cualitativa y cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que el reclutamiento juega un papel importante en la adaptación de la tecnología, ya que muchas organizaciones necesitan contratar empleados relacionados con TI; finalmente los autores recomendaron la tecnología digital ya que ayuda a los competidores de todo tipo de industrias y definen el conjunto de las competencias, en el cual, la organización que necesita sobrevivir en el entorno disruptivo, desarrolla una mejora de presión al cambio y constante crecimiento.

Alsaghir et al. (2020); el objetivo del estudio fue evaluar la eficiencia y efectividad del proceso de contratación electrónica en lo que respecta el uso de canales electrónicos por parte de la empresa, para ello emplearon metodología cualitativa; los autores concluyeron que la elección de canales electrónicos depende de criterios de eficiencia y eficacia, así como la calidad de candidatos requeridos y el puesto de trabajo, por ello, deberían de combinar el sitio web corporativo con las redes sociales; finalmente los autores recomiendan pautas para las empresas, de esa forma elegir canales de contratación electrónica adecuados, en el cual, proporcionará mejor resultado en cuanto a criterios de eficiencia y eficacia en función de la necesidad.



Rahman, Aydin, Haffar & Nwagbara (2020); plantearon como objetivo de estudio demostrar cómo las redes sociales dan forma a los procesos de reclutamiento y selección, de las personas en los países en desarrollo y explora los impactos de las redes sociales en la productividad empresarial, rentabilidad, ampliación de la búsqueda; se empleó metodología cualitativa. Los autores concluyeron que la contratación electrónica tiene ventajas para las empresas, por ejemplo, los gerentes de recursos humanos pueden tener conocimientos previos sobre un participante con respecto a la información; sin embargo, los autores también consideran el lado oscuro de las redes sociales y el proceso de contratación electrónica al considerar las SM como herramienta de manipulación en organizaciones de países en desarrollo; finalmente los investigadores recomendaron considerar la teoría institucional y de redes sociales para explorar el avance tecnológico en el proceso de contratación electrónica.

Koch et al. (2018); presentaron como objetivo de investigación explorar cómo las redes sociales impactan el reclutamiento, emplearon una metodología cuantitativa trabajando con una muestra de doce reclutadores en cuatro agencias de contratación diferentes; los investigadores llegaron a la conclusión que las redes sociales pueden brindar un mejor acceso a candidatos pasivos y semi-pasivos, mejorando capacidad para atraer a dichos candidatos. Sin embargo, el gran volumen de trabajo y el elevado número de candidatos que surgen del uso de redes sociales, pueden impedir la eficacia del grupo adquirido por candidatos potenciales; finalmente los autores recomendaron investigar más el uso e impacto de las redes sociales en los reclutadores de empresas corporativas en lugar de empresas de contratación.

Lochner & Preub (2018); plantearon como objetivo de estudio proporcionar una descripción general del pasado, presente, futuro de la contratación y cómo en el proceso de digitalización, los métodos de contratación y evaluación cambian a través del uso de la Inteligencia Artificial; para ello plantearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que la digitalización está cambiando la contratación de trabajo y cambio profesional, ayuda a comprender los diagnósticos de aptitud en el área de recursos humanos y también poseer impulsos para establecerse de manera digital; finalmente los autores recomendaron que la

tecnología debería tener habilidades y características que construyan el aprendizaje que registre el trato de cosas nuevas y similares.

Boscai & Abrudan (2017); plantearon como objetivo de estudio presentar mejoras prácticas de contratación en línea e impulsar nuevas estrategias que desarrolle el progreso empresarial como la tecnología móvil y el internet siendo más rápido y permitiendo el acceso a los candidatos; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que las nuevas herramientas de contratación en línea hace más rápido el proceso de contratación pero no sustituirá al hombre, al contrario, ayudará en el enfoque siendo cada vez más complejo en la resolución de los problemas diarios en las organizaciones; finalmente los autores recomendaron que se construya redes de colaboración para las organizaciones que quieran tener una gestión más cómoda y con acceso a la última tecnología.

Esch et al. (2019); plantearon como objetivo de estudio confirmar que el reclutamiento de IA es la siguiente fase tecnológica en el proceso de contratación y que la novedad del reclutamiento afecta positivamente a los candidatos la ansiedad del solicitante hacia el uso del reclutamiento de IA. Emplearon una metodología cuantitativa y se trabajó con muestras de 532 participantes. Los investigadores llegaron a la conclusión que la introducción de la tecnología en el reclutamiento de IA en las diferentes funciones y decisiones de contratación pueden interrumpir la función de los profesionales de recursos humanos. Finalmente recomiendan para futuras investigaciones que deberían explorar otros motivadores intrínsecos, salas de la tecnología de reclutamiento de IA, el efecto en las actitudes hacia la organización contratante y la probabilidad de solicitud de empleo.

Slavic et al. (2017); el objetivo del trabajo fue determinar el papel de Internet y redes sociales en la implementación de actividades de reclutamiento y selección de empresas en base a la revisión de la literatura disponible y la presentación de las actitudes dominantes; para ello emplearon una metodología cuantitativa, trabajando con una muestra de 1000 trabajadores; los investigadores llegaron a la conclusión que las técnicas de selección en la contratación tradicional no son suficientes para atraer y retener a trabajadores potenciales, sin embargo, el desarrollo del internet y las redes sociales abren oportunidades en la implementación de actividades de reclutamiento y selección; finalmente los autores

recomendaron que para obtener información creíble y útil es necesario decidir sobre la elección del candidato y combinar la tradición de técnicas tradicionales y modernas con el aumento del uso de internet.

Alansaari et al. (2019); plantearon como objetivo de estudio investigar el impacto del proceso de contratación en el desempeño de la organización y reclutamiento efectivo en el proceso de mejora; para ello se planteó una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que los trabajadores son leales debido al apoyo que pueden dar las organizaciones, pero hay factores que inciden en su fidelidad como el compromiso afectivo, normativo y de continuidad; finalmente los autores recomendaron investigar sobre los problemas y las cuestiones entre el personal y el sistema de recompensa e incentivo si debería ser implementado con eficacia.

Hosain, Arefin & Hossin (2020); plantearon como objetivo de estudio discutir el papel de las redes sociales sobre el proceso de contratación electrónica basado en la literatura existente; empleó la metodología cualitativa; los autores llegaron a la conclusión que la tecnología, innovación y desarrollo, no se puede ignorar en las SM como parte de la gestión diaria, sin embargo, deben tener coherencia con la ley y regulaciones. Finalmente recomendaron tener fiabilidad y validez de información recopilada, desarrollar política transparente y vinculación de códigos de conducta, el uso de las SM para búsqueda, reclutamiento de talentos, medios de comunicación social en lugar de fuentes secundarias, centrarse en la información relacionada con el trabajo y selección de una página de SM apropiado.

Esch & Mente (2018); el objetivo del estudio fue investigar el efecto sobre el uso de las redes sociales habilitados para video sobre la probabilidad de solicitud de empleo como parte del proceso de contratación electrónica; para ello se emplearon metodología cuantitativa y se trabajó con 10,000 muestras de Bootstrap (aproxima la distribución de un muestreo estadístico); los investigadores llegaron a la conclusión que los empleadores contemplan la posibilidad de integrar las redes sociales en la etapa de solicitudes, también es importante realizar una investigación adicional sobre el candidato objetivo para evitar la enajenación de talentos potenciales. Finalmente, recomendaron realizar investigaciones sobre el uso de las SM y los efectos que tiene en el reclutamiento, especialmente si no son integradas en la estrategia general de la organización.

Sangeeta & Ahlawat (2018); plantearon como objetivo estudiar la demografía y perfil psicográfico del profesional y cómo el reclutamiento (usando sitios de redes sociales) es diferente de las prácticas tradicionales de contratación; para ello aplicaron una metodología cuantitativa, trabajando con una muestra de 400 encuestados; los investigadores llegaron a la conclusión sobre el reclutamiento (utilizando sitios de redes sociales) que es eficaz en términos de gestión del proceso de talento, utilizan publicidad de boca en boca para atraer mano de obra de mejor calidad; finalmente los autores recomendaron que el uso de contratación electrónica utilizando redes sociales son innovadores, creativos, imaginativos y convenientes, ya que ahorra tiempo y, por lo tanto, tiene un valor eficaz y eficiente.

Strohmeier (2020); planteó como objetivo una aclaración conceptual de la digitalización en HRM y conceptos relacionados; se aplicó metodología cuantitativa y cualitativa; el investigador llegó a la conclusión que la digitalización en la gestión de recursos humanos constituye un paso inicial en la conceptualización basada en tecnología, adquiriendo aplicaciones en sistemas de información para gestionar el pedido, procesamiento o control de inventarios; finalmente el autor recomendó investigar a profundidad la integración estratégica de las tecnologías digitales.

Carpentier, Hoye & Weijters (2019); plantearon como objetivo de estudio, comprender mecanismos subyacentes al efecto de SM en las percepciones de posibles solicitantes sobre el atractivo organizacional y las intenciones de difundir el boca a boca; para ello diseñaron metodología cuantitativa trabajando con muestra de 165 participantes; los investigadores llegaron a la conclusión que los posibles solicitantes utilizan las páginas de las redes sociales para comunicarse con la marca del empleador, también se relacionan positivamente con el atractivo organizacional y la presencia social a través de calidez organizacional; finalmente los autores recomendaron utilizar el entorno de investigación más controlado, en el cual, puedan medir el tiempo y examinar cómo influye los comportamientos en las redes sociales en el boca a boca.

Golovko & Schumann (2019); plantearon como objetivo de estudio saber si las SM tienen efecto adicional en actividades sociales que influye en la contratación de recursos humanos; para ello los autores plantearon la metodología cualitativa; los investigadores concluyeron que el estudio examina la práctica generalizada de utilizar Facebook como canal de contratación de entornos multicanal en las

actividades de empresas locales, en el cual, tiene un impacto positivo en el éxito de contratación, también los gerentes de recursos humanos indican la efectividad de implementar y mantener las actividades de Facebook; finalmente los autores recomiendan realizar campañas de empleo utilizando estrategias de marketing en el entorno multicanal como elemento moderno.

Woon & Singh (2019); plantearon como objetivo examinar el comportamiento de los solicitantes de empleo hacia el uso del sistema de contratación electrónica por personas que buscan empleo en Malasia: utilizaron la metodología cuantitativa; los investigadores concluyeron que la calidad y la optimización percibida de los motores de búsqueda tienen un impacto positivo en el reclutamiento electrónico, también puede facilitar el acceso para atraer usuarios y mejorar la intención de uso; finalmente los autores recomendaron que se debería de investigar más a fondo las diferencias que pueden atribuirse a grupos particulares y el papel moderador de factores demográficos como el género, también proporcionar información valiosa si se estudia el tipo o el nivel de trabajo.

Esch & Black (2019); plantearon como objetivo de investigación, examinar el uso de medios, recompensas intrínsecas, trato justo y tendencia percibida de los posibles empleados para participar y completar la rehabilitación digital habilitada por IA; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que hay poca preocupación de que las herramientas habilitadas por la IA sean factores percibidos como una amenaza por parte de los empleadores, al contrario, indican que les ayudaría a que sean más efectivos en la función como reclutadores; finalmente los autores recomendaron que las empresas deberían de investigar activamente las tecnologías de reclutamiento habilitadas por IA para evitar el riesgo de quedarse atrás cuando están en la era evolutiva.

Martínez, Urgoiti, Díez & Solabarrieta (2021); plantearon como objetivo de investigación, examinar el ciclo de vida de los empleados sobre la atracción de talento, adquisición, capacitación, evaluación y desarrollo en el estudio de las principales herramientas digitales utilizadas en el mercado español, tanto por empresas nacionales como multinacionales; para ello emplearon metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que las empresas deberían de mejorar el ciclo de gestión del talento, con una inversión más amplia en medidas como la marca del empleador; finalmente los autores recomendaron que las

organizaciones requieren de inversión futura para digitalizar la adquisición y retención de talento para evitar una pérdida de eficiencia en la gestión del talento para una respuesta rápida y poder aprovechar nuevas oportunidades.

Campos, Arrazola & Hevia (2017); plantearon como objetivo analizar la variación de las estrategias de contratación en las empresas españolas, con especial énfasis en Internet; para ello emplearon una metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que el reclutamiento en línea está asociado a grandes empresas, que operan en actividades intensivas o que requieran mano de obra calificada y que se ubican en regiones económicamente y técnicamente más desarrollados; finalmente los autores recomendaron observar el desempeño de cada canal y comparar el conjunto completo de canales de contratación.

Gupta et al. (2018); plantearon como objetivo de estudio investigar la automatización de procesos robóticos para realizar funciones estándares de recursos humanos en el proceso de contratación; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que la automatización incluye tareas digitales y físicas mediante robots, a su vez, es menos costoso y fácil de implementar, que se encuentra particularmente muy adecuado para los múltiples sistemas de *backend* y conocimientos cognitivos; finalmente, los autores recomiendan que la utilidad de la inteligencia artificial debe reflejar desde el punto de vista de las capacidades empresariales en lugar de las tecnologías.

Woods, Ahmed, Nikolaou, Costa & Anderson (2019); plantearon como objetivo de estudio comprender específicamente la naturaleza de la investigación en el IWO (industrial, laboral y organizativo) en la literatura científica; para ello emplearon metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que las organizaciones deberían considerar las entrevistas digitales como una técnica por derecho propio, más que como una alternativa convencional, como resultado podemos decir que los formatos digitales son reemplazos superiores para los métodos tradicionales; finalmente los autores recomendaron a los futuros investigadores la oportunidad de investigar el desarrollo de las herramientas, métodos y procesos de la investigación, la práctica de la IWO y garantizar la continuidad de impacto y relevancia para la organización.

Nawaz (2019); planteó como objetivo de estudio, establecer comprensión y sugerencias para futuras investigaciones direcciones, la cuarta revolución industrial y digitalización, en el cual, incursionó en la organización que busca recursos humanos brillantes, talentosos y con múltiples habilidades en fuerza laboral para hacer frente a la competencia en el mercado global; para ello emplearon la metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que la IA en proceso de contratación, tiene beneficios en el uso, mejora de calidad en reserva de talentos, la relación, el emparejamiento, búsqueda de candidatos, embarque de contrataciones, desarrollo de carrera, relaciones con los empleados, cumplimiento de recursos humanos, programación, imparcialidad contra el telón de fondo y recluta calidad de talento; finalmente el autor recomendó tener estrategias innovadoras para el reclutamiento, que facilita una contratación de calidad y reserva de talentos para realizar resultados óptimos en el proceso de contratación.

Black & Esch (2020); plantearon como objetivo de estudio explicar las fuerzas que han impulsado la IA habilitada en sistemas de reclutamiento, describió los pasos estratégicos clave que los adultos deben tomar para capturar los principales beneficios; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que las personas contratadas para trabajar con la tecnología pasarán la mayor parte del tiempo trabajando con otros humanos y no con el chat de IA a pesar de las tareas puede facilitar, debido a que los empleados realizan diferentes funciones evaluaciones manuales. Finalmente recomendaron identificar las posiciones críticas, transparencia, dirección, construir un sistema integrado y por último lanzar una red más amplia.

Aggerholm & Andersen (2018); plantearon como objetivo de investigación explorar las características y naturaleza de la práctica emergente de comunicación de contratación y cómo desafía fundamentalmente los supuestos previos sobre los empleados, la organización y la vida laboral; para ello emplearon la metodología cualitativa; los autores concluyeron de que la utilización de una Web 3.0 es la estrategia en comunicación que planteó precarios dilemas y desafíos de controlabilidad, controversia, propiedad y relaciones de poder, exigiendo a las organizaciones y entrando con cautela en el mercado laboral de las redes sociales; finalmente los autores recomendaron que los procesos participativos y conversaciones comunitarias se pueden utilizar estratégicamente y alterar

fundamentalmente la comunicación en el reclutamiento, por lo tanto, ofrece nuevos conocimientos sobre una comprensión estratégica en redes sociales.

Muduli & Trivedi (2020); plantearon como objetivo de estudio examinar la utilidad del reclutamiento en redes sociales a través de resultados previos y posteriores a la contratación; para ello los autores plantearon la metodología cuantitativa; los investigadores concluyeron que el efecto mediador de la credibilidad y satisfacción proporciona un marco útil en la comunicación organizacional; finalmente los autores recomendaron al profesional de contratación realizar una difusión de información creíble, relevante y suficiente a través de un modo de comunicación adecuado.

Brandao et al. (2017); plantearon como objetivo de estudio describir el reclutamiento en línea y percepciones con respecto a la herramienta; utilizando entrevistas con organizaciones informantes y encuesta en línea con posibles candidatos a puestos de trabajo; para ello los autores plantearon la metodología cuantitativa, trabajando con una muestra de 74 participantes; los investigadores concluyeron que los cambios potenciales en presenciar el incremento de encontrar y gestionar talento pueden ocurrir con respecto al perfil de candidatos en línea a medida que los trabajadores de la generación del milenio conquistan el mercado laboral; finalmente los autores recomendaron para investigación futura que debe utilizar la muestra representativa, recopilar datos sobre el sector de la organización y características de candidatos en la postulación.

Niehueser & Boak (2020); plantearon como objetivo de estudio examinar las actitudes de los empleados en una empresa dedicada a la contratación estratégica para la introducción de IA en los procesos de trabajo, considerando las implicaciones para la formación y desarrollo; para ello plantearon una metodología cuantitativa trabajando con muestras de 109 empleados; los autores concluyeron que la IA mejoró considerablemente la velocidad y la eficiencia de trabajo en los procesos de contratación, también la investigación encontró que los empleados que habían utilizado la nueva tecnología eran positivos sobre los efectos, indicando que era fácil de usar, robusto y altamente productivo; finalmente los autores recomendaron realizar más investigaciones sobre otros ejemplos de la introducción de IA en los sistemas de contratación, emprender para ver si los hallazgos se replican en otros lugares.



Gómez (2019); plantearon como objetivo de investigación, profundizar la importancia de la contratación electrónica y comprender las implicaciones desde el punto de vista del derecho laboral; para ello emplearon una metodología cualitativa; los autores llegaron a la conclusión que, con la ayuda de programas informáticos, permiten interactuar las redes comunicativas con los posibles candidatos en una participación donde la retroalimentación es continua, con el propósito de retener el talento gracias al mayor compromiso entre ambas partes; finalmente los autores recomendaron para futuras investigaciones inspeccionar el adecuado procedimiento y protección de datos o el uso de algoritmos no discriminatorios.

Blumenberg, Menezes, Goncalves, Assunção, Wehrmeister & Barros (2019); plantearon como objetivo de investigación, comparar las tasas de contratación de tres métodos de contratación en línea y describir si las tasas difieren según los factores socioeconómicos y demográficos del individuo; para ello emplearon una metodología cuantitativa; los autores llegaron a la conclusión que, Facebook demostró ser el método más eficaz para reclutar adultos jóvenes, también lograr la muestra más equitativa según la posición socioeconómica; finalmente los autores recomendaron para futuras investigaciones que es importante conocer el perfil de la muestra objetivo para poder decidir qué método de contratación en línea utilizar.

Smythe, Grotluschen, & Buddeberg (2020); plantearon como objetivo de investigación, determinar las experiencias de los adultos que buscan un empleo de nivel de entrada, en entornos automatizados, un fenómeno conocido como contratación electrónica; para ello emplearon una metodología cualitativa; los autores llegaron a la conclusión que la naturaleza de automatización en los estudios de alfabetización continuará preocupando y se identificó que las implicaciones del análisis merecen una investigación teórica y pedagógica más profunda; finalmente los autores recomendaron que los colaboradores deben demostrar que están buscando trabajo activamente, esto requiere presentar varias solicitudes de empleo en línea cada semana.

Arifin, Raza, Saputra & Puteh (2020); plantearon como objetivo de estudio examinar el efecto de la contratación y el desarrollo profesional en el desempeño de los empleados en bancos de Sharia con la competencia como variable mediadora; se diseñó metodología cuantitativa; los autores llegaron a la conclusión que la función de reclutamiento, la competencia y el desarrollo profesional pueden

moverse en consonancia con las actividades del desempeño, además la contratación es un proceso de búsqueda y vinculación de posibles empleados, que pueden postularse a través de plataformas online; finalmente los autores recomendaron mejorar la calidad de los procesos, procedimientos de contratación, especialmente para la planificación, la exposición al desarrollo profesional y conocimiento para la competencia.

Liu, Chang, Xu, Wu & Chang ( 2021); plantearon como objetivo de estudio investigar como reclutar excelentes talentos a bajo costo, ya sea el desempeño de los empleados si está relacionado con canales por los que ingresan a la empresa, ya sean diferentes personas de elegir los canales de reclutamiento, la relación con las ocupaciones, y qué tipo de canales de reclutamiento es eficaz para personas de diferentes ocupaciones; se diseñó metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que los mejores canales de entrada para empleados de diferentes canales, son la contratación de *headhunters*, reclutamiento interno, de medios, en línea, reclutamiento y conocimiento del campus; finalmente los autores recomendaron un canal de reclutamiento de recursos humanos más utilizado, para saber qué canal es más probable que encuentre para los solicitantes de empleo y así poder reducir una gran cantidad de consumo innecesario.

Palac et al. (2018); plantearon como objetivo de investigación, determinar un documento que describe un marco de apoyo al reclutamiento hágalo usted mismo (DIY-RSF), que utiliza herramientas fácilmente disponibles, en muchos entornos de investigación académica para respaldar el reclutamiento, la preselección, la inscripción y la gestión de participantes remotos en múltiples; para ello emplearon, una metodología cuantitativa, trabajando con una muestra de 5337 participantes; los autores llegaron a la conclusión que utilizando herramientas soportadas en muchas instituciones académicas, puede ser útil en un marco de referencias adaptables para respaldar el reclutamiento para múltiples gestiones concurrentes, también el DIY-RSF puede servir como guía para aprovechar las tecnologías comunes para mejorar los procedimientos de reclutamiento; finalmente los autores recomendaron que los reclutadores tienen que hacer un seguimiento con los participantes, adhiriéndose a procedimientos operativos con respecto a la frecuencia y los métodos de selección.

Cavoukian et al. (2017); plantearon como objetivo de investigación basarse en los principios de privacidad por diseño (PBD), un estándar reconocido mundialmente para la protección de la privacidad, tenía como objetivo desarrollar un marco de PBD para el reclutamiento de investigación en línea; para ello plantearon la metodología cualitativa; los investigadores concluyeron que los estudiantes y los posibles participantes del estudio desconocen los riesgos de privacidad de reclutamiento de investigación en redes sociales y no hay una guía oficial, asimismo, el marco de PBD en línea es un recurso para amplias audiencias; finalmente los autores recomendaron diseñar y evaluar esfuerzos educativos para enseñar a los pacientes y familias sobre las estrategias.

Vadeboncoeur et al. (2018); plantearon como objetivo de investigación determinar a través de la encuesta web, datos longitudinales sobre el peso y varios otros factores relacionados con los comportamientos y entornos universitarios; para ello emplearon la metodología cuantitativa trabajando con una muestra 1126 encuestados; los autores llegaron a la conclusión que la investigación sobre estudiantes de la universidad en entorno social es una tarea desafiante y que requiere mucho tiempo obtener una muestra representativa en muchos sitios, debe superar muchos pasos y barreras, encontramos que después de obtener la ética de aprobación, la publicidad de investigación en las universidades fue la principal barrera una vez que los estudiantes fueron reclutados, las tasas de retención eran adecuadas; finalmente los autores recomendaron que deben desarrollarse líneas de contratación, en el cual podría alcanzar a través de UREC (la razón, la ética y la ciencia) a nivel universitario través de un esfuerzo gubernamental.

Reuter (2020); planteó como objetivo de investigación sobre las redes sociales que tan real y potencial es para el reclutamiento; para ello planteó la metodología cuantitativa trabajando con una muestra 621 encuestados; el investigador concluyó que se debe repotenciar las redes sociales para mejorar el reclutamiento ya que es probable que la tendencia crezca, también la combinación de contratación tradicional y digital desafía nuevas formas de reclutamiento, sin embargo, se debe aprovechar todos los métodos digitales; finalmente el autor recomendó que se debe prestar la misma atención de mejorar el reclutamiento y la retención de posteriores procesos como seguimiento, selección, consentimiento y recopilación de datos.

Brendel et al. (2021); el estudio tuvo como objetivo proporcionar un punto de partida para la investigación sobre las preocupaciones éticas relacionadas con la IA y destacar oportunidades de investigación, propone un marco de gestión ética, centrado en toma de decisiones gerenciales, consideraciones éticas, macro y micro dimensiones ambientales, se proporcionó a otros investigadores un punto de partida para abordar la gestión de los aspectos éticos de la IA; para ello emplearon una metodología cualitativa; los autores llegaron a la conclusión considerar el desarrollo de un marco general, que consiste en la interrelación de decisión gerencial, considerando la éticas y dimensiones ambientales; finalmente los autores recomendaron la interrelación de los valores morales de los empleados y los tomadores de decisiones con la ética organizacional que puede recibir más aclaraciones, por ejemplo, basándose en el valor discurso de gestión.

Casher et al. (2018); plantearon como objetivo de investigación, determinar como la publicidad online de RSE, ayuda a las organizaciones atraer la fuerza laboral de alto rendimiento y como los empleadores adoptan la web como mecanismo para incorporar la sostenibilidad en la estrategia empresarial de gestión en recursos humanos; emplearon una metodología cuantitativa, trabajando con una muestra de 850 profesionales; los investigadores concluyeron que la RSE anunciada a través de un sitio web corporativo y un perfil de Facebook puede mejorar el atractivo organizacional; finalmente los autores recomendaron analizar la recopilación de datos sobre como los participantes pasan el tiempo en cada página web, en el cual debe considerarse para futuras investigaciones.

Kanagavalli, Seethalakshmi, & Sowdamini (2019); plantearon como objetivo de estudio, realizar revisión sistemática de la literatura analizada mediante análisis de contenido sobre el reclutamiento y selección; para ello se planteó una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a una conclusión que la adaptación de nueva tecnología proporciona formas rápidas, efectivas y eficientes de encontrar el mejor candidato, también existen inconvenientes para seleccionar al candidato adecuado, ya que la mayoría de las organizaciones no consideran el factor expatriado, que incluye adaptación transcultural, cualidades personales, experiencia, habilidades y situaciones familiares; finalmente los autores recomendaron para futuras investigaciones concentrarse en el análisis de los factores de repatriación.

Piwowar & Mroziowski (2020); plantearon como objetivo de investigación examinar el origen, los supuestos del concepto de gestión por valores y la implementación de la MBV en la organización; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que cultura organizacional percibe estándares de eficiencia que garantizan el éxito empresarial, en el cual, se pueden basar en confiabilidad, responsabilidad, honestidad compañerismo, compromiso, confianza y la cooperación; finalmente los autores recomendaron examinar los hallazgos en áreas relacionadas con valores y diferentes sectores organizacionales.

Katarzyna & Mroziowski (2020); plantearon como objetivo de investigación determinar el origen de los conceptos de gestión por valores y la implementación de mantenimiento de gerencia basada en valor (VBM). Para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que la gestión por valores es relativamente nueva y orientada al desarrollo, asimismo, el sistema de valores representa elementos motivadores que influyen en el comportamiento de los empleados y contribuye así al éxito general de la organización; finalmente los autores recomendaron una guía a cada empleado de la empresa hacia las acciones adecuadas y ayuda para tomar decisiones difíciles.

Khatua & Nejdil (2020); plantearon como objetivo de investigación explorar si los datos de Twitter disponibles públicamente pueden ser una alternativa viable a portales de empleo comerciales; para ello emplearon una metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que Twitter se está convirtiendo en una comunicación popular, no solo para grandes organizaciones sino también para pequeñas organizaciones, que no pueden pagar el servicio personalizado de portales comerciales de empleo para llegar al mercado laboral; finalmente los autores recomendaron profundizar las habilidades blandas a través de la plataforma Twitter.

Papakonstantinidis (2017); plantearon como objetivo de investigación comprender mejor la actitud de los nativos digitales para hacer frente a la incertidumbre ocupacional; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que la marca personal permite el trabajo de los candidatos que destaquen del resto de los solicitantes en la postulación demostrando habilidades en las plataformas de redes sociales; finalmente los

autores recomendaron a futuras investigaciones que se debe investigar el impacto de la marca personal a través de las redes sociales como método para reducir la incertidumbre en el reclutamiento.

Villeda & Camey (2019); plantearon como objetivo de investigación examinar como pueden los empleadores aprovechar al máximo la tecnología en el proceso de contratación; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que el uso de sitios de redes sociales puede tener éxito en la contratación si se utiliza para publicar puestos vacantes, ubicaciones de contratación o para redirigir solicitantes de sitios web de empresas; finalmente los autores recomendaron evaluar la influencia real en el proceso de contratación, debido a que los empleadores necesitan una mayor comprensión.

Kulal (2020); plantearon como objetivo de investigación conocer cuestiones éticas seguidas en el reclutamiento y selección de maestros permanentes de Government First Grade Colleges of Dakshina Kannada District y el impacto en la satisfacción laboral; para ello emplearon una metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que las cuestiones éticas en el reclutamiento y selección se pueden abordar sometiendo a todos los candidatos potenciales a similares criterios de evaluación, publicidad de todas las oportunidades de empleo, cumplimiento de normas documentadas, política de contratación, código de ética y exigir al entrevistador que declare la existencia del conflicto de intereses durante el proceso de contratación y selección; finalmente los autores recomendaron seguir los aspectos legales de contratación, de lo contrario, afectará el desempeño organizacional y el interés público.

Pasternak, Veloutsou & Morgan (2017); plantearon como objetivo de investigación explorar la naturaleza del boca a boca electrónico (EWOM) y los impulsores clave de la marca generada por el consumidor; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que los solicitantes a través de páginas de Facebook están preocupados por la apertura del entorno en redes sociales, donde la información se puede compartir con un número de individuos, además la apertura y actitud hacia la privacidad puede afectar a los solicitantes para participar en el EWOM; finalmente los autores recomendaron que futuras investigaciones podrían abordar la cuestión de cómo los atributos de la marca y configuración de la comunidad afectan a EWOM.

Buchanan (2017); plantearon como objetivo de investigación evaluar cómo los métodos novedosos complican los principios de una larga data sobre los principios de la ética de la investigación; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que los métodos y tácticas de ISIS explotan las redes sociales y la informática ubicua de la Internet, también aprovechan la naturaleza fundamental de plataformas, la de promoción, el intercambio de ideas y la búsqueda de un mayor red de seguidores; finalmente los autores recomendaron analizar los derechos de los trabajadores y poder decidir que métodos son más efectivos.

Dokey & Abunar (2021); plantearon como objetivo de investigación determinar la influencia de la contratación electrónica en la atracción y contratación de talento en el sector privado; para ello emplearon una metodología cualitativa y cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que los gerentes de recursos humanos han mostrado positivos sobre el uso de la contratación electrónica, debido a que no incluye costos en comparación con la forma tradicional, también es aceptado como un medio rentable que ayuda a los reclutadores de diferentes maneras como el tiempo, beneficios e instalaciones; finalmente los autores recomendaron que futuras investigaciones realicen una investigación sobre la contratación electrónica en el sector público.

Ford et al. (2019); plantearon como objetivo de investigación evaluar la viabilidad de usar Instagram y Snapchat como adiciones efectivas a Facebook para el reclutamiento de jóvenes para estudios; para ello emplearon una metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que las plataformas de redes sociales pueden desempeñar un papel importante para alcanzar a jóvenes para la investigación y evaluación de proyectos laborales, además son atractivas para las poblaciones más jóvenes, lo que permite un diseño y una adaptación más fácil para contratar personal específico; finalmente los autores recomendaron comparar el diseño de la contratación con el método de contratación tradicional.

Solangi et al. (2021); plantearon como objetivo de investigación estudiar e investigar los procesos de contratación y desarrollar un modelo de contratación electrónica en la policía de Sindh; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que el sistema de contratación digital en línea proporciona un ahorro de costos de calidad, transparencia, seguridad y

optimización de resultados con la ayuda de información y tendencias basadas en la tecnología de la comunicación; finalmente los autores recomendaron que el estudio se puede ampliar con el uso de dispositivos de escaneo biométrico centrándose en los principales beneficios y debilidades.

Johnson, Stone & Lukaszewski (2020); plantearon como objetivo de investigación analizar cómo el reclutamiento, la selección y las herramientas de inteligencia artificial pueden ayudar a la hostelería y organizaciones turísticas a mejorar los resultados de la contratación y la selección; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que automatizar las prácticas de recursos humanos proporciona a las organizaciones capacidades adicionales que les permiten contratar a los más talentosos empleados que estarán motivados para permanecer en la organización a lo largo del tiempo; finalmente los autores recomendaron a las futuras investigaciones analizar las políticas de calidad de diferentes organizaciones.

Bondarouk, Parry & Furtmueller (2017); plantearon como objetivo determinar qué relaciones de gestión en recursos humanos electrónicos y estratégicos son apoyados en la literatura; para ello emplearon metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que la eficacia en E-HRM puede depender de objetivos organizacionales, departamentales, profesionales e individuales como ahorro de tiempo y costes, mejora de los servicios de recursos humanos y reorientación estratégica del departamento de HRM; finalmente los autores recomendaron para futuras investigaciones que deben examinar los factores y consecuencias identificados en relación con distintas áreas funcionales de gestión de recursos humanos.

Berber, Dordevic & Milanovic (2018); plantearon como objetivo resaltar la importancia del concepto de HRM, las características más importantes, ventajas, posibles inconvenientes, así como mostrar el nivel de uso en Serbia; para ello emplearon metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que las principales ventajas de la E-HRM, es que son más rápidos, precisos, tienen el procesamiento más sencillo de la información sobre los empleados, ahorro de costos, liberación de los gerentes de tareas administrativas, mayor acceso a los datos de recursos humanos, estandarización de los procesos dentro de la empresa,



datos más consistentes y actualizados sobre empleados; finalmente los autores recomendaron indagar sobre las capacidades y otros procesos de la E-HRM.

Aguado, Andrés, García & Rodríguez (2019); plantearon como objetivo analizar la validez orientada a criterios de los perfiles profesionales titulares de LinkedIn en el sector de las tecnologías de la información y la comunicación; para ello emplearon metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que los profesionales experimentados tienen una mayor amplitud de experiencia e interacción en LinkedIn que profesionales menos experimentados, también las mujeres informan una mayor amplitud de interacción en LinkedIn y mayor variedad de información en los perfiles más que los hombres; finalmente los autores recomendaron que los estudios posteriores deben incluir dinamismo tanto en perfiles de LinkedIn como en perfiles longitudinales, que refleje la carrera profesional de los trabajadores desde el momento en que son candidatos y a medida que se desarrollan profesionalmente en uno o varias organizaciones.

Kamp, Herbell, Magginis, Berry & Given (2019); plantearon como objetivo examinar el reclutamiento de Facebook en los principios éticos del Informe Belmont respecto a las personas, beneficencia y justicia; para ello emplearon metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que el reclutamiento en las redes sociales presenta un desafío para las poblaciones menos representadas, tales poblaciones incluyen adultos mayores y personas con educación secundaria o menos, también cabe señalar que Facebook es la red social más utilizada, independientemente de la raza y origen étnico; finalmente los autores recomendaron a las organizaciones que deben ser transparentes en poder monitorear, interactuar y garantizar la seguridad con los participantes, además la transparencia debe ser articulado en el consentimiento informado pero también abordado en cualquier comunicación entre la organización y entidad de Facebook.

Fiesler & Proferes (2018); plantearon como objetivo explorar mediante encuestas sobre las percepciones de los usuarios de Twitter sobre el uso de tweets en la investigación; para ello emplearon metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que a través de un diseño en Twitter se puede proporcionar al público la advertencia en la recopilación de datos cuando ingresan en un hashtag específico, también informar a los solicitantes cuando insertan datos a través de tweets; ambos diseños sería una forma de beneficiar a

los solicitantes y poder apoyar las mejores prácticas éticas. Finalmente, los autores recomendaron a otros investigadores explorar la ética de la investigación desde una variedad de diferentes enfoques, también poder optar herramientas para abordar problemas que surgen en las propias prácticas de creatividad y rigurosidad.

Vetrakova, Hitkaa Potkany, Lorincova & Smerek (2018); plantearon como objetivo de estudio presentar las opiniones de expertos nacionales y extranjeros sobre la contratación de empleados utilizando las redes sociales; para ello emplearon metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que el uso de las redes sociales como herramienta para el proceso de contratación lo aplican las Pymes, las diferencias están en la preferencia de los tipos de redes sociales, principalmente Google+ y MySpace, que son los preferidos por las empresas con participación de capital extranjero; también concluyeron que existe potencial para un mayor desarrollo y sostenibilidad en el uso de las redes sociales en el proceso de contratación de empleados. Finalmente, los investigadores recomendaron para una investigación futura el análisis del contenido de los sitios web de contratación de las Pyme.

Palos, Ramon & Debasa (2018); plantearon como objetivo de estudio la influencia de las redes sociales, la publicidad, las acciones de promoción y captación en las conversiones para aplicaciones móviles impulsadas por datos vinculados; para ello emplearon metodología cuantitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que las acciones de reclutamiento tienen influencia significativa en conversiones de aplicaciones móviles impulsadas por datos vinculados; no obstante, podría tener negatividad, que un lenguaje incorrecto cause confusión, datos vinculados y la preocupación del usuario con la privacidad. Finalmente, los investigadores recomendaron que el tamaño de la muestra podría ampliarse en el futuro para obtener resultados con diferente eficiencia estadística y márgenes representativos.

Umachandran (2021); plantearon como objetivo de investigación examinar la literatura en la contratación de recursos humanos y la aplicación de la inteligencia artificial para reducir el tiempo y esfuerzo de los expertos en el manejo de los requisitos de mano de obra; para ello emplearon una metodología cualitativa; los investigadores llegaron a la conclusión que el uso de IA ofrece una mejor capacidad para evaluar habilidades, evaluaciones, experiencia en el candidato y estampa en

la marca del empleador; también ofrece beneficios compensatorios como el escaneo en línea, aplicación de robot de entrevistas, antecedentes y verificación de carácter, propone salario y miden la potencialidad del equipo. Finalmente, los autores recomendaron investigar la descripción de funciones para el posicionamiento al empleado preferido y las políticas de la contratación.

El marco teórico del trabajo de investigación está en correspondencia con la ciencia, conocimiento y método científico, que plantea en la selección de teorías que incide en la elección del paradigma de investigación y posteriormente el enfoque de investigación desde la gestión de datos, luego el componente se ocupa de los conceptos y conocimientos científicos particulares que sustentan el trabajo de investigación; para ello se explica los diferentes métodos de investigación, que se agrupan en métodos teóricos, técnicas empíricas y estadísticos. Finalmente, el marco histórico del objeto de estudio y la descripción científica (Torrez, 2018, p.1). Además, permite conceptualizar la metodología de acuerdo con el conocimiento que desean atender con la pregunta de investigación (Casillas & Torres, 2020, p.3). En base a ello se realizó el marco teórico de la siguiente manera.

Tradicionalmente, organizaciones dependían de tecnología relativamente baja, incluidos avisos de prensa y referencias de empleados para localizar y atraer candidatos calificados con herramientas tradicionales como radio, televisión, despacho en mano, volantes, servicios postales y de mensajería (Okolie, & Irabor, 2017, p.116). Las empresas tradicionales sienten que la transformación digital es crucial, definido como transformación de actividades, procesos, competencias y modelos para aprovechar cambios y oportunidades (Gómez, 2019, p.35). El objetivo de la transformación digital es aumentar la competitividad y ponerse al día con organizaciones nacidas digitales sin ser interrumpido (Gilch & Sieweke, 2020, p.3); la decisión de optar por tecnología digital se basa en la voluntad firme de construir un sistema más eficiente (Martínez, Urgoiti, Díez & Solabarrieta, 2021, p.5). La contratación es el problema de las organizaciones para sostener un equipo fuerte, la tecnología podría ser la solución, a medida que el mercado del talento se vuelve competitivo, es importante estudiar el uso de tecnologías en la contratación y dotación de personal (Abdul et al., 2020, p.10).

Con los rápidos cambios para la innovación, la economía basada en el conocimiento se ha convertido el discurso dominante en la reestructuración

económica (Laurim et al., 2021, p.5495). El uso moderno de tecnologías de la información (TI) mejora el proceso de clasificación y contacto de candidatos a través de Internet, en el cual, facilita la selección de candidatos (Slavic et al., 2017, p.38). La TI tiene capacidad de dirigirse a segmentos de la población en función de características demográficas, intereses y actividades en línea; pero, a través de plataformas de SM, permite la segmentación de usuarios con características, por ejemplo, edad, sexo, ubicación, idioma, etnia, intereses y comportamientos (Reuter, 2020, p.2). Permite reducir tiempo y esfuerzo, usando bases de datos, tableros de anuncios de empleo y búsqueda en línea; mediante un sistema de contratación electrónica en línea, contratar profesionales potencialmente puede salvar el tiempo valioso (Hosain et al., 2020, p.53). La tecnología inteligente permitió a los reclutadores ser más eficientes y se obtuvo como resultado un proceso de contratación más rápido (Woon & Singh, 2019, p.76).

El modelo de aceptación de tecnología (TAM) fue uno de los más utilizados para predecir la aceptación del usuario (Sangeeta & Ahlawat, 2018, p.607); explicó la intención o el comportamiento de utilizar y comprender el uso de nuevas tecnologías (Woon & Singh, 2019, p.77); en el cual, influye en la intención del individuo, mostrando factores como el valor percibido, facilidad del uso de tecnología y percepciones de actitudes de gerencia hacia el cambio (Niehueser & Boak, 2020, p.123). La difusión de la teoría de innovación (DIT) es el conjunto de cinco factores, la ventaja relativa, la innovación percibe como mejor que la idea que reemplaza; compatibilidad, percibe como coherente valores existentes, experiencias pasadas y necesidades; complejidad, percibe como difícil de entender; probabilidad, puede experimentar de forma limitada; y observabilidad, los resultados son visibles para otros (Muduli & Triveli, 2020, p.238). El proceso de contratación tradicional ha cambiado recientemente aprovechando la tecnología, como las redes sociales, los sistemas de seguimiento de aplicaciones e incluso la IA y blockchain, para apoyar la captación de talento (Abdul et al., 2020, p.10).

El reclutamiento electrónico se puede definir como adopción e integración de TI y Web para reclutar y reemplazar las funciones de contratación manual (Hosain et al., 2020, p.52); permite a candidatos tener oportunidades laborales y acceso al flujo de información, puede acceder al anuncio de trabajo en cualquier momento, teniendo acceso sobre la organización que está reclutando con solo un clic

(Brandao et al., 2017, p.295). Para atraer candidatos potenciales activos y pasivos, es necesario alejarse de lo tradicional, adoptar nuevas herramientas de abastecimiento ofrecidos por Internet y redes sociales (Slavic et al., 2017, p.4). Los cambios de comportamiento debido a la utilización de tecnologías informáticas no solo suceden en la parte empresarial, sino que opera a los aspirantes, por ello, se está recurriendo a la IA para alcanzar los mejores resultados (Gómez, 2019, p.35). El número de usuarios activos en todo el mundo es 3,2 mil millones y los que tienen 18 entre 35 años en EE. UU. pasan 6.5 horas en SM por semana. Por lo tanto, si las empresas quieren atraer y reclutar talento, tienen que reclutar con tecnologías y herramientas digitales (Esch & Black, 2019, p.3).

La gestión de recursos humanos (HRM) es el proceso estratégico de coordinación, planificación, organización, dirección y control del sistema de organización (Kanagavalli et al., 2019, p.1). El objetivo principal es generar candidatos calificados, permitiendo que las organizaciones sean selectivas en el proceso de contratación y ayuden a garantizar contrataciones de alta calidad (Gilch & Sieweke, 2020, p.5); tiene ventaja competitiva, por lo tanto, debe elegirse de manera estricta y desarrollarse para lograr el compromiso de los empleados; los gerentes de línea son líderes en el programa de reclutamiento y selección junto con HRM que desempeñan el papel de facilitador (Alansaari et al., 2019, p.172). La estrategia de HRM debe ser formulada y ejecutada mediante la explotación de la digitalización para crear valor (Strohmeier, 2020, p.346). La gestión electrónica de recursos humanos (E-HRM) muestra la esperanza de mejorar la gestión, realizar el trabajo eficiente y efectivo, reducir los costos, acelerar el proceso, alinear estratégicamente y brindar el potencial transformador en el rol como agente de cambio en la organización (Martínez et al., 2021, p.4).

La contratación electrónica es el proceso que utiliza Internet para publicitar o publicar vacantes, proporciona información sobre puestos de trabajo y la organización, permite la comunicación por correo electrónico entre empleadores y candidatos (Okolie & Irabor, 2017, p.117). El factor clave de éxito de contratación y selección es identificar, atraer y reclutar el talento adecuado (Liu et al., 2021, p.5). *La selección* se ocupa de elegir entre grupos de solicitantes el candidato adecuado para cubrir un determinado puesto, diseñado para identificar individuos que mejor se adapte a los requisitos de la vacante laboral (Campos, Arrazola & Hevia, 2017,

p.2); tiene como objetivo colocar en el lugar correcto trabajadores realizados y comprometidos (Alansaari et al., 2019, p.171); en el cual, tengan habilidades, experiencias, conocimientos y actitudes adecuados, para ayudar a la empresa a lograr el propósito y objetivos organizacionales (Rahman et al., 2020, p.4).

En la era de la automatización, la demanda y competencia de talento entre las empresas es muy feroz (Liu et al., 2021, p.5). *El talento* es definido como habilidad personal, la capacidad de trabajar y que distingue a la persona de otra (Martínez et al., 2021, p.2); incluyendo atributos como habilidades, conocimiento, experiencia, inteligencia y carácter (Koch et al., 2018, p.2). Las organizaciones adoptaron el talento de Idea Preneurship (ITAP), plataforma para buscar la cultura de candidatos, rastrear e informar rendimiento; tiene la funcionalidad de informes periódicos sobre parámetros clave, proporciona la probabilidad de que los candidatos se unan a la empresa (Gupta et al., 2018, p.6). Cuanto más aumenta la importancia del conocimiento, aumenta la dependencia del talento, siendo el motor crítico; el conocimiento de trabajadores aumentó del 17% al 60%. Por lo tanto, la ventaja competitiva de atraer el desarrollo y retención del talento sigue aumentando (Laurim et al., 2021, p.5495). La guerra por el talento es la capacidad de mejorar las prácticas de contratación, los candidatos interpretan las señales de información sobre cómo sería trabajar en la organización (Sievert, Vogel & Feeney, 2020, p.6).

La teoría de *la señalización* explica cómo los solicitantes señalan valor a empleadores para aumentar el empleo en oportunidades y cómo los empleadores interpretan las señales de solicitantes (Casher et al., 2018, p.104); proporciona la justificación teórica de cómo las empresas pueden aprovechar sitios web para comunicar los valores y percibir posibles solicitantes (Lee et al., 2020, p.3); también argumenta a solicitantes la información sobre la organización a partir del contenido de anuncios de trabajo, los solicitantes de empleo interpretan las señales de información sobre cómo sería trabajar en la organización (Sievert et al., 2020, p.6). La teoría del comportamiento planificado (TPB), propone el comportamiento particular, basado en actitudes y creencias. Individuos que mantienen actitudes favorables, tendrá la actitud favorable hacia el desempeño; mientras que una persona que tiene actitudes negativas tendrá actitudes desfavorables hacia la realización (Muduli & Trivedi, 2020, p.238). La señalización organizacional

específicas valores, informa el mecanismo basado en señales que vincula la orientación del rendimiento con atractivo organizacional (Keppeler, 2020, p.11).

*El desempeño* de la organización se define en base a dos características, capacidad para mantener rentabilidad y competitividad; consiste en cuatro dimensiones, rentabilidad, liquidez, crecimiento y desempeño del mercado de valores (Brandao et al., 2018, p.275). El desempeño laboral es producido por los empleados de acuerdo con el rol establecido; existen seis criterios para medir el desempeño de los empleados, calidad, cantidad, puntualidad, efectividad, independencia y compromiso (Arifin, Raza, Saputra & Puteh, 2020, p.1044); asimismo, es la combinación de todos los comportamientos relacionados con el logro de metas organizacionales o el trabajo específico de tareas y los objetivos organizativos (Liu et al., 2021, p.2). El compromiso de los empleados es una de las condiciones de contratación eficaz, se define como el compromiso de asistir al trabajo con regularidad, trabajando a pleno día, dispuesto a trabajar horas extras, a formar parte de la visión y misión de la institución (Alansaari et al., 2019, p.170); además, tener empleados y mejores talentos en las organizaciones muestran consistentemente un mejor desempeño (Koch et al., 2018, p.2).

Las organizaciones quieren llegar a todos los candidatos activos adecuados, pero, la mayoría de las personas no busca activamente un puesto de trabajo y, por lo tanto, son candidatos pasivos. Sin embargo, un trabajo diferente consideraría en oportunidad de trabajo, por ello, el número de candidatos pasivos son tres veces más grande que candidatos activos (Esch & Black, 2019, p.5). Los *candidatos activos* están en proceso de búsqueda de empleo, representa el 10% de la fuerza laboral. Los *candidatos pasivos* están empleados y no buscan un puesto diferente (Koch et al., 2018, p.3); son considerados empleados estables, tienen el perfil para ser contactado por empleadores; los perfiles incluyen descripciones basadas en experiencias, áreas de especialización, vínculos con referencias por ex supervisores y compañeros de trabajo (Hosain et al., 2020, p.55). Los solicitantes de empleo prefieren solicitudes en línea, porque ahorra tiempo, dinero y permite navegar a través de una amplia gama de ofertas de trabajo (Okolie & Irabor, 2017, p.116). Además, Microsoft ha desarrollado un sitio web utilizando blogs de trabajo y videos para los solicitantes activos y pasivos (Muduli & Triveli, 2020, p.237).

La creciente demanda del número de candidatos capacitados y educados condujo a la práctica *la marca del empleador*, definida como el paquete de funcionalidades, económicas y beneficios psicológicos proporcionados por el empleo e identificados con la empresa empleadora; se refiere a los esfuerzos de la organización para comunicarse con el personal potencial (Golovko & Schumann, 2019, p.162); asimismo, busca atraer a los talentos, en el cual, quieren ser parte del equipo (Boscai & Abrudan, 2017, p.329). La marca del empleador describe la propuesta de valor del empleador, se define como la construcción de la marca y transmite ofertas proporcionadas por la organización a cambio de habilidades, capacidades y experiencias del empleado (Alashmawy & Yazdanifard, 2019, p.572). Desde la perspectiva de contratación, las SM se utiliza como estrategia de comunicación para promover la imagen de marca del empleador (Aggerholm & Andersen, 2018, p.123); también, influye positivamente en la intención del solicitante de empleo en postularse al puesto (Keppeler, 2020, p.8).

*Las redes sociales* (SM) es el proceso de usar TI e internet para acelerar la contratación, procedimientos y estrategias de selección; asimismo, involucran tecnologías que permiten la generación digital y procesos interactivos, como microblogs, weblogs, blogs sociales, wikis, videos, calificaciones, podcasts, imágenes y marcadores sociales (Rahman et al., 2020, p.3); ganando tendencia, crecimiento y popularidad (Ali et al., 2020, p.2). Las SM reduce costo y tiempo para la contratación con eficiencia; por ejemplo, colocar anuncios de trabajo es a menudo gratuito y la información se puede editar, mientras que publicar anuncios en el periódico requiere gastos financieros (Hosain et al., 2020, p.54). Las SM se centran en el aspecto profesional, las personas crean el perfil, que consiste en realizar un formato electrónico conteniendo información sobre educación, experiencia, organización y voluntariado (Slavic et al., 2017, p.38). Las organizaciones pueden crear la página donde se puede publicar información como, marcas, productos, servicios y oportunidades laborales; para publicitar vacantes y gestionar los perfiles de los empleados potenciales (Alsaghir et al., 2020, p.20).

Las SM son reconocidas como parte del campo de comunicación estratégica, es decir, el cumplimiento de la misión y adapta disciplinas de práctica, incluido el marketing y comunicación de marca, financiera, inversora, política, relaciones públicas, de crisis, de RSE y organizacional (Aggerholm & Andersen, 2018, p.124).



Basado en la teoría de señalización, la página de SM capta presencia social, en el cual, puede llevar usuarios a inferir que la organización en sí es amigable, tiene alta moral y buenas intenciones, lo que resulta una mejor percepción (Carpentier et al., 2019, p.12). El modelo TPB puede tener validez de adopción de SM con empleados que tienen actitudes positivas con la intención de adoptar métodos digitalizados (Muduli & Trivedi, 2020, p.238); además, las organizaciones están comercializando redes sociales con video (Esch & Mente, 2018, p.267). Plataformas como LinkedIn, Facebook y Twitter se utiliza para publicar anuncios de empleo, atraer y preseleccionar solicitantes, transformando el proceso de selección dinámico, relacional y auténtico (Abdul et al., 2020, p.10).

Las SM proporcionan entradas conectando grupos grandes y difíciles de alcanzar de la población con oportunidades de investigación, incluyen sitios web accesibles, herramientas de información móviles basadas en usuarios para ver, crear y compartir información con otros en línea (Reuter, 2020, p.2). Las personas prefieren acceder a Internet en un teléfono inteligente, en el cual, las aplicaciones fueron diseñadas para ayudar a quienes buscan trabajo (Boscai & Abrudan, 2017, p.329). Posibles empleados gastan tiempo en plataformas de SM a través de *dispositivos móviles*, por lo tanto, si las empresas quieren llegar a ellos, tienen que usar las mismas herramientas. Además, el 89% de solicitantes de empleo informan que dispositivos móviles son herramientas para buscar trabajo, el 45% utiliza para buscar trabajo, el 16% envían solicitudes de empleos (Esch & Black, 2019, p.4). El uso formal de campañas de reclutamiento en SM para obtener representación se basa en publicidad (Hosain et al., 2020, p.38); Facebook Audience Network es el grupo de aplicaciones móviles que permite mostrar anuncios, tiene como objetivo maximizar el número de eventos de optimización (Ali et al., 2020, p.4).

*Facebook* es la segunda plataforma más popular de medios sociales, demostró ser el método eficaz para reclutar adultos jóvenes (Blumenberg et al, 2019, p.8); el 74% de usuarios adultos acceden a diario, y con más frecuencia al que acceden todos los grupos de edad (Ali et al., 2020, p.2). Proporcionan información digital consolidada donde las empresas pueden publicar digitalmente ofertas de trabajo. Además, las plataformas proporcionan información como anuncios de empleo y puestos de trabajo a posibles candidatos (Esch & Black, 2019, p.3). Además, puestos de trabajo están vinculados a la *página empresarial*

de *Facebook* donde los solicitantes de empleo pueden ver nuevos puestos de trabajo disponibles a través de los marcadores de trabajos, por lo tanto, sirve como guía para avanzar solicitantes de empleo del sitio web de las organizaciones donde pueden aprender sobre las vacantes de trabajo (Hosain et al., 2020, p.53). Las publicaciones en la página de Facebook contienen información sobre el trabajo y entorno laboral dentro de la empresa (Golovko & Schumann, 2019, p.163).

*LinkedIn*, es la plataforma que permite a personas formar redes profesionales y comunidades de interés, intercambiar información, respaldar y recibir a las personas en redes (Esch & Black, 2019, p.4). Los trabajos publicados reciben más visitas de candidatos potenciales, se usa para publicar anuncios, búsqueda, contacto y selección de candidatos; también se ha encontrado una fuerte asociación entre el uso y capacidad de identificar y atraer candidatos pasivos (Koch et al., 2018, p.5). Las herramientas de filtrado disponibles en la plataforma ayudan al reclutador encontrar candidatos que mejor se adapten a los requisitos de las vacantes que desea cubrir (Alsaghir et al., 2020, p.20); ayuda al reclutador a ver perfiles de candidatos potenciales, para contestarlas e incluso contactar a los gerentes (Boscai & Abrudan, 2017, p.330). Se mostró como la red social más utilizada para el reclutamiento, el 93% de empleadores utilizan LinkedIn para fines de contratación, mientras que el 66% de los empleadores usa Facebook y el 54% usa Twitter (Slavic et al., 2017, p.38).

*Twitter* es el tercer sitio de SM que se utiliza para el reclutamiento, permite a reclutadores publicar anuncios de trabajos, buscar y seleccionar trabajos a solicitantes potenciales, incluso aquellos que no necesariamente solicitan (Koch et al., 2018, p.4). Cuentas de Twitter proporcionan a usuarios revisiones de empleo preciso, rangos de sueldos y preguntas de entrevistas en variedades de empresas (Papakonstantinidis, 2017, p.7). Asimismo, influye en la popularidad de hashtags, simplifica el proceso de búsqueda de vacante específica relacionada con el trabajo (Villeda & Camey, 2019, p.69). Twitter se hizo famoso por tweets que son mensajes producidos por cada usuario y *retweets*, siendo el proceso de compartir el tweet original entre otros usuarios; el 60% de candidatos a puestos de trabajo utilizan Twitter, 70% lo usa para investigar vacantes y 58% para seguir a las empresas (Khatua & Nejdil, 2020, p.267). El alcance y volumen de datos también son expansivos, se publican 500 millones de tweets enviado por más de 300 millones

de usuarios; además, la población de Twitter representa amplia gama de grupos demográficos (Fiesler & Proferes, 2018, p.2).

*La inteligencia artificial (IA)* tiene la capacidad de una máquina para realizar funciones cognitivas que asociamos con las mentes humanas, como percibir, razonar, aprender, interactuar con el medio ambiente, resolución de problemas, toma de decisiones e incluso demostrando creatividad (Brendel et al., 2021, p.2). El uso de IA ayuda a encontrar talentos ocultos y realiza tareas rutinarias, tales como selección de solicitudes o programación de entrevistas; puede resultar en eficiencias y beneficios cualitativos para clientes y candidatos (Niehueser & Boak, 2020, p.122). Para la selección, la IA puede utilizar características fisiológicas que puede ajustarse a la forma del cuerpo e incluir reconocimiento facial, ADN, geometría de la mano, reconocimiento de iris, micro expresiones, olor, aroma y escaneo de retina utilizadas para autenticación y características de comportamiento (Esch et al., 2019, p.215). Además, algunas organizaciones han incorporado la IA en el sistema de solicitud en línea, en el cual, selecciona a los solicitantes más calificados (Woods, Ahmed, Nikolaou, Costa & Anderson, 2019, p.6). Reduce los costos generales del proceso, tanto en términos de dinero y costos no monetarios o de transacción (Alsaghir et al., 2020, p.19).

La IA tiene tres controladores, primero, los candidatos dedican el tiempo a espacios digitales; segundo, la digitalización de información del trabajo; tercero, las herramientas habilitadas han mejorado en términos de eficiencia y eficacia (Esch & Black, 2019, p.2). La IA puede escanear solicitudes de empleo en línea y evaluar la experiencia de candidatos, el historial del cargo y rotación voluntaria e involuntaria de trabajos, traducirlos en predictores de desempeño y resultados de trabajo (Woods et al., 2019, p.7). La IA tiene el procesamiento del lenguaje (NLP), en el cual, denota el uso la educación de las computadoras a la comprensión y manipulación de lenguaje escrito o hablado para la ejecución ciertas tareas (Alsaghir et al., 2020, p.18). Las ventajas de la IA, como un puesto de trabajo de calidad, una amplia gama de fuente de aplicaciones, aplicaciones de cribado y disminución del sesgo inconsciente (Nawaz, 2019, p.489). Hay tres sistemas basados en IA, primero, sistemas de recomendación del perfil de candidato; segundo, sistemas de Curriculum Vitae (CV) pueden hacer coincidir los requisitos

con los perfiles; tercero, las tecnologías de análisis de CV analizan el currículum de los candidatos (Lochner & Preuss, 2018, p.193).

Los anuncios impresos están desapareciendo debido a la popularidad de los anuncios en *motores de búsqueda*, es un software que recopila datos sobre sitios web, indexa y clasifica con palabras claves, explicaciones y contenidos (Okolie & Irabor, 2017, p.119). Cuando hablamos de sitios web, es encontrar formas efectivas de atraer e involucrar a los visitantes, dar valor real y estar orientados al mercado, debe proporcionar respuestas a las preguntas de los usuarios potenciales y permitirles tomar las medidas de forma rápida, agradable, segura y sencilla (Boscai & Abrudan, 2017, p.325). Los sitios web de búsqueda de empleo brindan conveniencia, costo, ahorros y soluciones más eficientes y efectivas para los solicitantes de empleo y las organizaciones (Woon & Singh, 2019, p.77). La reacción de candidatos a la información mediante el anuncio de trabajo está influenciada por la eficiencia percibida y la facilidad de uso, que se refiere a que el candidato considera que el anuncio de trabajo es fácil de entender y aplicar (Brandao et al., 2017, p.294). El sitio web corporativo incluye información sobre sus diversas oportunidades profesionales vínculos, historias de empleados actuales y por qué los solicitantes deben unirse a la organización (Lee et al., 2020, p.1).

El uso de motores de búsqueda de empleo digital es atractivo para los empleadores porque pueden ofrecer a los clientes la opción para seleccionar candidatos utilizando sistemas de *seguimiento automatizados* (ATS), que buscan las mejores coincidencias entre las descripciones de puestos y aplicaciones (Smythe et al., 2020, p.5). Son capaces determinando en menos tiempo si los candidatos tienen o no los requisitos de trabajo necesarios para el puesto que solicitaron (Alsaghir et al., 2020, p.20); además permite la gestión electrónica de contratación con mayor comodidad (Gómez, 2019, p.35). Para conectarse y reorientar candidatos de alto calibre, empresas líderes en la industria como Adidas, Macy's, Quicken Loans y Wayfair utilizan el ATS para comparar currículums y programas del solicitante para asegurarse de continuar descubriendo los mejores talentos (Esch & Black, 2019, p.3).

La tecnología influye en la gestión de HRM y pasó de sistemas empresariales a un sofisticado software de IA que emprende tareas previamente realizadas por personas (Niehueser & Boak, 2020, p.121). *El software* analiza videos cortos y crea

perfiles de personalidad científica de los candidatos registrando la elección de palabras, articulación, o expresiones faciales y gestos; mediante el uso procesamiento del lenguaje natural, visión por computadora y métodos de reconocimiento de patrones, los rasgos de personalidad se exploran y forman las primeras impresiones (Laurim et al., 2021, p.5497). Las organizaciones utilizan software y automatización para aumentar fortalezas humanas distintivas, que permiten grandes ganancias económicas y un trabajo más satisfactorio (Gupta et al., 2018, p.5). La programación de aplicaciones (API), es la interfaz entre dos softwares diferentes permitiendo que el sitio web se comuniquen con otros, sin tener que diseñar una conectividad nueva (Lochner & Preub, 2018, p.195). Tecnologías como ATS y el software de IA facilitan la solicitud de empleo y la búsqueda candidatos potenciales en cualquier parte del mundo (Woon & Singh, 2019, p.76).

*Los chatbots*, como agentes conversacionales, ayudan a mejorar procesos cuando se trata del primer punto de contacto entre el candidato y la empresa, también se utiliza para competir en la guerra por el talento (Laurim et al., 2021, p.5497). Tiene herramientas como chatbots de procesamiento de lenguaje natural, agentes inteligentes y aprendizaje automático para atraer a los clientes, empleados y posibles empleados (Gupta et al., 2018, p.5). Una vez que los candidatos envían las solicitudes, los chatbots habilitados pueden hacerse cargo de mejorar el proceso informando de manera proactiva a los solicitantes (Black & Esch, 2019, p.8); diseñados para interactuar con el fin de completar cualquier falta de información y responder preguntas de los candidatos sobre la empresa que podrían tener, como salario, beneficios de reembolso de rango o educación (Reuter, 2020, p.5); el candidato recibe una respuesta, las 24 horas, todos los días de la semana; los chatbots transmiten la sensación de interacción y chatean a través de Facebook Messenger (Lochner & Preuss, 2018, p.198).

*La ética* se define como parte de la filosofía, se ocupa de requisitos previos y evaluación de acción humana; es el método de reflexión sobre moralidad y aplicación de valores al comportamiento empresarial (Brendel et al., 2021, p.5). La habilidad de gestión por valores (MBV), se define como el sistema de identificación y participación; asimismo, el valor es caracterizado por componentes cognitivos y emocionales, están asociados con resultados deseados, proponen la división de valores organizacionales, teniendo en cuenta contar los valores básicos operativos

(Piwowar & Mroziowski, 2020, p.32). La ética es positiva en el reclutamiento por el desempeño y satisfacción laboral de los empleados; por lo tanto, es importante poner en práctica para asegurar que los candidatos sean revisados de acuerdo al mérito, imparcialidad, equidad y para asegurar que posean los conocimientos y habilidades adecuados (Kulal, 2020, p.1). El reclutamiento presenta problemas éticos, puede plantear amenazas en principios de respeto a las personas y preocupación por el bienestar en lo que respecta a la privacidad incluso antes del consentimiento para inscribirse en el estudio (Cavoukian et al., 2017, p.2).

Investigadores argumentan que las SM no deben utilizarse para ningún asunto relacionado con la organización; los sitios son creados y pensados para uso personal y comunicación social, con alguna excepción como LinkedIn, que se desarrolló para profesionales y solicitantes de empleo (Hosain et al., 2020, p.55). Cada plataforma de SM revisa anuncios antes de la publicación, en el cual, se someten en apelaciones e interacciones en pocos días para cumplir con políticas de calidad (Ford, Albritton, Dunn, Crawford, Neuwirth & Bull, 2019, p.2); asimismo, los datos de SM encajan dentro de modelos sobre la ética de investigación, que dan prioridad al individuo y brinda autonomía a través del consentimiento informado (Buchanan, 2017, p.3). La IA debe cumplir con estándares de ética, particularmente si tuvo fuerte influencia potencial en usuarios y alto nivel de autoaprendizaje (Brendel et al., 2021, p.6). Dadas las preocupaciones sobre la privacidad, organizaciones pueden gestionar niveles de privacidad que deben aplicarse al comunicarse con los empleados (Pasternak, Veloutsou & Morgan, 2017, p.2).

*La privacidad* se define como derecho del individuo a estar libre de intrusiones o interferencias de otros (Cavoukian et al., 2017, p.2). Los reclutadores tienen la obligación de familiarizarse con la política de privacidad y condiciones de uso de las SM para evaluar los términos del sitio web y para garantizar que no utilizará los datos que recopila, desde el seguimiento de respuestas hasta los anuncios de contratación, en formas que violan las normas y regulaciones éticas (Reuter, 2020, p.6). El contenido de la información que se busca es importante, requiere generar interés en la inscripción, protegiendo la privacidad y respeto del participante (Musker et al., 2020, p.2). Los derechos de privacidad de datos son importantes en el reclutamiento electrónico en gestión de HRM, la normativa de protección de datos implica que, para seleccionar y comunicarse con posibles

participantes en la recopilación de datos generales, como el número, el curriculum vitae y certificados de los participantes; se requiere considerar la protección y privacidad de la información encomendada (Kamp et al., 2019, p.6).

La normativa de *protección de datos* impone considerar qué datos serán procesados; por qué, cómo y dónde serán almacenados; a quiénes serán accesibles y por qué; si están actualizados y son exactos; durante cuánto tiempo serán conservados; cómo estarán protegidos; y cómo justificar todo el proceso (Gómez, 2019, p.38); asimismo, es fundamental que la privacidad y la protección de datos, se tiene que describir a los participantes, y con detalles sobre cómo se protegerá su información, destacando cualquier riesgo de violación de privacidad (Musker et al., 2020, p.2). Proporcionar avisos y opciones sobre prácticas de datos es elemento esencial de marcos de protección de datos como la PBD, proporciona a participantes información para evaluar adecuadamente los riesgos y beneficios potenciales asociados con la participación, es un requisito básico de la práctica de la investigación ética (Cavoukian et al., 2017, p.5). Varios países han establecido nuevas leyes de privacidad, por ejemplo, la Unión Europea introdujo la protección general de reglamento de datos (GDPR), ofreciendo a las personas más protección y control sobre datos personales, remodelando la forma en que las corporaciones abordan la privacidad (Woods et al., 2019, p.20).

El proceso de contratación tuvo impacto en atracción de talentos, esto significa que la organización debe tener *políticas* de RHM para empleados en la gestión del talento (Dokey & Abunar, 2021, p.152). El reclutamiento y selección pueden abordar a candidatos potenciales en criterios de evaluación, publicidad de empleo, cumplimiento de normas documentadas, política de contratación y código de ética (Kulal, 2020, p.8). Los líderes desarrollan políticas destinados a lograr objetivos sin consideración de valores culturales, no obstante, los gerentes deben ser conscientes de que la rentabilidad es alcanzable si la organización se enfoca por lograr los beneficios entre la organización y el colaborador (Piwowar & Mroziowski, 2020, p.30). Para atraer candidatos de calidad con valores sociales, las organizaciones comprometidas con la mejora de la sociedad deben saber comunicar eficazmente iniciativas de RSE, en el cual, se refiere en acciones y políticas organizativas que tienen en cuenta la experiencia de las partes interesadas con resultado económico, social y ambiental (Casher et al., 2018, p.2).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo de investigación**

Las revisiones sistemáticas son resúmenes específicos, representan nivel alto de evidencia con la finalidad de dar el resultado con orden y criterio (Moreno, Muñoz, Cuellar, Domancic & Villanueva, 2018, p.1); asimismo, tienen requisitos para la estrategia de búsqueda, selección de artículos e inclusión en la revisión; para sintetizar la muestra de estudios, preguntas en particular y puede proporcionar evidencia de efecto que puede informar política y práctica (Snyder, 2019, p.1). La revisión sistemática tiene como objetivo reunir pruebas para responder preguntas de investigación predefinida, esto involucra la identificación de investigación primaria relevante para la revisión definida, valoración crítica de la investigación y síntesis de los hallazgos (Pollock & Berge, 2018, p.138). Asimismo, se ha ampliado la investigación cualitativa, que suelen utilizar aproximaciones como métodos de trabajo, apoyado en teorías centradas (Codina, 2018, p.12). De acuerdo con lo señalado, el estudio de investigación es de enfoque cualitativa.

#### **Enfoque de investigación.**

En base al subtipo de enfoque de investigación, los investigadores pueden realizar revisiones de alcance en lugar de revisiones sistemáticas donde el propósito de la revisión es identificar brechas de conocimiento, abarcar un cuerpo de literatura, aclarar conceptos, investigar conductas, responder preguntas o confirmar la relevancia de criterios (Munn, Tufanaru, Arthur & Aromataris, 2018, p.1). Las revisiones sistemáticas interpretativas adquieren mayor nivel interpretativo, en el apartado de síntesis, añade el resultado de estudios examinados de forma individual genera un resultado de valor agregado que nos lleva a una nueva interpretación, que va más allá de los hallazgos de los estudios originales (Prieto & Rumbo, 2018, p.391). En base a lo señalado se realizó la revisión sistemática, realizando exigencias necesarias que amerita el estudio de categoría, se presentó enfoque de síntesis interpretativa, meta síntesis para analizar de forma global el conjunto de teorías, métodos y datos; asimismo, se realizó aspectos que llevan orden en el estudio, verificando la guía de revisión sistemática Cochrane.

#### **3.2. Protocolo y registro**

En el segundo paso, se buscó fuentes de información consultadas por el estudio y términos de búsqueda, se debe examinar si el origen de la información y el término



es lo suficientemente sensible para los estudios que se necesita (Fernández, Zafra, Goicochea, Peralta & Taype, 2019, p.159). La búsqueda, debe ser realizada a lo menos por dos participantes, de manera que sea lo más objetivo posible y se disminuya la posibilidad de sesgos, los resultados obtenidos de la búsqueda deben ser expuestos en forma clara y debe ser realizada en bases de datos electrónicas, de forma manual en revistas, de manera que no se omita información (Moreno et al., 2018, p.185). Se procedió con la búsqueda en las siguientes bases de datos como IBZ online, Ebsco, Scopus, Doaj y Dialnet; todas las búsquedas se realizaron de acuerdo con el cumplimiento de los últimos cinco años (2017-2021).

Tabla 2

*Protocolo y registro*

Fases	Estrategia	Criterio de búsqueda
Protocolo	Seleccionar las estrategias de búsqueda, basadas en palabras claves, limitación de año y área.	(electronic recruitment) and (limit-to (2021) (or limit-to ,2020) or limit-to (2019) or limit-to (2018) or limit-to (2017)) and (limit-to (subjarea, busi))
Búsqueda primaria	Bibliotecas relevantes para la selección de búsqueda: Scopus, Ebsco, Doaj.	<a href="https://www.scopus.com">https://www.scopus.com</a> <a href="https://eds.a.ebscohost.com/">https://eds.a.ebscohost.com/</a> <a href="https://www.doaj.org/">https://www.doaj.org/</a>
Búsqueda secundaria	Bibliotecas secundarias para la selección de búsqueda: Dialnet, IBZ online.	<a href="https://dialnet.unirioja.es/">https://dialnet.unirioja.es/</a> <a href="https://www.degruyter.com/database/ibz/html">https://www.degruyter.com/database/ibz/html</a>

*Nota.* Estrategia de búsqueda de información en bases de datos.

### 3.3 Criterios de elegibilidad

La selección de estudios en motores de búsqueda como Google escolar, repositorios institucionales, sitios web de asociaciones científicas y profesionales, implica el acceso a información de bibliografías publicadas, junto con la búsqueda manual en revistas, libros y otras fuentes; constituyen estrategias con la finalidad de ampliar el número de estudios, proporcionar una visión completa de la evidencia disponible y minimizar el riesgo de omitir fuentes de información (Salvador, Marco & Arquero, 2018, p.11). Por el otro lado, una estrategia en la búsqueda de estudios es el idioma inglés; por ello, incluir cualquier idioma supone un importante incremento en la cantidad de trabajo. Sin embargo, se deduce posibles diferencias entre la calidad de las publicaciones en distintos idiomas (Linares et al., 2018, p.3). En los criterios de elegibilidad, se procedió con las búsquedas relacionadas a la variable en inglés, entre los años 2017-2021, en las distintas plataformas como los repositorios institucionales, base de datos bibliográficas, Google académico; con el fin de obtener cantidad de artículos relevantes para la investigación.

Tabla 3

*Criterios de elegibilidad*

Búsqueda de información entre los años 2017-2021	
Búsqueda en inglés	Búsqueda en español
Hiring process	Proceso de contratación
Selection process	Proceso de selección
Electronic contracting	Contratación electrónica
Digital recruitment	Reclutamiento digital
Ethics in electronic recruitment	La ética en el reclutamiento electrónico
Electronic recruitment	Reclutamiento electrónico

*Nota.* Listado de palabras clave relacionadas a las variables y categorías, utilizadas en la búsqueda de información de la investigación.

### 3.4. Fuentes de información

Las fuentes de información muestran la búsqueda cuando implica el servicio con atributos, la intensidad de búsqueda de información y medios de uso en línea se encuentran en relación de servicios con atributos de experiencia (Chocarro, Cortinas & Villanueva, 2021, p.1). La búsqueda de bibliografía es un paso clave, como resultado es obtener estudios potenciales; es por ello que debe ser completa, objetiva y reproducible (Linares et al. 2018, p.4). Se realizó la búsqueda de 68 artículos en total, en el cual, se identificó autores con estudios adicionales, se filtró búsqueda de palabras claves orientadas a la variable, se estableció el tiempo de búsqueda dentro de cinco años y se recopiló la muestra de artículos señalando resultados satisfactorios.

Tabla 4

*Fuentes de información*

Base de datos	Dirección web	Periodo de búsqueda
Scopus	<a href="https://www.scopus.com">https://www.scopus.com</a>	04-2021
Ebsco	<a href="https://eds.a.ebscohost.com/">https://eds.a.ebscohost.com/</a>	04-2021
Doaj	<a href="https://www.doaj.org/">https://www.doaj.org/</a>	04-2021
Dialnet	<a href="https://dialnet.unirioja.es/">https://dialnet.unirioja.es/</a>	04-2021
IBZ online	<a href="https://www.degruyter.com/database/ibz/html">https://www.degruyter.com/database/ibz/html</a>	04-2021

*Nota.* Búsqueda en base de datos, incluyendo periodo de búsqueda.

### 3.5. Búsqueda

La búsqueda es identificar palabras y conceptos nucleares relacionados al objeto de estudio, permiten delimitar y orientar la búsqueda de información (Arnau & Sala, 2020, p.5). Los términos de búsqueda, criterios de inclusión y exclusión vienen definidos en el protocolo de revisión sistemática, hay que evitar el uso de diversos términos de búsqueda y usar variedad de sinónimos y términos relacionados en

inglés (Linares et al., 2018, p.4). Se identificó palabras claves en el estudio con base de datos obtenidos mediante búsquedas realizadas en inglés.

Tabla 5

*Criterios de búsqueda*

Base de datos		Resultado de palabras claves y otros filtros aplicados
Scopus	796	Se buscó con el nombre de la variable en inglés (proceso de reclutamiento), de igual manera se buscó con la variable más centrada en inglés (reclutamiento digital), todos provenientes de artículos indizados (DOI) con el rango del año 2017-2021, con preferencia del 2020 - 2021.
Dialnet	67	Se buscó con la variable en inglés (reclutamiento electrónico), asimismo se buscó la variable con una categoría en inglés (la ética en el reclutamiento electrónico) provenientes de artículos indizados (DOI) con el rango 2017-2021, de preferencia del 2020-2021
Doaj	25	Se buscó con la variable en inglés (reclutamiento digital) de igual forma se buscó la variable en función al título (reclutamiento electrónico) provenientes de artículos indizados (DOI) con el rango 2017-2021, de preferencia del 2020-2021
Ebsco	98	Se buscó con la variable en inglés (reclutamiento electrónico) provenientes de artículos indizados (DOI) con el rango 2017-2021, de preferencia 2020-2021
IbZ online	9	Se buscó con la variable en inglés (ética en reclutamiento electrónico) provenientes de artículos indizados (DOI) con el rango 2017-2021, de preferencia 2020-2021

*Nota.* Palabras claves utilizadas para la búsqueda de artículo en diferentes bases de datos.

**3.6. Selección de estudios**

Los procesos de actualización de revisiones sistemáticas que utiliza métodos estándar de revisión sistemática son enfoques novedosos para la actualización de revisiones sistemáticas que tiene como objetivo romper el actual equilibrio entre métodos de validez, vigencia y entregar pruebas síntesis fiables y actualizadas (Elliott, Turner, Simmonds, Donald & Pearson, 2017, p.7). Los criterios de elegibilidad son recopilaciones caracterizados por el proceso de selección transparente, se escoge un título de acuerdo con el análisis de la base de datos según el criterio, esto facilitara los contenidos múltiples (Moreno et al., 2018, p.3). En la investigación se recopiló información de la base de datos, luego pasó por el filtro de verificación de indizado, se excluyó según el rango determinado del 2017-2021, los artículos fueron orientados hacia el enfoque de reclutamiento electrónico y del título del estudio; el total de artículos encontrados se determinó en 68 artículos.

Tabla 6

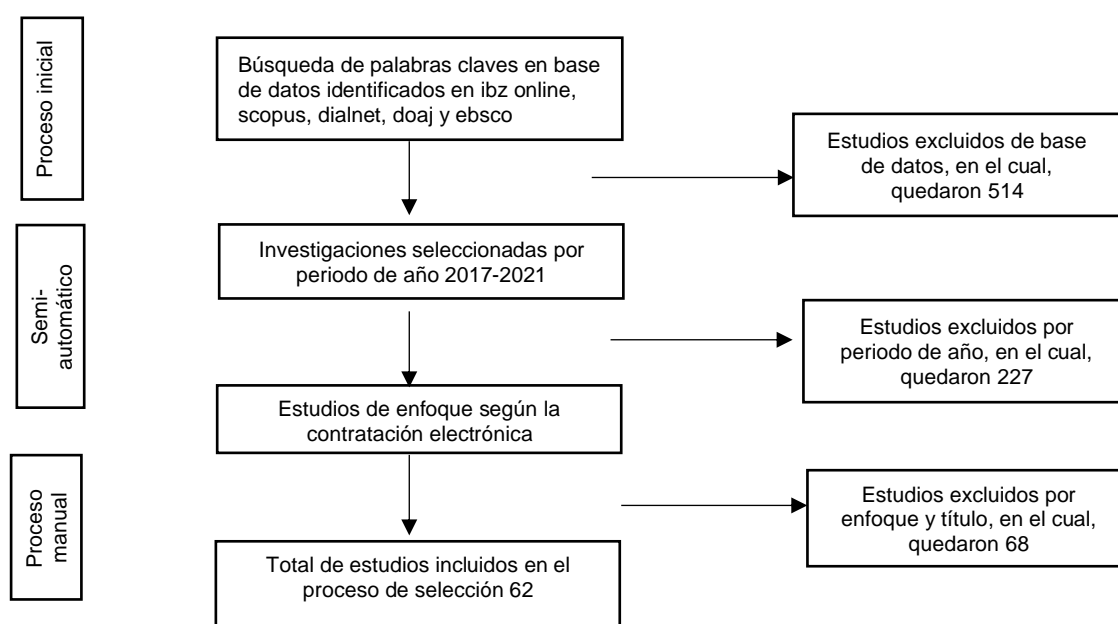
*Resultados de filtro semi-automático y control manual*

Base de datos	Semi – automático			Control manual	
	Original	Exclusión Indizados y año (2017-2021)	Inclusión	Enfoque a reclutamiento electrónico	Título y resumen
Scopus	133	86	47	42	35
Dialnet	74	55	19	10	7
Doaj	59	34	25	16	14
Ebsco	235	42	192	35	10
IBZ online	13	10	3	2	2
Total	514	227	287	105	68

*Nota:* Se presenta la calidad de estudios encontrados, libros y filtros realizados para ser considerados en el estudio

### 3.7. Proceso de extracción de estudios

La ruta para seleccionar depende del conocimiento y formación de diferentes vías, en problemas de investigación que pueden abordar desde perspectiva cuantitativa, cualitativa o mixta (Hernández & Mendoza, 2018, p.39). Las revisiones sistemáticas se basan en estrategias de búsqueda y selección de artículos de inclusión, siendo eficaces para los estudios (Snyder, 2019, p.2). Se realizó el estudio teniendo como base la variable, se seleccionó de acuerdo con la exclusión e inclusión de artículos indizados, se procedió con términos de búsqueda, seguido de la base de datos, fuentes de información, rango de años y se realizó una revisión a través de la categorización del enfoque en gestión, sintetizando en 62 artículos.



**Figura 1.** Proceso de selección de artículos

*Nota.* Se presenta el proceso de recolección de información y cantidad de estudios.

### 3.8 Lista de estudios

En la revisión sistemática, la valoración del contenido se llevó a cabo mediante una tabla de texto completo de los estudios seleccionados, cada uno de los artículos se codificó en escalas numéricas en el estudio (Arnau & Sala, 2020, p.8). Además, se extrajeron otros datos como autores, año de publicación, muestra, búsqueda de palabras claves según el artículo y nombre de cada una de las bases de datos consultadas (Salvador et al., 2018, p.5). En la investigación, se realizó una lista de estudios con 62 artículos seleccionados, se describió el autor, la base de datos, palabras claves, tiempo de búsqueda y la respectiva muestra.

Tabla 7

*Lista de estudios*

Código	Autores	Base de datos	Búsqueda de palabras clave	Tiempo de búsqueda	Muestra
A1	Okolie & Irabor (2017)	Doaj	Contratación electrónica	Desde 2017-2021	Organizaciones de Londres
A2	Abdul et al. (2020)	Doaj	Tecnología	Desde 2017-2021	Profesionales de EEUU
A3	Laurim et al. (2021)	Ebsco	Reclutadores	Desde 2017-2021	Empresas de Alemania
A4	Ali et al. (2020)	Scopus	Redes sociales	Desde 2017-2021	Adultos de EEUU
A6	Gilch & Sieweke (2020)	Scopus	Transformación digital	Desde 2017-2021	Organizaciones de Alemania
A7	Alsaghir et al. (2020)	Scopus	Canal electrónico	Desde 2017-2021	Empresa de Líbano
A8	Rahman et al. (2020)	Scopus	Reclutamiento	Desde 2017-2021	Empresas en Nigeria
A9	Koch et al. (2018)	Dialnet	LinkedIn	Desde 2017-2021	Profesionales de Sudáfrica
A12	Lochner & Preub (2018)	Scopus	Inteligencia artificial	Desde 2017-2021	Análisis de artículos
A13	Boscai & Abrudan (2017)	Dialnet	Recursos humanos	Desde 2017-2021	Empresas de EEUU
A15	Esch et al. (2019)	Scopus	Inteligencia artificial	Desde 2017-2021	Plataforma en línea
A16	Slavic et al. (2017)	Scopus	Reclutamiento	Desde 2017-2021	Empresas de Serbia
A17	Alansaari et al. (2019)	Doaj	Proceso de contratación	Desde 2017-2021	Empresas de Dubái
A19	Hosain et al. (2020)	Scopus	Reclutamiento electrónico	Desde 2017-2021	Análisis basado en literatura existente
A20	Esch & Mente (2018)	Dialnet	Snapchat	Desde 2017-2021	Participantes a través de encuesta en línea
A21	Sangeeta & Ahlawat (2018)	Doaj	Contratación tradicional	Desde 2017-2021	Empresas de la India
A22	Solangi et al. (2021)	Scopus	Portal de empleo	Desde 2017-2021	Empresas de Pakistán
A23	Strohmeier (2020)	Scopus	E-HRM	Desde 2017-2021	Profesionales de Alemania
A24	Carpentier et al. (2019)	Ebsco	Personalidad de la marca empleadora	Desde 2017-2021	Alumnos de la universidad de Bélgica
A25	Golovko, Schumann (2019)	Scopus	Sitios de redes sociales	Desde 2017-2021	Profesionales de Alemania
A26	Woon & Singh (2019)	Doaj	Contratación electrónica	Desde 2017-2021	Solicitantes de Malasia
A27	Esch & Black (2019)	Scopus	Inteligencia artificial	Desde 2017-2021	Participantes a través de la plataforma crowdsourcing
A28	Martínez et al. (2021)	Scopus	Talento	Desde 2017-2021	Empresas de España
A29	Campos et al. (2017)	Scopus	Contratación por Internet	Desde 2017-2021	Empresas de España
A30	Gupta et al. (2018)	Scopus	Robótica	Desde 2017-2021	Empleadores de la empresa HR Solutions
A31	Woods et al. (2019)	Ebsco	Selección	Desde 2017-2021	Análisis basado en artículos
A32	Nawaz (2019)	Scopus	Proceso de selección	Desde 2017-2021	Análisis basado en artículos
A33	Black & Esch (2019)	Scopus	Inteligencia artificial	Desde 2017-2021	Empleadores estadounidenses
A34	Aggerholm & Andersen (2018)	Ebsco	Redes sociales	Desde 2017-2021	Participantes a través de la campaña Codewarrior wanted
A35	Muduli & Trivedi (2020)	Scopus	Teoría de la señalización	Desde 2017-2021	Profesionales de la India
A36	Brandao et al. (2017)	Scopus	Reclutamiento en línea	Desde 2017-2021	Profesionales de Portugal
A37	Johnson et al. (2020)	Doaj	EHRM	Desde 2017-2021	Empleadores de EEUU
A39	Niehueser & Boak (2020)	Ebsco	Gestión del cambio	Desde 2017-2021	Empleadores de la empresa Cielo
A40	Gómez (2019)	Dialnet	Protección de datos	Desde 2017-2021	Análisis a través de artículos
A41	Blumenberg et al. (2019)	Doaj	Encuestas web	Desde 2017-2021	Participantes a través de la plataforma coortesweb
A42	Smythe et al. (2020)	Ebsco	Contratación laboral	Desde 2017-2021	Solicitantes de Canadá
A43	Arifin et al. (2020)	Scopus	Desempeño	Desde 2017-2021	Empresas de Indonesia
A44	Liu et al. (2021)	Scopus	Inteligencia artificial	Desde 2017-2021	Empresas de China
A45	Palac et al. (2018)	Scopus	Contratación en línea	Desde 2017-2021	Participantes de Chicago
A46	Bondarouk et al. (2017)	IBZ online	EHRM	Desde 2017-2021	Análisis de revisiones sistemáticas
A47	Cavoukian et al. (2017)	Doaj	Ética	Desde 2017-2021	Clínicas de EEUU
A48	Vadeboncoeur et al. (2018)	Scopus	Reclutamiento	Desde 2017-2021	Universidades del Reino Unido
A49	Reuter (2020)	Scopus	Redes sociales	Desde 2017-2021	Análisis a través de ensayos

Código	Autores	Base de datos	Búsqueda de palabras claves	Tiempo de búsqueda	Muestra
A50	Brendel et al. (2021)	Doaj	Gestión de política y ética	Desde 2017-2021	Análisis del marco gestión ética de IA (EMMA)
A51	Casher et al. (2018)	Ebsco	Redes sociales, Facebook, Twitter	Desde 2017-2021	Empresas estadounidenses
A52	Kanagavalli et al. (2019)	Doaj	Reclutamiento y selección	Desde 2017-2021	Análisis a través de 40 artículos
A53	Piwowar & Mroziewski (2020)	Scopus	Valores	Desde 2017-2021	Empresas de Alemania
A54	Khatua & Nejd (2020)	Scopus	Plataforma de Twitter	Desde 2017-2021	Estudio basado en tweets de Tailandia
A55	Berber et al. (2018)	Scopus	Tecnología de la información	Desde 2017-2021	Empresas de Serbia
A56	Papakonstantinidis (2017)	Ebsco	Reclutamiento en redes sociales	Desde 2017-2021	Análisis a través de revisión de literatura
A57	Villeda & Camey (2019)	IBZ online	Reclutamiento y selección	Desde 2017-2021	Análisis a través de revistas
A58	Kulal (2020)	Scopus	Reclutamiento electrónico	Desde 2017-2021	Maestros de la India
A59	Pasternak et al. (2017)	Scopus	Privacidad	Desde 2017-2021	Participantes a través de Facebook
A60	Buchanan (2017)	Doaj	Ética aplicada	Desde 2017-2021	Análisis a través de artículos
A61	Dokey & Abunar (2021)	Dialnet	Contratación electrónica	Desde 2017-2021	Empresas de Arabia Saudita
A62	Ford et al. (2019)	Doaj	Medios de comunicación y redes sociales	Desde 2017-2021	Participantes de EEUU
A63	Aguado et al. (2019)	Dialnet	LinkedIn, teoría de la señalización	Desde 2017-2021	Profesionales de España
A64	Kamp et al. (2019)	Scopus	Facebook	Desde 2017-2021	Análisis a través de revistas
A65	Fiesler & Proferes (2018)	Doaj	Redes sociales	Desde 2017-2021	Empresas de EEUU
A66	Vetrakova et al. (2018)	Scopus	Marca del empleador	Desde 2017-2021	Empresas de Eslovaquia
A67	Palos et al. (2018)	Doaj	Aplicaciones móviles, motores de búsqueda	Desde 2017-2021	Empresas de España
A68	Umachandran (2021)	Scopus	Inteligencia artificial	Desde 2017-2021	Análisis a través de revisión de literatura

*Nota:* Lista de variables para la búsqueda de datos.

### 3.9. Síntesis de resultado

Para el análisis de resultados se debe extraer información asociadas a preguntas de investigación, en el cual, incluye información basado con el título, año, autores, publicación, enfoque, tipo de artículo, automatización, método de investigación, tipo de evaluación, participantes y métricas (Quesada & Coronas, 2017, p.6). Una vez obtenida la información se deben seleccionar los artículos, datos de las revistas, análisis críticos, estadísticas de información y finalmente exponer resultados mediante un flujo para presentar el proceso de selección de artículos, donde se especifica los artículos seleccionados potencialmente elegibles según la búsqueda realizada (Moreno et al., 2018, p.1). En el proceso de extracción de estudios se identificó revistas de acuerdo al periodo de tiempo, luego se verificó que estuvieran indizadas y se contabilizó revistas por año establecido; el cual manifiesta el mayor número de artículos en el año 2020 y el menor número de artículos en el año 2021.

Tabla 8

*Publicaciones por revistas desde el 2017 hasta el 2021*

N°	Revista	2017	2018	2019	2020	2021	Total
1	Issues in information systems				1		1
2	University of Hawaii law review					1	1
3	Bmc medical research methodology			1	1		2
4	German journal of human resource management				2		2
5	International journal of e-business research				1		1
6	Journal of enterprise information management				1		1
7	International journal of human resource management		1				1
8	Gruppe. Interaktion. Organisation		1				1
9	Academy of strategic management journal	1					1
10	Computers in Human Behavior				1		1
11	Strategic management journal	1					1
12	Management science letters					1	1
13	Journal of the university of electronic science and technology of china				1		1
14	Journal of retailing and consumer services		1				1
15	Ijrasnet: international journal for research in applied science and engineering technology		1				1
16	Gorteria tijdschrift voor de floristiek					1	1
17	Journal of vocational behavior		1	1			2
18	Journal of business research			1			1
19	International journal of business economics and management			1			1
20	Business horizons			1	1		2
21	Sustainability		1			2	3
22	Applied economics		1				1
23	Journal of cases on information technology		1				1
24	European journal of work & organizational psychology			1			1
25	International journal of scientific & technology research			1			1
26	Journal of communication management		1				1
27	Evidence-based hrm: a global forum for empirical scholarship				1		1
28	Advances in intelligent systems and computing	1					1
34	International journal of information systems and software engineering for big companies (ijisebc)			1			1
31	Industrial & commercial training				1		1
32	Tstudies in the education of adults				1		1
33	Talent development and excellence				1		1
34	Journal of physics: conference series					1	1
35	Journal of medical internet research	1	1				2
36	Health promotion international	1					1
37	Innovations in clinical neuroscience				1		1
38	Agora: a journal of the humanities and the social sciences			1			1
39	International journal of contemporary hospitality management				1		1
40	European journal of management and business economics	1					1
41	Ieee/acm transactions on networking				1		1
42	Strategic management journal		1				1
43	Business perspectives	1					1
44	International business research			1			1
45	Social science research				1		1
46	Journal of product & brand management	1					1
47	Plos one	1					1
48	Journal of egyptian archaeology					1	1
49	Jmir mhealth and uhealth			1			1
50	Journal of critical reviews			1			1
51	International journal of human resource management	1					1
52	Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones			1			1
53	Western journal of nursing research			1			1
54	Social media + society		1				1
55	Mobile information systems		1				1
56	Journal of emerging technologies in accounting					1	1
	<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>62</b>

*Nota.* Revistas científicas que fueron seleccionadas para la investigación que están orientadas por año.

Se analizó también, el sistema de cuartiles para la selección de revistas científicas, mediante la clasificación estadística en Scimago, siendo una plataforma que provee varios indicadores sobre la calidad, el efecto de publicaciones y revistas

(Marín & Arriojas, 2021, p.84); así mismo, la comunicación científica actual no se limita a poner resultados, sino a difundir conocimientos de diferentes posiciones y propuestas, esta función comunicativa y rigurosa es un proceso de evaluación rigurosa (Sabán, 2021, p.2).

Tabla 9

*Relación de los journals de cada artículo*

N°	Revista	Q1	Q2	Q3	Q4	Total
1	Issues in information systems				1	1
2	University of Hawaii law review				1	1
3	Bmc medical research methodology	2				2
4	German journal of human resource management			2		2
5	International journal of e-business research			1		1
6	Journal of enterprise information management	1				1
7	International journal of human resource management	1				1
8	Gruppe. Interaktion. Organisation				1	1
9	Academy of strategic management journal			1		1
10	Computers in Human Behavior	1				1
11	Strategic management journal	1				1
12	Management science letters				1	1
13	Journal of the university of electronic science and technology of china				1	1
14	Journal of retailing and consumer services	1				1
15	Ijrasnet: international journal for research in applied science and engineering technology				1	1
16	Gorteria tijdschrift voor de floristiek				1	1
17	Journal of vocational behavior	2				2
	Journal of business research	1				1
18	International journal of business economics and management				1	1
19	Business horizons	2				2
20	Sustainability	3				3
21	Applied economics		1			1
22	Journal of cases on information technology			1		1
23	European journal of work & organizational psychology	1				1
24	International journal of scientific & technology research				1	1
25	Journal of communication management	1				1
26	Evidence-based hrm: a global forum for empirical scholarship				1	1
27	Advances in intelligent systems and computing				1	1
28	Ijisebc				1	1
29	Industrial & commercial training		1			1
30	Tstudies in the education of adults				1	1
31	Talent development and excellence				1	1
32	Journal of physics: conference series				1	1
33	Journal of medical internet research	2				2
34	Health promotion international		1			1
35	Innovations in clinical neuroscience		1			1
36	Agora: a journal of the humanities and the social sciences				1	1
37	International journal of contemporary hospitality management	1				1
38	European journal of management and business economics		1			1
39	IEEE/ACM transactions on networking	1				1
40	Strategic management journal	1				1
41	Business perspectives				1	1
42	International business research				1	1
43	Social science research	1				1
44	Journal of product & brand management	1				1
45	Plos one	1				1
46	Journal of Egyptian archaeology			1		1
47	Jmir mhealth and uhealth	1				1
48	Journal of critical reviews				1	1
49	International journal of human resource management	1				1
50	Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones		1			1
51	Western journal of nursing research		1			1
52	Social media + society	1				1
53	Mobile information systems			1		1
54	Journal of emerging technologies in accounting		1			1
	<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>19</b>	<b>62</b>

Nota. Revistas científicas que fueron seleccionadas y ordenadas por cuartiles Q1, Q2 Q3 y Q4.



### 3.10. Aspectos éticos

La ética es un análisis que contiene valores como honestidad, libertad, responsabilidad, justicia y respeto; primordial en las instituciones, academias y universidades; a través de ellas se promueve el pensamiento lógico y la creatividad, además de contribuir a la solución de problemas en diferentes áreas. La investigación científica demanda al investigador una conducta ética, en el ámbito no tiene oportunidad a la conducta deshonesta que vulnere los procesos investigativos o dañe a la ciencia por intereses particulares y ambiciones de reconocimiento; también se trata de situaciones estrechamente vinculadas con los valores morales del investigador y aunque no existan reglas absolutas para erradicar el mal, en la investigación se proporciona el conocimiento, las características, los métodos, procedimientos y técnicas para la recolección de la información (Freire, 2020, p.2). Las conductas inapropiadas en una investigación, es una acción persistente que las personas adquieren a cualquier edad, son comportamientos que no son adaptivos y rompen reglamentos perdiendo no solo en su validez científica, sino también los aspectos éticos en el proceso de formalidad y publicación de un artículo científico, podrían favorecer la pérdida de la credibilidad y reputación de investigadores y autores; debido a ello, vulneran el derecho, trato digno a las personas y es impredecible la educación que reflejamos en los actos a través de una investigación académica (Espinoza, 2019, p.4).

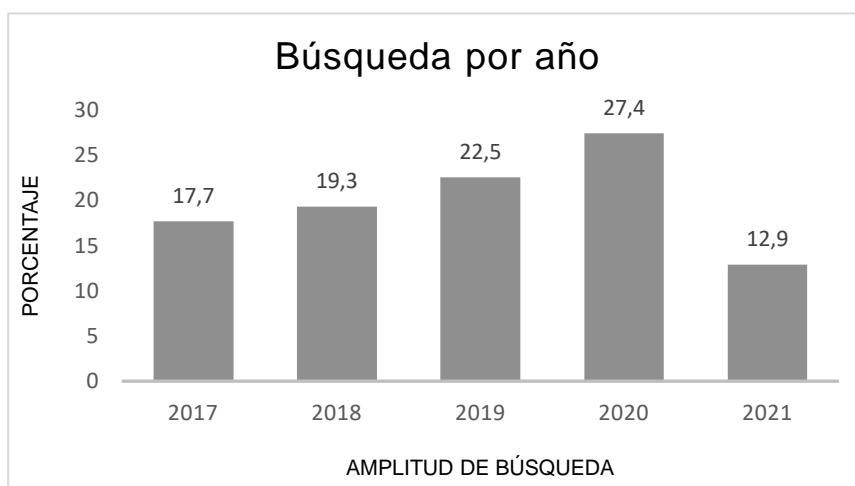
El delito de plagio se encuentra tipificado (Ley N° 28289, artículo 219 del Código Penal, modificado por el artículo 1, publicado el 20 de julio de 2004); de la siguiente manera, *será reprimido con pena privativa de libertad no menor de cuatro ni mayor de ocho años y noventa a ciento ochenta días multa, el que con respecto a una obra, la difunda como propia, en todo o en parte, copiándola o reproduciéndola textualmente, o tratando de disimular la copia mediante ciertas alteraciones, atribuyéndose o atribuyendo a otro, la autoría o titularidad ajena.*

La resolución de consejo universitario (N° 0262-2020 en el oficio N°0275-2020, remitido por el Dr. Jorge Salas Ruiz, vicerrector de investigación de la UCV, emitido el 28 de agosto del 2020); aprueba *la actualización del código de ética en investigación* de la Universidad César Vallejo.

## IV. RESULTADO

### Publicaciones de revistas.

Los artículos son clasificados de acuerdo con la publicación por los autores originales y en caso de no ser reportados explícitamente, los investigadores del estudio destacan la clasificación de artículos realizando un proceso sistemático; también, se puede diseñar un cuestionario de extracción para la recolección de datos que guía el proceso (Quesada & Coronas, 2017, p.7). Los resultados obtenidos de cada artículo científico se pueden comparar y resumir a través de análisis estadísticos (Moreno et al., 2018, p.186). En el proceso de extracción de estudios se analizó revistas de acuerdo con el periodo de tiempo, se contabilizó revistas por año establecido y el resultado se representó mediante un gráfico de barras, colocando la amplitud de búsqueda con el porcentaje respectivo.



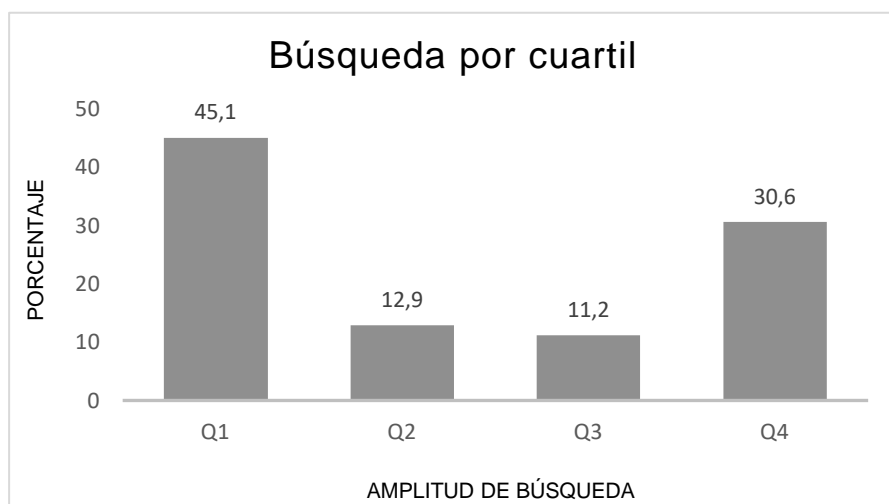
**Figura 2.** Búsqueda por año

*Nota.* La figura 2, representa la búsqueda por año, el cual manifiesta que el mayor porcentaje de artículos seleccionados corresponden al año 2020; el año que menor aporte tuvo en la búsqueda corresponde al año 2021, considerando solamente los seis primeros meses.

### Relación de los journals.

Existen parámetros para revistas como normas ISO para publicaciones periódicas y códigos internacionales como la identificación para publicaciones periódicas (ISSN), de tal manera que, aunque una revista científica sea una publicación exclusiva para investigadores, también está sometida a un proceso editorial estricto y normado (Sabán, 2021, p.45). Asimismo, el análisis de revistas a través del portal

Scimago, se realiza con datos obtenidos del portal, en el cual, se analizan datos, la relación de citas y el porcentaje de documentos publicados; asimismo, los datos se procesan mediante gráficas; con la finalidad de observar semejanzas y diferencias entre las tendencias de variables en el periodo de estudio (Marín & Arriojas, 2021, p.85). El estudio realizó una amplitud de búsqueda de artículos indizados por cada cuartil teniendo en cuenta la amplitud de búsqueda, en el cual, el resultado se reflejó mediante un gráfico de barras con porcentajes establecidos de menor a mayor número de artículos por cuartil.



**Figura 3.** Búsqueda por cuartil

*Nota.* La figura 3, representa la búsqueda por cuartil, el cual manifiesta que el mayor porcentaje de artículos seleccionados corresponden al cuartil Q1; el año que menor aporte tuvo en la búsqueda corresponde al cuartil Q3, considerando solamente los seis primeros meses.

#### **Matriz de categorización.**

La lista de estudios selecciona el diseño de investigación y aplica determinada prueba estadística, que relacione categorías, recopile datos, determine la muestra, etc. (Hernández & Mendoza, 2018, p.214). Los enfoques en el estudio de investigación establecen todo aquello que se comprueba, la información que se reúne debe tener la finalidad de responder preguntas de investigación; mientras que las categorías son datos científicos que particularizan los conceptos (Baena, 2017, p.93). En el estudio se obtuvo cuatro enfoques de selección, tecnológico, interactivo y ético; asimismo, se complementó con las respectivas categorías, escogidas a través de la información de 62 artículos seleccionados.

Tabla 10

*Matriz de categorización por enfoques*

Enfoque	Categoría 1	Categoría 2	Categoría 3	Categoría 4	Categoría 5
	<b>Dispositivos móviles</b>	<b>Facebook</b>	<b>LinkedIn</b>	<b>Twitter</b>	
<b>Interactivo</b>	(Aggerholm & Andersen, 2018) (Ahlawat, 2018) (Ali et al., 2020) (Vetrakova et al., 2018) (Palos et al., 2018)	(Esch & Mente, 2018) (Golovko & Schumann, 2019) (Campos et al., 2017) (Hosain et al., 2020)	(Koch et al., 2018) (Carpentier et al., 2019) (Rahman et al., 2020) (Slavic et al., 2017) (Aguado et al., 2019)	(Villeda & Camey, 2019) (Papakonstantinidis, 2017) (Khatua & Nejd, 2020) (Muduli & Trivedi, 2020)	
	<b>Motores de búsqueda</b>	<b>Seguimiento automatizado</b>	<b>Software</b>	<b>Chatbots</b>	
<b>Tecnológico</b>	(Black & Esch, 2019) (Lochner & Preub, 2018)	(Niehueser & Boak, 2020) (Esch et al., 2019)	(Esch & Black, 2019) (Smythe et al., 2020) (Laurim et al., 2021) (Umachandran, 2021)	(Gupta, 2018) (Nawaz, 2019) (Liu et al., 2021)	
	<b>Talento</b>	<b>Teoría de señalización</b>	<b>Desempeño organizacional</b>	<b>Candidatos activos y pasivos</b>	<b>Marca del empleador</b>
<b>Selectivo</b>	(Palac et al., 2018) (Blumenberg et al., 2019) (Gilch & Sieweke, 2020) (Berber et al., 2018)	(Alansaari et al., 2019) (Strohmeier, 2020) (Boscai & Abrudan, 2017) (Arifin et al., 2020)	(Martinez et al., 2021) (Gómez, 2019) (Solangi et al., 2021)	(Okolie & Irabor, 2017) (Abdul et al., 2020) (Woods et al., 2019)	(Alsaguir et al., 2020) (Strohmeier, 2020) (Woon et al., 2019) (Johnson et al., 2020)
	<b>Privacidad</b>	<b>Protección de datos</b>	<b>Política</b>		
<b>Ético</b>	(Reuter, 2020) (Cavoukian et al., 2017) (Buchanan, 2017) (Kulal, 2020) (Kanagavalli et al., 2019) (Kamp et al., 2019)	(Brendel et al., 2021) (Dokey & Abunar, 2021) (Pasternak et al., 2017) (Casher et al., 2018)	(Vadeboncoeur et al., 2018) (Bondarouk et al., 2027) (Ford et al., 2019) (Piwowar & Mroziowski, 2020) (Fiesler & Proferes, 2018)		

**Matriz de hallazgos.**

El hallazgo se desarrolló con la tecnología y los resultados se convirtieron en descubrimientos intelectuales que inspiran inventos a través del pensamiento crítico. Fortalecer los hallazgos significa revisar lo que existe, analizarlo sistemáticamente y descubrir cómo llegar al próximo nivel del desarrollo profesional (Castillo, 2019, p.52); asimismo, para garantizar que los hallazgos sean transparentes, organizaciones como Cochrane, Campbell y Evidencia Ambiental, recomiendan el uso de herramientas formales para una evaluación de calidad (Grijalva, Cornejo, Gómez, Real & Fernández, 2019, p.8). En la investigación, se realizó la matriz de hallazgos con los artículos seleccionados, indicando el año de publicación, los autores, el título de investigación y la conclusión correspondiente.

Tabla 11

Matriz de hallazgos

Año	Autor(es)	Título del artículo	Conclusión
2018	Aggerholm, H. & Andersen, S.	Reclutamiento en redes sociales 3.0.	Se enfatiza cómo el uso de SM en comunicación estratégica agrega valor a las organizaciones, permitiendo lograr colaboración ciudadana, transparencia y así realizar ideales democráticos; por lo tanto, en contextos corporativos, para facilitar diálogos con las partes interesadas, empoderamiento y forma de comprensión participativa.
2018	Ahlawat, M.	Reclutamiento electrónico a través de sitios de SM: estudio comparativo con los métodos de reclutamiento tradicionales	Los sitios de SM como Facebook, Twitter, LinkedIn; están al alcance de millones de postulantes, que aspiran poder ingresar en la fuerza laboral de una organización. Por ello, los reclutadores no necesitan invertir mucho tiempo y esfuerzo.
2018	Esch, P. & Mente, M.	Comercialice las redes sociales con video como parte de su estrategia de reclutamiento electrónico: deje de intentar estar a la moda.	Los profesionales de HRM deberían de abordar las preocupaciones de privacidad de los solicitantes de empleo, requiriendo pautas y políticas, disponer de procedimientos en términos de seguridad y proporcionar una retroalimentación para eliminar preocupaciones sobre cualquier sesgo percibido en el proceso de contratación electrónica.
2019	Golovko, D. & Schumann, J.	Influencia de las actividades de la empresa en Facebook en el éxito de la contratación.	Contenidos como información específica sobre el entorno y detalles de trabajo en el proceso de contratación ofrecidos en una página de Facebook, conducen a un mayor número de solicitudes recibidas, obteniendo un impacto en el éxito de la contratación.
2017	Campos et al.	Encontrar al empleado adecuado en línea: determinantes de la contratación por Internet en las empresas españolas	El reclutamiento en línea es asociado a grandes empresas, que operan en actividades intensivas o que requieran mano de obra calificada, colaboradores que tengan habilidades y que se ubican en países de Asia, Europa y Norteamérica; tienen integración para trabajar técnicamente, obteniendo beneficio y oportunidades como hacer línea de carrera.
2020	Hosain et al.	Reclutamiento electrónico: una perspectiva de las redes sociales.	Las SM se utilizan para adquirir empleados potenciales y que crezca a medida de una herramienta de contratación. Usar las SM en lugar de los métodos tradicionales, también puede ser problemático y conducir a problemas legales e información personal; puede influir en la toma de decisiones sesgada con respecto a la contratación.
2018	Koch et al.	El impacto de las redes sociales en la contratación: ¿Eres LinkedIn?	Los medios de comunicación se han convertido en una parte esencial del proceso de contratación. Sin embargo, los reclutadores deben tener cuidado de no dejarse seducir por exageración sobre el uso de las SM en la contratación.
2019	Carpentier et al.	Atraer solicitantes a través de la página de SM de organización: señalización de personalidad de la marca del empleador	Es importante que las organizaciones averigüen qué SM y plataformas utilizan el grupo objetivo para buscar información sobre empleadores potenciales y para crear una página sobre dichas plataformas.
2020	Rahman et al.	El papel de las redes sociales en el proceso de contratación electrónica: evidencia empírica de los países en desarrollo en la teoría de las redes sociales.	Las personas de países en desarrollo no siguen bien el progreso tecnológico, no obstante, es posible que las empresas no lleguen a muchos solicitantes que puedan tener un alto potencial para las organizaciones. Por ello, los países en desarrollo no tienen política de privacidad y normativa, en consecuencia, se puede afirmar que, las SM pueden ayudar a manipular el proceso de contratación.
2017	Slavic et al.	El papel de internet y las redes sociales en el proceso de contratación y selección.	Las técnicas de contratación tradicionales no son suficientes para atraer un candidato de la nueva generación, debido a la constante actualización y modernidad; en el cual, prefieren postular por el método tecnológico. Por ello, es necesario que las organizaciones se actualicen y puedan combinar métodos tradicionales, modernos y tecnológico.
2019	Villeda, M. & Camey, R.	Uso de sitios de redes sociales para reclutamiento y selección en el proceso de contratación.	Las SM podrían permitir a los empleadores predecir el desempeño de los futuros empleados, mediante la información obtenida del perfil, comportamiento, actitudes, a través de las plataformas mencionadas, dando ventaja de saber a quién están contratando. Por ello, los empleadores deberían considerar exactitud de la información encontrada.
2017	Papakonstantidis, S.	El uso de las redes sociales para reducir la incertidumbre profesional: un estudio exploratorio.	Las SM se utilizan como herramientas para filtrar y reclutar candidatos, así como referencias de empleados, por ello, las personas pueden administrar estratégicamente sus nombres en marcas como lo hacen los expertos en marketing.

<b>Año</b>	<b>Autor(es)</b>	<b>Título del artículo</b>	<b>Conclusión</b>
2020	Khatua, A. & Nejdil, W.	Emparejar reclutadores y solicitantes de empleo en Twitter.	Twitter se está convirtiendo en un canal de comunicación popular, no solo para grandes organizaciones, sino para pequeñas organizaciones; además, un beneficio de la plataforma es el servicio gratuito y personalizado de portales comerciales de empleo para llegar al mercado laboral.
2020	Ali et al.	Las SM como plataforma de reclutamiento para encuesta en línea a nivel nacional sobre conocimientos, creencias y prácticas de COVID-19 en Estados Unidos.	Las SM es una herramienta para recuperar de manera eficiente y efectiva la evolución global en los métodos del reclutamiento; en el cual, es seguro, práctico, económico, factible o incluso legal.
2020	Muduli, A. & Trivedi, J.	Reclutamiento en redes sociales: el rol	El reclutamiento está relacionado con la SM, por ello, se sugiere que el profesional de contratación enfatice la transmisión de información verdadera, mostrando datos de la empresa, explicando la política de privacidad y protección, a través de un modo de comunicación adecuado y asertivo.
2019	Black, J. & Esch, P.	Reclutamiento habilitado por IA: ¿Qué es y cómo debe usarlo un gerente?	Empresas estadounidenses utilizan herramientas de IA para el proceso de selección mejorando la capacidad de tiempo en la evaluación de candidatos. Los colaboradores y ejecutivos de las empresas están dispuestos a participar e implementar la IA habilitada en procesos de contratación, dado que es una inversión para obtener el candidato idóneo.
2018	Lochner, K. & Preub, A.	Reclutamiento Digitales	El trabajo de los reclutadores impulsados por la IA es eficiente, productivo y exitoso, también complejas y responsable, tiene mayor transparencia y controlabilidad de los criterios de calidad.
2020	Niehueser, W. & Boak, G.	Introducir la inteligencia artificial en una función de recursos humanos.	Los trabajadores anticiparon preocupaciones sobre la tecnología de IA, que pueda reemplazar la participación humana en el proceso y que temerían por su trabajo en la organización.
2019	Esch et al.	Reclutamiento de IA de marketing: la siguiente fase en la solicitud y selección de empleo.	Los candidatos pueden estar satisfechos con las características y procedimientos de contratación electrónica cuando están tecnológicamente avanzados. Además, la eficiencia percibida y facilidad de uso son factores importantes en términos de satisfacción con el reclutamiento basado en tecnología.
2019	Esch, P. & Black, J.	Factores que influyen en los candidatos de nueva generación para que se involucren y completen el reclutamiento digital habilitado por IA	Empresas y ejecutivos que no adoptan la IA, pueden encontrar que los empleados sean vulnerables a los esfuerzos de divulgación dirigido, proactivo y personalizado por la competencia.
2020	Smythe et al.	Las alfabetizaciones automatizadas de la contratación electrónica y los servicios en línea.	El uso de plataformas de contratación electrónica en una comunidad donde las personas tienen currículos potenciales y actualizados aumenta la probabilidad de encontrar empleo; no obstante, la comunidad escasa de conocimientos informáticos, pueden presentar el rechazo por parte de los solicitantes de empleo.
2021	Laurim et al.	Computadora, ¿a quién debo contratar? Criterios de aceptación de la inteligencia artificial en el proceso de selección.	Reclutadores y gerentes deben poder igualar las decisiones de la IA con decisiones hipotéticas. Los participantes enfatizaron que es fácil confiar en la IA si la decisión se basa en fiabilidad y ser evaluados en base a principios empíricos.
2018	Gupta et al.	Automatización en la contratación: una nueva frontera.	Los reclutadores evidencian que el uso de videoconferencias es un mejor medio para entrevistar a los candidatos.
2019	Nawaz, N.	¿Hasta dónde hemos llegado con el estudio de la inteligencia artificial para el proceso de selección?	Para obtener resultados en el proceso de contratación es necesario realizar estrategias de reclutamiento en la calidad y poder reservar a los talentos.
2021	Liu et al.	Uso de IA para mejorar el efecto de reclutamiento.	La efectividad de canales para una contratación eficaz es por recomendación de un conocido, reclutamiento en línea, del campus, interno, head-hunters y medios.
2018	Palac, et al.	Un marco de contratación práctico que puede realizar usted mismo para ensayos simultáneos de: arquitectura simple	Las herramientas de software permiten la gestión y adquisición rápida en lo que respecta a la preselección de grandes volúmenes de participantes.

<b>Año</b>	<b>Autor(es)</b>	<b>Título del artículo</b>	<b>Conclusión</b>
2019	Blumenberg et al.	Cómo los diferentes métodos de reclutamiento en línea impactan en las tasas de reclutamiento para el proyecto coortesnaweb basado en la web: un ensayo aleatorizado.	Facebook demostró ser el método más eficaz para reclutar adultos jóvenes, también lograr la muestra más equitativa y posición socioeconómica.
2020	Gilch, P. & Sieweke, J.	Reclutamiento de talento digital: el rol estratégico del reclutamiento en la transformación digital de las organizaciones.	Para atraer y retener el talento digital, es necesario la adaptación de medidas y procesos, así como el rol y la mentalidad de contratación, generando la transformación de toda la organización.
2019	Alansaari et al.	El efecto mediador del compromiso de los empleados en el proceso de contratación hacia el desempeño organizacional en las organizaciones de los EAU.	Una de las principales razones de los trabajadores que continúan trabajando es por la lealtad y compromiso con una buena organización.
2020	Strohmeier, S.	Gestión digital de recursos humanos: una aclaración conceptual.	El avance tecnológico ofrece ideales precisos, que ordena y clasifica la E-HRM, ampliando el conocimiento; a su vez, la terminología descubre sobre recursos humanos digitales como un avance evolutivo.
2017	Boscai, B. & Abrudan, D.	Buenas prácticas en el proceso de contratación de recursos humanos en la era digital.	Habilidades híbridas y capacidades interdisciplinarias ayudan a mejorar la lucha para identificar a los candidatos más adecuados.
2020	Arifin et al	La influencia de la contratación y el desarrollo profesional en el desempeño de los empleados: un papel mediador de la competencia	Debe haber relación de colaboración entre el equipo de selección, desarrollo de carrera, competencia y equipo de evaluación continua de competencias, para actualizar el desempeño de los empleados.
2021	Martínez et al.	La transformación digital del proceso de gestión del talento: un español	El uso de los medios digitales en las etapas de detección, atracción y adquisición de talento permite que las empresas parezcan atractivas y refuerza la imagen personal de la marca; en el cual, incluye una percepción hacia el candidato.
2019	Gómez, F.	La importancia del reclutamiento en la moderna gestión de recursos humanos.	Nuevas capacidades para la captación y selección de personal conllevan responsabilidades de importancia para las empresas como el adecuado tratamiento y protección de datos, que, de no afrontar adecuadamente, podrían tener consecuencias negativas en forma de sanción económica, percepción negativa de imagen de marca, etc.
2017	Okolie, U. & Irabor, I.	Contratación electrónica: prácticas, oportunidades y desafíos.	Algunos desafíos son la calidad y cantidad de candidatos a través de herramientas web; tienden a cometer errores como escribir incorrectamente y los currículums en línea se duplican fácilmente; generando escasa garantía de autenticidad y corrección de información proporcionado por el candidato.
2020	Abdul, C., Wang, W. & Li, Y.	El impacto de la tecnología en el proceso de contratación.	La tecnología, como la sincronización de la bolsa de trabajo, podría permitir fácilmente a los reclutadores mantener todas las ofertas de trabajo al día, fecha y reducir el tiempo de trabajos repetidos.
2019	Woods et al.	Selección de personal en la era digital: revisión de validez, reacciones de solicitantes, y desafíos de investigación futura.	Deberían considerar las entrevistas digitales como una técnica por derecho propio, más que como una alternativa a las entrevistas convencionales. La aplicación en la práctica debería basarse en la evidencia de que son efectivos en la selección.
2020	Alsaghir et al.	Optimización del reclutamiento en línea.	Empresas que utilizan bolsas de trabajo como canal de contratación electrónica indican que anunciar vacantes en sitios web es costoso, sin embargo, los costos incurridos son menores que los servicios de una agencia de contratación.
2017	Brandao et al.	Uso del reclutamiento en línea: teorías implícitas y perfil de candidatos.	Es probable que continúe el uso de la contratación en línea, aumentar en el sector privado en comparación con el sector público, donde el nivel de burocracia impone un ritmo de cambio más lento, lo que hace más difícil adoptar procedimientos en línea en los procesos de selección.
2019	Woon, C. & Singh, J.	Intención de utilizar el sistema de contratación electrónica: evidencia empírica de los solicitantes de empleo en la industria de la publicidad en Malasia.	La utilidad percibida del uso de Internet por parte de los solicitantes de empleo es favorable, por lo tanto, las organizaciones deben centrarse en la utilidad percibida para atraer mayor número de candidatos y seleccionar al mejor candidato y alentar aún más a los solicitantes de empleo a utilizar la contratación electrónica.

<b>Año</b>	<b>Autor(es)</b>	<b>Título del artículo</b>	<b>Conclusión</b>
2020	Reuter, K.	Redes sociales para el reclutamiento ¿Qué tan real es el potencial?	Guías para informar el diseño, la implementación y los resultados de los métodos de reclutamiento habilitados por las SM son necesarios para permitir el aprendizaje de estrategias de reclutamiento.
2017	Cavoukian et al.	Implicaciones éticas y de privacidad del uso de Internet y SM para reclutar participantes para la investigación: un marco de privacidad por diseño para el reclutamiento en línea.	Los candidatos no tienen orientación y desconocen los riesgos de privacidad de Internet y reclutamiento en las redes sociales.
2017	Buchanan, E.	Considerando la ética de la investigación de big data: un caso de Twitter e ISIS / ISIL.	Los especialistas en ética y defensores de la privacidad han rechazado los datos a gran escala y análisis en nombre de la inteligencia y la seguridad nacional, pero los datos se han convertido fácilmente disponibles, proporcionada por los propios candidatos.
2020	Kulal, A.	Cuestiones éticas en el reclutamiento, la selección y su impacto en la satisfacción laboral un estudio con referencia a los maestros permanentes de las universidades gubernamentales de primer grado en el distrito de Dakshina Kannada	El reclutamiento y selección se pueden abordar sometiendo a candidatos potenciales a criterios de evaluación, publicidad de empleo, cumplimiento de normas, política de contratación y código de ética; no obstante, exigiendo al entrevistador que declare la existencia de conflicto de intereses durante el proceso de contratación y selección.
2019	Kanagavalli et al.	Una revisión sistemática de la literatura sobre el proceso de reclutamiento y selección.	Los procesos de reclutamiento y selección están muy influenciados por ciertos factores externos como diferenciación de género, estrés familiar, inflexibilidad en adopción de cambios ambientales internos, inmadurez emocional, avería física, sobrecarga de responsabilidad, competencia, cambios sociales, cambios legales, cambios económicos y la adopción de nuevas tecnologías en las organizaciones.
2021	Brendel et al.	Gestión ética de la inteligencia artificial.	Con la IA extendiéndose en los aspectos de la sociedad, toca cuestiones éticas pertinentes, afectando a los usuarios en aspectos sociales, ambientales y niveles económico.
2021	Dokey, S. & Abunar, M.	La efectividad del reclutamiento electrónico para atraer empleados talentosos: un estudio sobre gerentes sauditas.	Los gerentes de HRM se han mostrado positivos sobre el uso de la contratación electrónica, indican que no incluye costo en comparación con la forma tradicional. El uso de la contratación electrónica ha sido aceptado como un medio rentable que ayuda a los reclutadores brindando efectividad en el tiempo.
2017	Pasternak et al.	Autopresentación, privacidad y boca a boca electrónica en redes sociales.	La percepción de privacidad de las personas en el contexto de páginas de marca en Facebook, revelar la identidad de uno en las SM afecta la naturaleza de la participación en el boca a boca electrónico. Los miembros de las páginas de marcas de Facebook están preocupados por la apertura del entorno, donde la información se puede compartir con un número de individuos. La apertura y la actitud hacia la privacidad parecen afectar la voluntad de individuos para participar con otros miembros de la página.
2018	Casher et al.	Reclutamiento con ética en una era en línea: integración de la responsabilidad social corporativa con las redes sociales para predecir el atractivo organizacional.	Las organizaciones respetuosas con el medio ambiente tienen el comportamiento racional sencillo y una interpretación común, lo que reduce la necesidad de información adicional de Facebook. Los sitios web corporativos pueden ser suficientes para comunicar la RSE ambiental, ya que la mayoría de las personas conocen el vínculo entre el comportamiento organizacional respetuoso con el medio ambiente y la ciudadanía corporativa.
2018	Vadeboncoeur et al.	Desafíos de la contratación de investigadores en un entorno universitario en Inglaterra.	Las estrategias de reclutamiento en países desarrollados fueron correos electrónicos enviados a los candidatos.
2019	Ford et al.	Reclutamiento de estudios de jóvenes mediante publicidad pagada en Instagram, Snapchat y Facebook: estudio de encuesta transversal.	Los anuncios de Snapchat requieren de animación artística, por ello, las plantillas ofrecen formas sencillas de crear anuncios para los reclutadores; Instagram como Snapchat siguen políticas publicitarias similares.



<b>Año</b>	<b>Autor(es)</b>	<b>Título del artículo</b>	<b>Conclusión</b>
2020	Piowar, K. & Mroziwski, R	Gestión por valores: un caso de estudio de una empresa de selección de personal.	El sistema de valores representa motivadores que influyen en el comportamiento de los empleados, y contribuye así al éxito general de la organización.
2021	Solangi et al.	Marco del sistema de contratación electrónica para los organismos encargados de hacer cumplir la ley Gobierno de Pakistán.	El sistema de contratación digital en línea es proporcionar un ahorro de costos de calidad, transparencia, seguridad y optimización de resultados con la ayuda de información y tendencias basadas en la tecnología de la comunicación.
2020	Johnson et al.	Los beneficios de la eHRM y la IA para la adquisición de talento	La utilización de herramientas tecnológicas minimiza el tiempo de gestión de todas las funciones como selección y entrevistas, realizando el trabajo eficientemente.
2017	Bondarouk et al.	HRM electrónico: cuatro décadas de investigación sobre adopción y consecuencias.	Los factores que representan a los reclutadores es el liderazgo innovador y visionario que promueven la E-HRM; la confianza; la gestión del cambio; la confianza con las habilidades tecnológicas, comunicación sobre la utilidad del sistema; que fueron reportados como más importante para una adopción exitosa.
2018	Berber et al.	Gestión electrónica de recursos humanos (e-HRM): un nuevo concepto para la era digital.	El proceso de E-HRM, es capaz de lograr efectividad en la organización, realizando un procesamiento rápido, preciso y sencillo; recauda información y tiene acceso a datos actualizados sobre los empleados.
2019	Aguado et al.	LinkedIn Cuatro Grandes, validación del desempeño laboral en el sector de las TIC.	La interacción de LinkedIn en participantes profesionales se relaciona a resultados de su gestión laboral. Por tanto, cuanto mayor sea la amplitud profesional de interacción, mayores son los resultados laborales obtenidos para una organización.
2019	Kamp et al.	Reclutamiento en Facebook y protección de sujetos humanos.	Los investigadores deben ser transparentes sobre cómo, cuándo y dónde están los investigadores, monitorear, interactuar y garantizar la seguridad con los participantes. Esta transparencia debe ser articulado en el consentimiento informado, pero también abordado en cualquier comunicación entre los investigadores.
2018	Fiesler, C., & Proferes, N.	Percepciones de los "participantes" sobre la ética de la investigación de Twitter.	El alcance y volumen de datos también son expansivos, se publican 500 millones de tweets enviado por más de 300 millones de usuarios; además, la población de Twitter representa amplia gama de grupos demográficos.
2018	Vetrakova et al.	Sostenibilidad corporativa en el proceso de contratación de empleados a través de las redes sociales en las condiciones de las pequeñas y medianas empresas eslovacas.	La popularidad de las SM está dominada por Facebook y YouTube. En términos de tendencias pronosticadas en el comportamiento del usuario, se espera que el video en vivo sea más preferido que el texto leído, y esta tendencia debe ser adaptada por las empresas y revitalizar sitios web con interesantes videos que pueden atraer empleados potenciales.
2018	Palos et al.	La influencia de SM en el desarrollo de acciones de selección que favorezcan el diseño de interfaces de usuario y conversiones en aplicaciones móviles impulsadas por datos enlazados.	Las acciones de reclutamiento tienen influencia significativa en conversiones de aplicaciones móviles impulsadas por datos vinculados; no obstante, podría tener negatividad, que un lenguaje incorrecto cause confusión, datos vinculados y la preocupación del usuario con la privacidad.
2021	Umachandran, K.	Aplicación de la inteligencia artificial para la contratación en industrias manufactureras.	Los factores transformadores de la IA son las aplicaciones, utilizadas para entrevistas, escaneos, verificaciones de datos, además, propone beneficios compensatorios, que miden la potencialidad del equipo.

## V. DISCUSIÓN

Para realizar la discusión en el estudio de investigación se analizó los hallazgos desde una perspectiva crítica y de manera detallada, de acuerdo a los objetivos planteados.

**Objetivo 1: No existe evidencia empírica sobre modelos estandarizados sobre procesos de selección sincrónico aplicando el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.**

La investigación encontró que la contratación de personal experimentó un cambio revolucionario en los últimos años, como la penetración de la tecnología, el impacto del uso de SM y los beneficios de la contratación electrónica (Abdul et al., 2020); pero, los pensamientos tradicionales pueden conducir a una apertura limitada al cambio y evitar que la organización se adapte al entorno en evolución; por ello, es necesario que los reclutadores incorporen candidatos innovadores, de abierta mentalidad y que se adapten hacia la era digital (Gilch & Sieweke, 2020). El reclutamiento de candidatos es realizado mediante la publicidad para cubrir el puesto de trabajo a través del sitio web de la organización (Berber et al., 2018); además, las organizaciones deben utilizar la marca del empleador en el sitio web para que los solicitantes se sientan atraídos y lo puedan ver como un lugar atractivo para trabajar (Lee et al., 2020). Sintetizando, en el futuro no significa que los puestos de trabajo serán robotizados, sino el esfuerzo por repensar el trabajo para que los colaboradores aprendan a cómo lograr el bienestar en armonía a nivel organizacional con la nueva tecnología (Boscai & Abrudan, 2017).

El reclutamiento a través de sitios web es una principal estrategia para la búsqueda de candidatos (Woon et al., 2019); se dedica en publicar ofertas de trabajo, en el cual, pueden postularse candidatos presentando el currículum e información solicitada (Brandao et al., 2017); también, el sitio web tiene el potencial en aumentar flexibilidad para los participantes y que los reclutadores puedan responder solicitudes según la disponibilidad de tiempo (Musker et al., 2020). Asimismo, si la organización necesita un sitio web menos costosa, debería combinarlo con las SM más adecuadas; sin embargo, si el costo no es un problema, podría optar por herramientas más sofisticadas como un ATS que podría integrarse con el sitio web corporativo (Alsaghir et al., 2020). Por otro lado, las características organizativas pueden atraer candidatos potenciales, como mensajes inspiradores,

beneficios personales, atributos laborales y valores públicos (Sievert et al., 2020); también el marketing ayuda a la adquisición de talento, crea formas de promover la marca del empleador; en consecuencia, reduce la retención, costo por contratación y tasas de rotación (Alashmawy & Yazdanifard, 2019).

Las pruebas en línea plantean problemas con las reacciones de solicitantes, creando un impacto adverso sobre la protección de la identidad; por lo tanto, antes de adoptar cualquier tipo de método de selección en línea, las organizaciones deben estudiar cuidadosamente el impacto, las fortalezas y debilidades (Okolie & Irabor, 2017). Las grandes empresas también pueden considerar la seguridad de los datos, la privacidad de los solicitantes y empleados con mayor prioridad mediante un software que puede manejar datos con efectividad y seguridad, obteniendo como resultado la reducción de una fuga de información y robo de identidad (Abdul et al., 2020). Una desventaja desde la perspectiva de las organizaciones es la inflexibilidad del sistema, resultando una precisión de datos ingresados, la confidencialidad de la información y problemas legales; como el abuso del sistema e Internet en horario laboral (Brandao et al., 2019); por ello, es necesario prestar atención a todos los peligros potenciales, ya que la contratación debe facilitar y acelerar principalmente el proceso de reclutamiento, en lugar de ralentizarlo (Berber et al., 2018).

Las tecnologías digitales se emplean para respaldar el proceso de contratación con el objetivo de aumentar la velocidad, mejorar la calidad (Strohmeier, 2020); proporcionar ahorro de costos, transparencia, seguridad y optimización de resultados con la ayuda de información y tendencias basadas en la tecnología de la comunicación (Solangi et al., 2021). El reclutamiento en línea tiene un gran beneficio, como la vida útil del anuncio, es más larga que anuncios en papel; así las empresas pueden publicar descripciones completas, detalladas, responder a las preguntas frecuentes, los candidatos pueden consultar trabajos las 24 horas del día, permitiendo buscar y solicitar una oportunidad profesional (Okolie & Irabor, 2017, p.120). Otra ventaja de la contratación electrónica es el suministro rápido de comentarios a los candidatos; organizaciones utilizan sistemas que proporcionan retroalimentación automática, mejorando así la comunicación con los candidatos (Brandao et al., 2019); también puede adquirir el conocimiento sobre las

habilidades y competencias de cualquier empleado, y ofrecer igualdad de oportunidades en la evaluación a los candidatos (Alansaari et al., 2019).

El conjunto de nuevas aplicaciones y procesos informáticos que representan el reclutamiento electrónico, permiten realizar estrategias de detección de talento personalizadas para cada puesto (Gómez, 2019); también se puede utilizar palabras claves en sistemas de escaneo para determinar si los solicitantes cumplen con los requisitos mínimos del trabajo y rápidamente enviar mensajes a los solicitantes comunicando el estado en el proceso de selección; además, el software puede escanear automáticamente la aplicación y usar palabras claves para determinar si los solicitantes están calificados para los trabajos (Johnson et al., 2020); también se puede utilizar para escanear solicitudes de empleos en línea y evaluar la experiencia laboral de los candidatos, el historial de permanencia en el cargo, la rotación voluntaria e involuntaria y el historial de trabajos; con el fin de predecir el desempeño y el resultado del trabajo (Woods et al., 2019). Por otro lado, para realizar la selección en grandes números de participantes, se proporciona un proceso simplificado con el uso de herramientas para la gestión del personal y datos para perfeccionar los procesos de contratación (Palac et al., 2018).

#### **Objetivo 1a: El modelo de contratación electrónica sincrónica en la generación de un proceso de selección óptimo de personas**

El proceso de la contratación electrónica es capaz de lograr efectividad en la organización, realizando un procesamiento rápido, preciso y sencillo; recauda información; tiene acceso a datos actualizados sobre los empleados (Berber et al., 2018); tiene influencia en el desempeño organizacional, en la realización de objetivos y metas (Alansaari et al., 2018). Una de las funciones de la contratación es medir el desempeño de los empleados mediante indicadores, como la calidad, relacionada con resultados del objetivo; cantidad, con la producción; puntualidad, tiempo de actividades; efectividad, con recursos organizacionales; necesidad de supervisión, capacidad de liderazgo y el impacto interpersonal, capacidad de autoestima (Arifin et al., 2020). Además, la utilización de herramientas tecnológicas en el proceso de contratación minimiza el tiempo de gestión de todas las funciones como selección y entrevistas, realizando el trabajo eficientemente (Johnson et al., 2020). Por otro lado, el reclutamiento se trata de cambios culturales y de

comportamiento; y el proceso de selección se basa en criterios sólidos y creíbles; teniendo como finalidad atraer al candidato adecuado (Okolie & Irabor, 2017).

El uso de los medios digitales en etapas de detección, atracción y adquisición de talento permite que las empresas parezcan atractivas y refuerzan la imagen personal de la marca; en el cual, incluye una percepción hacia el candidato (Martínez et al., 2021); además, las organizaciones intentan diferenciarse de la competencia en términos de contenido y diseño con la marca del empleador para ser recordados por los solicitantes (Gilch & Sieweke, 2020). Asimismo, la marca del empleador se basa en atraer talentos adecuados (Boscai & Abrudan, 2017); a través de perfiles en SM y usando portales de empleo para una contratación más efectiva; también pueden anunciar vacantes de empleo con agencias de contratación en línea para reforzar el proceso de búsqueda de talentos (Okolie & Irabor, 2017); como resultado, el candidato puede acceder al anuncio de trabajo en cualquier momento o lugar, teniendo acceso a la información sobre la organización que está reclutando con solo un clic (Brandao et al., 2017).

Algunos desafíos de la contratación es a través de los candidatos, tienden a cometer errores como escribir incorrectamente y mandar currículums duplicados, generando escasa garantía de autenticidad y corrección de la información (Okolie & Irabor, 2017); asimismo, si la organización no está preparada tecnológicamente con sistemas que organizan la información en una base de datos, puede recibir más currículos de los deseados, lo que puede resultar en un desperdicio de recursos (Brandao et al., 2017); por ello, los reclutadores deberían proporcionar información auténtica y aumentar la transparencia exigiendo revisiones en plataformas de calificación y proporcionando informes de empleados (Gilch & Sieweke, 2020). Por otro lado, la captación de personal conlleva responsabilidades como la protección de datos, que, de no afrontarse adecuadamente, podrían tener consecuencias negativas en forma de sanción económica y percepción negativa en la imagen (Gómez, 2019); por tal motivo, las preocupaciones han llevado a prescribir una precaución reforzada en el uso de SM, así como en la elaboración de inferencias sobre los comportamientos esperados en el lugar de trabajo (Alsaghir et al., 2020).

Los hallazgos en el desempeño organizacional indican que el bajo nivel de conocimiento en las empresas y la falta de habilidades con la personalidad de candidatos idóneos, hacen que los trabajos no se puedan completar de acuerdo

con los objetivos requerido (Arifin et al., 2020); por ello, las habilidades híbridas como la herramienta de análisis de datos y las capacidades interdisciplinarias mejorar la lucha para identificar a los candidatos más adecuados (Boscai, & Abrudan, 2017). Asimismo, para atraer y retener el talento digital, es necesario la adaptación de medidas y procesos, así como el rol y mentalidad en la organización (Gilch & Sieweke, 2020); también, tiene que haber colaboración entre el equipo de selección, desarrollo de carrera, competencia y evaluación continua para actualizar el desempeño de los empleados (Abdul et al., 2020); consiguiendo lealtad y compromiso del colaborador hacia la organización (Alansaari et al., 2019); no obstante, el compromiso de los empleados es una de las condiciones de un proceso de contratación eficaz, en el cual, conlleva al cumplimiento de asistir al trabajo con regularidad, trabajar pleno día y dispuesto a hacer trabajos extras, y formar parte de la visión y misión de la institución (Brandao et al., 2017).

Los hallazgos de las investigaciones nos dicen que la utilidad percibida en la contratación electrónica por parte de los solicitantes de empleo es favorable, por lo tanto, las organizaciones deben centrarse en ello para seleccionar al mejor candidato (Woon & Singh, 2019); también, utilizar anuncios para dar a conocer puestos de trabajo, brindar información para aumentar el atractivo del empleador o establecer una marca de empleador que afecta las elecciones laborales de los candidatos (Gilch & Sieweke, 2020). Una de las características de la contratación electrónica es reducir el tiempo para encontrar talento adecuado y proporcionar al reclutador retroalimentación de audiencia, para que el contacto entre el reclutador y el empleado sea más fluido (Alsaghir et al., 2020); también se puede localizar talentos potenciales entre miles de solicitantes de empleo (Brandao et al., 2017). Por otro lado, una de las herramientas digitales es la bolsa de trabajo, que puede permitir a los reclutadores mantener todas las ofertas de trabajo al día (Abdul et al., 2020); y para la organización, le resulta menos costosa que contratar los servicios de una agencia de contratación tradicional (Arifin et al., 2020).

### **Objetivo 2b: El modelo de contratación electrónica sincrónica utilizando las redes como medio de interacción**

Las redes sociales son herramientas que influyen de manera eficiente en la evolución global de los métodos del reclutamiento actual (Ali et al., 2020); orientando a su practicidad y facilitando la reducción del tiempo que transcurre

desde el momento de la publicidad de empleo, hasta la selección de un candidato adecuado (Slavic et al., 2017). Las SM son tipificadas de económicas, ya que permite publicitar, reclutar y seleccionar candidatos incrementando la productividad y retorno de inversión (Rahman et al., 2020); también están enmarcadas en legalidad, debido al uso de una comunicación privada y conexión con los aspirantes, brindan transparencia y consolidan las políticas; producto de ello, expanden la marca y crean valor corporativo (Aggerholm & Andersen, 2018); son dinámicas, permitiendo atraer empleados potenciales mediante mensajes de textos, llamadas, boca a boca, videos, correos (Hosain et al., 2020); y son masivas, porque utilizan sitios como Facebook, Twitter, LinkedIn; medios al alcance de millones de postulantes, que aspiran poder ingresar en la fuerza laboral; reduciendo el tiempo y esfuerzo en los reclutadores (Sangeeta & Ahlawat, 2018).

La fuerza laboral en el reclutamiento electrónico requieren de habilidades estrategias y tecnológicas con experiencia, tiempo y pasión para manejar las herramientas de redes sociales, también de capacitaciones tecnológicas de la información y de habilidades blandas (Aggerholm & Andersen, 2018); una de estas herramientas es la creatividad donde se gráfica, audiovisualita y en seguida se plasma con éxito la idea digital; que nos permita perfeccionar la red social de Facebook, diseños de alta calidad y brindar información relevante e indispensable que conecte la publicidad que desee obtener la organización en las publicaciones (Golovko & Schumann, 2019); también, para buscar empleadores potenciales es necesario tener investigadores, para averiguar qué SM poseen el grupo objetivo de la organización (Carpentier et al., 2019); asimismo, se observan candidatos que no postulan por medios sociales, debido a falta de conocimiento tecnológico; por ello, es recomendable tener empleadores con sentido de adaptabilidad en la utilización de métodos tradicionales y tecnológicos que puedan llegar a todos los candidatos potenciales para la organización (Rahman et al., 2020).

La contratación electrónica cuando utiliza SM es más desafiante y exigente que los medios tradicionales de contratación para los reclutadores corporativos (Ahlawat, 2018). La utilización de estrategias en la comunicación de contratación planteó desafíos inestables de controlabilidad, controversia, propiedad y relaciones de poder, exigiendo a las organizaciones que actúen con cautela entrar en el mercado laboral de las SM (Aggerholm & Andersen, 2018). Por otro lado, los

profesionales de HRM deberían de abordar las preocupaciones de privacidad de los solicitantes de empleo, requiriendo un conjunto de pautas y políticas, disponer de procedimientos adecuados en términos de seguridad de datos y proporcionar una retroalimentación adecuada a candidatos para eliminar las preocupaciones sobre cualquier sesgo percibido en el proceso de contratación electrónica (Esch & Mente, 2018); también, se sugiere que el profesional de contratación enfatice la transmisión de información verdadera, mostrando datos de la empresa, explicando la política de privacidad y protección que demanda la compañía, a través de una comunicación adecuada y asertiva (Muduli & Trivedi, 2020).

Las redes sociales se han convertido en una parte esencial en el proceso de contratación; sin embargo, los reclutadores deben tener cuidado en optar comportamientos no éticos en las ofertas laborales, como redactar anuncios con demasiada información (Koch et al., 2018). No obstante, usar las SM puede ser problemático y conducir a problemas legales, debido a que pueden contener datos no reales; por ejemplo, fotografía, intereses e información personal; influyendo en la toma de decisiones sesgada con respecto a la contratación (Hosain et al., 2020); asimismo, los mensajes de la organización pueden invadir sin consentimiento la privacidad de solicitantes (Aggerholm & Andersen, 2018); como respuesta, no disponen en postularse debido a la privacidad (Esch & Mente, 2018). Por otro lado, países en desarrollo, no tienen política de privacidad y normativa, por tal motivo, se puede afirmar que, las SM pueden ayudar a manipular el proceso de contratación (Rahman et al., 2020); debido a las preocupaciones planteadas de las SM, la Unión Europea aplicó un Reglamento General de Protección de Datos, dirigido al cumplimiento en las organizaciones (Vetrakova et al., 2018).

Los hallazgos concluyeron que las SM se utilizan como herramientas para filtrar y reclutar candidatos, así como referencias de empleados, por ello, las personas pueden administrar estratégicamente sus nombres en marcas como lo hacen los expertos en marketing con los productos y servicios (Papakonstantinidis, 2017); también, podrían permitir a los empleadores predecir el desempeño de los futuros empleados, mediante la información obtenida del perfil, comportamiento, actitudes, a través de las plataformas mencionadas, dando ventaja de saber a quién están contratando; por ello, los empleadores deberían considerar la exactitud de la información encontrada (Villeda et al., 2019). Por otro lado, los sitios sociales como



Twitter, se está convirtiendo en un canal de comunicación popular para grandes y pequeñas organizaciones, además, no es necesario pagar el servicio personalizado de portales comerciales de empleo para llegar al mercado laboral (Khatua & NejdI, 2020); asimismo, las herramientas de contratación de LinkedIn se centran en encontrar candidatos y redes en línea; mientras que Facebook destaca la marca del empleador para involucrar a candidatos potenciales (Koch et al., 2020).

### **Objetivo 3c: El modelo de contratación electrónica sincrónica basado en la optimización del proceso por automatización**

El uso de IA ofrece mayor capacidad para calificar habilidades y evaluaciones, brinda una agradable experiencia al candidato estampando la marca del empleador durante el proceso de contratación (Niehueser & Boak, 2020); teniendo como factores transformadores de la IA las aplicaciones, utilizadas para entrevistas; escaneos; verificaciones de datos; además, propone beneficios compensatorios, que miden la potencialidad del equipo (Umachandran, 2021). El trabajo de los reclutadores impulsados por la IA es eficiente, productivo y exitoso, también complejas y responsable, tiene mayor transparencia y controlabilidad en los criterios de calidad (Lochner & Preub, 2018). Además, la eficiencia percibida y la facilidad de uso son factores importantes en términos de satisfacción al candidato en el reclutamiento basado en tecnología (Ferolie et al., 2019). Por otro lado, las aplicaciones por la IA no pueden sustituir completamente la intervención humana en el proceso de reclutamiento; aun así, pueden cubrir la adquisición de talentos y la búsqueda de currículums a través de un software, el uso de videoconferencias virtuales, dispositivos móviles y chatbots (Black & Esch, 2019).

Las empresas utilizan herramientas de automatización para amplificar y aumentar las fortalezas humanas distintivas, que permiten grandes ganancias económicas y un trabajo más satisfactorio (Niehueser & Boak, 2020). Una de ellas es el software, permite identificar los datos legales en los tiempos de contratación, también, analiza expresiones faciales, gestos y elección de palabras de los candidatos; además, permite la gestión y adquisición rápida de grandes volúmenes de participantes (Palac et al., 2018). Otra herramienta utilizada es el chatbot, utilizada para interactuar con los candidatos con un lenguaje fluido (Esch & Black, 2020); además, ayuda a los solicitantes a encontrar trabajos adecuados, dejando experiencias positivas en la conversación (Laurim et al., 2021). Los reclutadores

sienten que utilizar la herramienta de videoconferencias es un mejor medio para entrevistar a los candidatos, comenzando con reuniones entre el gerente, reclutador, y candidatos; otra herramienta eficaz es el uso de dispositivos móviles que permiten interactuar a todos los trabajadores desde ubicaciones dispersas, en cualquier lugar dentro y fuera del país (Gupta et al., 2018).

Desde la perspectiva de los reclutadores, la tecnología debe ser capaz de analizar y evaluar varios idiomas, cumpliendo requisitos del respectivo país, especificando reglas y regulaciones; también los candidatos enfatizaron que es fácil confiar en la IA si la decisión se basa en fiabilidad y ser evaluados en base a principios empíricos (Laurim et al., 2021); éticamente, la información recopilada debe manejarse con cuidado mientras se utiliza la IA y debe permanecer en el anonimato, sin revelar la identidad de la fuente de información (Umachandran, 2021). Para visualizar resultados es necesario realizar estrategias para facilitar una contratación de calidad y una mejor reserva de talentos (Nawaz, 2019); una de ellas es la capacitación, en el cual, debe incluir información sobre los beneficios y desafíos que conlleva el cambio tecnológico, también brindar una retroalimentación a los empleados sobre la mejora en el proceso de contratación (Niehueser & Boak, 2020). Por otro lado, las organizaciones que no adopten la IA pueden ser vulnerables a los esfuerzos de divulgación dirigido, proactivo y personalizado por la competencia (Esch & Black, 2019).

Durante el proceso de contratación, si las organizaciones pudieran recopilar características adicionales como edad, imagen corporal, clase económica, género, condición de salud, raza y orientación sexual; entonces se podría encontrar candidatos idóneos asociando con los requisitos en los puestos de trabajo; en consecuencia, se plantearía preocupaciones éticas y de privacidad, en esencia, los colaboradores son libres de elegir el empleo, sin embargo, dichas características adicionales son malinterpretadas como un trato menos favorable hacia el colaborador (Ferolie et al., 2018). También, el uso de plataformas de contratación electrónica en una comunidad donde las personas tienen currículums potenciales aumenta la probabilidad de encontrar empleo; no obstante, la comunidad escasa de conocimientos informáticos, pueden presentar un rechazo contra los solicitantes de empleo debido a los requisitos de empleabilidad (Smythe, Grotluschen & Buddeberg, 2020). En consecuencia, investigadores anticiparon preocupaciones

sobre la tecnología de IA pueda reemplazar la participación humana en el proceso y que los trabajadores temerían por su trabajo (Niehueser & Boak, 2020).

La introducción de IA mejoró considerablemente la velocidad y la eficiencia de los procesos de reclutamiento, entre los hallazgos se encontró que los empleados que habían utilizado la nueva tecnología indicaron que era fácil de usar, robusto y altamente productivo (Laurim et al., 2021). La IA se centra en elegir automáticamente los candidatos, programar la hora, la fecha del proceso de entrevista y finalmente categorizar y eliminar a los candidatos (Umachandran, 2021); para la solicitud y selección de trabajo, la IA puede utilizar características conductuales como los patrones de voz, de escritura; y fisiológicas como reconocimiento facial, de iris, huella; que las empresas utilizan para la autenticación (Ferolie et al., 2018). Por otro lado, empresas estadounidenses utilizan herramientas de IA para el proceso de selección mejorando la capacidad de tiempo en la evaluación de candidatos, además los trabajadores están dispuestos a participar e implementar la IA, dado que es una inversión para obtener el candidato idóneo; por ello, se recomienda a los ejecutivos que incrementen drásticamente sus esfuerzos para adoptar el reclutamiento habilitado por IA (Esch & Black, 2019).

#### **4d: El modelo de contratación electrónica sincrónica con orientación a la práctica de la ética profesional y la responsabilidad social corporativa en la generación de un proceso de selección óptimo de personas en el reclutamiento electrónico**

Los factores en la contratación electrónica que representan a los reclutadores es el liderazgo innovador, la gestión del cambio, la confianza de habilidades tecnológicas y comunicación sobre la utilidad del sistema; que fueron reportados como importantes para una adopción exitosa (Bondarouk et al., 2017); además, los sitios web de las organizaciones pueden ser suficientes para comunicar la RSE ambiental, ya que los colaboradores conocen el vínculo entre el comportamiento organizacional respetuoso con la ciudadanía corporativa (Casher et al., 2018); cuando hablamos de la RSE, el sistema de valores representa motivadores que influyen en el comportamiento de empleados y contribuye así al éxito general de la organización (Piwowar & Mroziowski, 2020); sintetizando, que las organizaciones respetuosas con el medio ambiente tienen el comportamiento racional, sencillo y una interpretación común; lo que reduce la necesidad de información adicional

(Cavoukian et al., 2017); sin embargo, con la IA extendiéndose en casi todos los aspectos, toca cuestiones éticas pertinentes, afectando a la sociedad en aspectos sociales, ambientales y niveles económico (Brendel et al., 2021).

La percepción de la privacidad de los candidatos en páginas de Facebook en revelar la identidad de cada participante en las redes sociales, afecta la participación electrónica; por ello los participantes están preocupados por la apertura del entorno, donde la información se puede compartir con un número de candidatos; en consecuencia, la actitud hacia la privacidad parecen afectar la voluntad de candidatos para postular en un puesto de trabajo (Pasternak et al., 2017); además, los candidatos no tienen orientación y desconocen los riesgos de privacidad de Internet y reclutamiento en las SM (Cavoukian et al., 2017); por ello, los especialistas en ética y defensores de privacidad han rechazado la información de solicitantes por medios sociales a gran escala, para optar por una seguridad nacional; pero la información se ha convertido fácilmente disponible, proporcionada por los propios candidatos (Buchanan, 2017). Debido a los inconvenientes de privacidad, las organizaciones deben cumplir la Regla de Seguridad, asegurando que los datos y registros almacenados electrónicamente tenga la máxima seguridad mediante un proceso de autenticación (Kamp et al., 2019).

El reclutamiento y selección se pueden abordar sometiendo a candidatos potenciales que tengan criterios de evaluación, exigiendo al entrevistador que declare de manera transparente y neutral la existencia de conflicto de intereses durante el proceso de contratación y selección (Kulal, 2020). Sin embargo, se descubrió mediante los hallazgos que el acceso a datos, la escasa privacidad en relación con las políticas y prácticas organizacionales, afectan la aceptación del solicitante de los datos digitalizados, por lo tanto es una información visible para cierta área de la empresa; también se observó que violar las preocupaciones éticas impacta actitudes y creencias de empleados, en consecuencia, puede tener ramificaciones legales; por ello se pide a las organizaciones el cuidado para asegurar que la privacidad tenga parámetros programados que identifique la delimitación de acceso a la información de los participantes (Bondarouk et al., 2017). Sintetizando, los reclutadores deben ser transparentes en monitorear y garantizar la seguridad hacia los participantes, asimismo, brindar una comunicación efectiva y una retroalimentación en todo el proceso (Kamp et al., 2019).

Las normas y códigos de ética de una organización al momento de la contratación debe ser transparente y articulado con el consentimiento informado, pero también abordado de manera precisa, sencilla, relevante, oportuna y de gran utilidad, considerando las habilidades blandas; por ello, cualquier información y comunicación entre el reclutador y colaborador será tomada de manera acertada, teniendo en cuenta la importancia de cuanto influye la gestión en el ámbito de la ética en una organización (Pasternak et al., 2017). Así mismo, con el avance de la tecnología, ofrece menor transparencia en la privacidad y ética, en el cual, se termina subestimando los problemas éticos, por ello se debe cumplir estrictamente normas y políticas para proteger la sensibilidad de los datos e información que maneja la organización (Cavoukian et al., 2017). Sintetizando, se debe evaluar la ética en todos los niveles posibles como el nivel individual en donde las actitudes recaen en la misma persona, nivel organizacional en donde las decisiones implica la reputación de la empresa y el nivel industrial donde los negocios se ven reflejado en dar solución a las decisiones comerciales (Brendel et al., 2021).

#### **Limitaciones.**

El estudio de investigación presenta cinco limitaciones, en primer lugar, no se encontró estudios delimitados en el ámbito geográfico y demográfico sujetos al acceso y uso de la tecnología, debido a que no todos los países tienen el mismo alcance de internet requerido en las contrataciones, en segundo lugar, no se abarcó los estudios en las organizaciones del sector gubernamental, considerando que es un sector importante en el empleo en el área de recursos humanos; en tercer lugar, las micro y pequeñas empresas ven como un desafío implementar el reclutamiento en línea por falta de conocimiento y experiencia; en cuarto lugar la IA solo funciona en su mayoría de la mano con el internet, esto nos limita debido a que el internet nos permite estar conectados de manera permanente y realizar nuestros procesos de selección de manera rápida y constante, sin embargo, la caída del sistema o internet en la empresa dificulta los tiempos y procesos establecidos; por último, uno de los factores que es considerado fundamental, importante en el manejo de información de las personas y que cada día toma mayor importancia no solo por los valores y creencias de los colaboradores, sino también porque nos ayuda en el desempeño referido en el ámbito de la ética empresarial el cual no tiene parámetros formales e idóneos establecido al momento de realizar el proceso de contratación.

## VI. CONCLUSIONES

A continuación, se determinó las siguientes conclusiones de acuerdo a los objetivos planteados.

1. Los métodos de contratación online es una evaluación compleja de las mejores prácticas basada en el análisis de la evolución y el impacto de los sistemas de contratación electrónica en las organizaciones (Okolie & Irabor, 2017). Los autores concluyeron que la decisión de optar por la tecnología digital se basa en la voluntad firme de construir sistemas más eficientes, tener una infraestructura para el área de RRHH y optar por el uso estratégico de los sitios web (Martínez et al., 2021); los criterios para analizar dichos sitios web son la facilidad de uso, la calidad y cantidad de información proporcionada, utilización de un motor de búsqueda y el atractivo de canales para la marca potencial de la empresa (Abdul et al., 2020); además, la elección de los canales electrónicos más adecuados depende de los criterios de eficiencia y eficacia de la información requerible, así como la calidad de los candidatos, el puesto de trabajo y los empleos que deben cubrir (Alsaghir et al., 2020). A pesar de todas sus ventajas, la tecnología solo logra mejorar parcialmente los sistemas de contratación, pero no puede reemplazar el factor humano, ya que el reclutamiento se basa todavía en las personas; por ello, se requiere que los ejecutivos tomen una decisión sobre la selección final de los candidatos para un puesto, en el cual, se pueda establecer y construir relaciones de trabajo (Boscai & Denisa, 2017).
2. Los autores mencionan que las funciones de HRM, influye en la organización, particularmente en la realización de objetivos y metas finales alcanzadas por el talento humano; por lo tanto, es de necesidad contar con las personas idóneas atraídas en *procesos de selección* óptimas (Alansaari et al., 2018); es por ello que la organización debe generar procesos y procedimientos efectivos en la búsqueda de buenos talentos; en este contexto, el reclutamiento electrónico, genera ventajas por proveer acceso rápido a los reclutadores la información personal y profesional, con la oportunidad de identificar rasgos distintivos de personalidad de los candidatos (Alsaghir, Abdallah & Bazan, 2020); así mismo el reclutamiento electrónico actúa como órgano sensorial mejorando la capacidad de absorción y asume el papel de mediador entre grupos externos e internos (Gilch & Sieweke, 2020); optimizando los procesos como selección, entrevistas

- y la contratación según el requisito del trabajo a desarrollar (Akila et al., 2020); un factor importante para el proceso de selección es la toma de decisiones; porque, facilita la búsqueda de información sobre la contratación de nuevos empleados (Wiwi, Muhamma, Nasari, Hakim & Iriani, 2018); mecanismo que permite identificar habilidades y conocimientos idóneos para ejercer labores en el área de trabajo asignado (Kanagavallii, Seethalakshmi & Sowdamini, 2019).
3. Los investigadores relacionados con los procesos de selección señalan que la información proveniente de las *redes sociales*, es considerado como herramienta de conocimiento sobre los postulantes en estudios desarrollados en países emergentes (Haffar & Nwagbara, 2020); sin embargo, en la evaluación final se permite afirmar que la información utilizada en la contratación electrónica genera estrategias innovadoras, creativas, imaginativas y convenientes, ahorrando tiempo de manera eficaz y eficiente (Sangeeta & Ahlawat, 2018). La capacidad de trabajo en el reclutamiento electrónico requiere de habilidades y experiencia para manejar la información de las redes sociales y plasmarla como herramienta de conexión con la potencial fuerza laboral (Aggerholm & Andersen, 2018); finalmente, todo lo señalado abre oportunidades en la implementación de las actividades de reclutamiento y selección en el mercado laboral, cambiando la contratación tradicional en técnicas y selección más rápida (Slavic et al., 2017).
  4. Uno de los elementos fundamentales de la contratación electrónica es la *inteligencia artificial*, en el cual, tiene un impacto en los procesos de reclutamiento; tales como la selección del candidato, construcción de relaciones, calidad en contratación, programación, decisiones imparciales, ahorro de tiempo, esfuerzo y reserva de talentos (Nawaz, 2019); a su vez, proporciona el razonamiento para interpretar percepciones, resolver problemas, sacar inferencias y determinar acciones; llevando a cabo actividades de forma autónoma e independiente (Esch et al., 2019). La IA genera procesos dinámicos en la información obtenida sobre los postulantes, beneficiando el proceso de contratación debido a la ejecución de resultados de calidad y comunicación (Zamil & Alsharqi, 2019); en el cual, los factores transformadores de la IA son las aplicaciones, utilizadas para entrevistas, escaneos, verificaciones de datos, también, propone servicios compensatorios, que miden la intensidad del equipo

(Umachandran, 2021); generando datos no estructurados y con ello elaborar el perfil idóneo de un candidato (Gupta et al., 2018).

5. Los autores concluyeron en función a la *ética*, que los medios de comunicación es parte esencial en el proceso de contratación; sin embargo, los reclutadores deben tener cuidado en optar comportamientos no éticos, como redactar anuncios laborales con demasiada información (Koch et al., 2018); por ello, las organizaciones deberían adoptar un sistema de valores; debido a que gestiona el cumplimiento de las normas de la empresa, estimula satisfacción y beneficios estables en el trabajo (Piwowar & Mroziowski, 2020). Por otro lado, el elemento fundamental de la contratación que es la IA, debe cumplir con estándares de ética, especialmente si tuvo una influencia potencial en usuarios (Brendel et al., 2021); también se evidenció mediante los hallazgos que los términos del sitio web garantizan las normas que regulan la ética; por ello, los reclutadores y postulantes tienen la obligación de familiarizarse con la política de privacidad de la organización (Reuter, 2020); asimismo, los sitios web corporativos ayudan a comunicar la responsabilidad social empresarial, dando como resultado el conocimiento de los colaboradores sobre el vínculo entre el comportamiento organizacional respetuoso y el medio ambiente con la ciudadanía corporativa (Casher et al., 2018).



## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda para futuras investigaciones delimitar el ámbito de ejecución, en el cual se desarrolla la contratación electrónica; considerando que el acceso a la tecnología es uno de los factores que determina los resultados, por lo tanto, en países de vía de desarrollo la contratación electrónica es un factor que se encuentra en inconvenientes por el escaso conocimiento tecnológico a diferencia de los países desarrollados, en el cual la tecnología es parte de su vida diaria, por lo tanto los procesos se desarrollan con mayores resultados; también debe comparar los hallazgos con los países más desarrollados para ver en qué medida se podrían generalizarse en vez de un contexto en específico; finalmente, la contratación electrónica debe ser estudiada constantemente debido a las nuevas tendencias en el área de contratación.
2. Se recomienda para futuras investigaciones establecer modelos específicos de contratación electrónica que sea dirigido básicamente para las micros y pequeñas empresas, otros modelos para la mediana y también para las grandes empresas; considerando que la organización sigue procesos diferenciados y están direccionado a la contratación electrónica; en instituciones públicas tiene que ceñirse a modelos específicos que están delimitados por las normas legales de su propio país, por lo tanto, los modelos específicos debe tener diferenciadores precisas en el momento de implementación; es por ello que también es fundamental investigar sobre las estrategias de publicidad que se emplearan en dichos lugares.
3. Se recomienda para futuras investigaciones combinar técnicas tradicionales y modernas con el fin que en un periodo definido por la empresa se involucre herramientas digitales en su totalidad, capacitando a los empleados y realizando estrategias que le permita tener un reclutamiento con más aceptación del candidato ideal; así mismo la aplicación del reclutamiento en línea a los sectores gubernamentales considerando que en dichos sectores los procesos de contratación son mayormente manuales tomando en consideración las nuevas propuestas de reclutamiento que le permitirá a las instituciones tener mayor accesibilidad, optimizar tiempo y tener mayor alcance de futuros colaboradores en el proceso de contratación.

4. Se recomienda para futuras investigaciones averiguar sobre diferentes tipos de tecnología para la utilización en recursos humanos en poder identificar la precisión del talento que se requiere y también analizar las plataformas de redes sociales con la tecnología de inteligencia artificial; asimismo, tener en cuenta el costo y el tiempo de la implementación del proyecto usando la inteligencia artificial, también factores como la pérdida momentánea de internet en las organizaciones y la falta de disponibilidad de datos de información, investigar a profundidad herramientas tecnológicas de respaldo sobre la base de datos e información para las organizaciones.
5. Se recomienda para futuras investigaciones examinar sobre el reglamento de las normas de ética empresarial en el reclutamiento en línea, también si realmente son ejecutadas con transparencia y cooperan de manera sincrónica hacia el futuro colaborador; es decir, si ponen en conocimiento las normas de privacidad de la organización y la manera de ejecución para la tranquilidad emocional del empleador. El procedimiento de la ética debe ser articulado en las normas de la organización y ser investigada en el manejo de distintas herramientas como las redes sociales, asimismo, se debe investigar si los trabajadores que no cumplen con el Código de ética informada e impuesta en la organización son sancionados debidamente.

## REFERENCIAS

- Abdul, C., Wang, W. & Li, Y. (2020). The impact of technology on recruitment process. *Issues in Information Systems*, 21(4), 9-17.
- Aggerholm, H. & Andersen, S. (2018). Social Media Recruitment 3.0. *Journal of Communication Management*, 22(2), 122–137.
- Aguado, D., Andrés, J., García, A. & Rodríguez, J. (2019). LinkedIn Big four: job performance validation in the ICT sector. *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones*, 35(2), 53-64.
- Ahlawat, M. (2018). E-recruitment Via Social Networking Sites: A Comparative Study with Traditional Recruitment Methods. *International journal for research in applied science and engineering technology*, 4(4), 605-615.
- Alansaari, O., Yusoff, R. & Ismail, F. (2019). The mediating effect of employee commitment on recruitment process towards organizational performance in UAE organizations. *Management Science Letters*, 9(1), 169-182.
- Alashmawy, A. & Yazdanifard, R. (2019). A Review of the Role of Marketing in Recruitment and Talent Acquisition. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 6(7), 569-581.
- Ali, S., Foreman, J., Capasso, A., Jones, A., Tozan, Y. & Clemente, R. (2020). Social media as a recruitment platform for a nationwide online survey of COVID-19 knowledge, beliefs, and practices in the United States: methodology and feasibility analysis. *BMC medical research methodology*, 116(1), 1-11.
- Arnao, L. & Sala, J. (2020). *La revisión de la literatura científica*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Alsaghir, L., Abdallah, N. & Bazan, S. (2020). Optimizing Recruitment Online. *International Journal of E-Business Research*, 16(4), 18–33.
- Arifin, A., Raza, H., Saputra, J. & Puteh, A. (2020). The Influence of Recruitment and Career Development Towards Employee Performance: A Mediating Role of Competence. *Talent development and excellence*, 12(1), 1040-1055.
- Arriojas, J. & Marín, T. (2021). Producción científica en ingeniería: análisis comparativo de países de Sur América del 2008 al 2018. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(3), 84-93.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Cd. de México: Grupo Editorial Patria (3°ed.).

- Berber, N., Dordevic, B. & Milanovic, S. (2018). Electronic Human Resource Management (e-HRM): A New Concept for Digital Age. *Strategic management journal*, 23(2), 22-32.
- Black, J. & Esch, P. (2019). AI-enabled recruiting: ¿What is it and how should a manager use it? *Business Horizons*, 63(2), 215-226.
- Blumenberg, C., Menezes, A., Goncalves, H., Assunçao, M., Wehrmeister, F. & Barros, A. (2019). How different online recruitment methods impact on recruitment rates for the web-based coortesnaweb project: a randomised trial. *BMC medical research methodology*, 19(1), 1-9.
- Bondarouk, T., Parry, E. & Furtmueller, E. (2017). Electronic HRM: four decades of research on adoption and consequences. *International journal of human resource management*, 28(1), 98-131.
- Boscai, B. & Abrudan, D. (2017). Best practices in the process of recruiting human resources in the digital age. *Academy of strategic management journal*, 1(1), 324-331.
- Brandao, C., Morais, C., Dias, S., Silva, A. & Mario, R. (2017). Using Online Recruitment: Implicit Theories and Candidates Profile. *Advances in intelligent systems and computing*, 571(1), 293–301.
- Brandao, C., Silva, R. & Santos, J. (2018). Online recruitment in Portugal: Theories and candidate profiles. *Journal of Business Research*, 94(1), 273-279.
- Brendel, A., Mirbabaie, M., Lembcke, T. & Hofeditz, L. (2021). Ethical Management of Artificial Intelligence. *Sustainability*, 13(4), 01-18.
- Buchanan, E. (2017). Considering the ethics of big data research: a case of Twitter and ISIS / ISIL. *Plos One*, 12(12), 1-6.
- Campos, R., Arrazola, M. & Hevia, J. (2017). Finding the right employee online: determinants of internet recruitment in Spanish firms. *Applied Economics*, 50(1), 79–93.
- Carhuancho, I., Nolzaco, F., Sicheri, L., Guerrero, M. & Casana, K. (2019). *Metodología para la investigación holística*. Guayaquil: Edición UIDE.
- Carpentier, M., Hoye, G. & Weijters, B. (2019). Attracting applicants through the organization's social media page: Signaling employer brand personality. *Journal of Vocational Behavior*, 115(1), 01-14.

- Casher, B., Westerman, J. & Bergman, S. (2018). Recruiting with ethics in an online era: Integrating corporate social responsibility with social media to predict organizational attractiveness. *Journal of Vocational Behavior*, 109(1), 101-117.
- Castillo, J. (2019). Innovación y transferencia: la implementación del hallazgo. *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 64(4), 47-56.
- Cavoukian, A., Nebeker, C., Devon, K. & Morrison, M. (2017). Ethics and Privacy Implications of Using the Internet and social media to Recruit Participants for Health Research: A Privacy by Design Framework for Online Recruitment. *Journal of medical internet research*, 19(4), 01-14.
- Codina, L. (2018). *Revisiones bibliográficas sistematizadas: procedimientos generales y Framework para ciencias humanas y sociales*. Barcelona: Máster Universitario en Comunicación Social. Departamento de Comunicación. Universitat Pompeu Fabra.
- Chernyshova, L. & Melnychenko, A. (2017). Administrative aspects of the labor conditions change's organization for increase of personnel work's productivity. *Economics*, 4(32), 78-84.
- Chocarro, R., Cortinas, M. & Villanueva, M. (2021). Different channels for different services: Information sources for services with search, experience and credence attributes. *The Service Industries Journal*, 41(3-4), 261-284.
- Crispieri, G. (2019). Factores de éxito y fracaso en la gestión de proyectos: un enfoque en las mejores prácticas. *Project Design and Management*, 1(1), 65-76.
- Czubarski, A., Ramírez, A. & Paprocki, L. (2020). *Análisis contable administrativo del presupuesto participativo Posadas 2016*. Misiones: Universidad Nacional de Misiones.
- Delgado, D. & Chávez, G. (2018). Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 18, 1-18.
- Dokey, S. & Abunar, M. (2021). The Effectiveness Of E-Recruitment in Attracting Talented Employees: A Study on Saudi Managers. *Journal of egyptian archaeology* 18(12), 144-154.

- Elliott, J., Synnot, A., Turner, T., Simmonds, M., Akl, E., Donald, S. & Pearson, L. (2017). Living systematic review: 1. Introduction—the why, what, when, and how. *Journal of clinical epidemiology*, 9(1), 23-30.
- Esch, P. & Black, J. (2019). Factors that influence new generation candidates to engage with and complete digital, AI-enabled recruiting. *Business Horizons*, 62(6), 729-739.
- Esch, P. & Mente, M. (2018). Marketing video-enabled social media as part of your e-recruitment strategy: Stop trying to be trendy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44(1), 266-273.
- Esch, P., Black, J. & Ferolie, J. (2019). Marketing AI recruitment: The next phase in job application and selection. *Computers in Human Behavior*, 90(1), 215–222.
- Espinoza, D. (2019). Consideraciones éticas en el proceso de una publicación científica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(3), 226-230.
- Espinoza, E. (2018). El problema de investigación. *Conrado*, 14(64), 22-32.
- Fernandez, J., Zafra, J., Goicochea, S., Peralta, C. & Taype, A. (2019). Aspectos básicos sobre la lectura de revisiones sistemáticas y la interpretación de meta-análisis. *Acta Med Peru*, 36(2), 157-69.
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espíritu Emprendedor TES*, 4(3), 65-76.
- Fiesler, C. & Proferes, N. (2018). Participant perceptions of Twitter research ethics. *Social media + society*, 4(1), 1-14.
- Ford, K., Albritton, T., Dunn, T., Crawford, K., Neuwirth, J. & Bull, S. (2019). Youth study recruitment using paid advertising on Instagram, Snapchat, and Facebook: cross-sectional survey study. *JMIR mhealth and uhealth*, 5(4), 1-9.
- Freire, E. (2020). La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico. *Conrado*, 16(75), 103-110.
- Gilch, P. & Sieweke, J. (2020). Recruiting digital talent: The strategic role of recruitment in organisations digital transformation. *German Journal of Human Resource Management*, 35(1), 53-82.
- Golovko, D. & Schumann, J. (2019). Influence of company Facebook activities on recruitment success. *Journal of Business Research*, 104(1), 161-169.

- Gómez, F. (2019). La importancia del e-recruitment en la moderna gestión de recursos humanos. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, 6(2), 33-39.
- Grijalva, P., Cornejo, G., Gómez, R., Real, K. & Fernández, A. (2019). Herramientas colaborativas para revisiones sistemáticas. *Revista espacios*, 40(25), 1-10.
- Gupta, P., Fernandes, S. & Jain, M. (2018). Automation in recruitment: a new frontier. *Journal of cases on information technology*, 8(2), 118-125.
- Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Cd. de México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Hosain, S., Manzurul, A. & Hossin, M. (2020). E-recruitment: A Social Media Perspective. *Journal of the university of electronic science and technology of china*, 16(4), 51-62.
- Johnson, R., Stone, D. & Lukaszewski, K. (2020). The benefits of EHRM and AI for talent acquisition. *Journal of Tourism Futures*, 7(1), 40-52.
- Kamp, K., Herbell, K., Magginis, W., Berry, D. & Given, B. (2019). Facebook recruitment and the protection of human subjects. *Western journal of nursing research*, 41(9), 1270-1281.
- Kanagavalli, G., Seethalakshmi, R. & Sowdamini, T. (2019). A systematic review of the literature on the recruitment and selection process. *Agora: a journal of the humanities and the social sciences*, 7 (2), 01-09.
- Kanu, I. (2019). Igwebuike research methodology: A new trend for scientific and wholistic investigation. *IGWEBUIKE: An African Journal of Arts and Humanities*, 5(4), 95-105.
- Keppeler, F. (2020). Employer Branding and Recruitment: Social Media Field Experiments. *Public Administration Review*, 1(1),1-13.
- Khatua, A. & Nejdil, W. (2020). Matching Recruiters and Jobseekers on Twitter. *IEEE/ACM transactions on networking*, 1(1), 266-269.
- Koch, T., Gerber, C. & Klerk, J. (2018). The impact of social media on recruitment: ¿Are you LinkedIn? *International journal of human resource management*, 16 (0), 1-14.
- Kulal, A. (2020). Ethical issues in recruitment, selection and its impact on job satisfaction a study with reference to the permanent teachers of government

- first grade colleges in Dakshina Kannada district. *Social science research*, 18(1), 12-17.
- Laurim, V., Arpaci, S., Prommegger, B. & Krcmar, H. (2021). Computer, Whom Should I Hire? Acceptance Criteria for Artificial Intelligence in the Recruitment Process. *University of hawaii law review*, 4(10), 5495.
- Lee, L., Guzzo, R., Madera, J. & Guchait, P. (2020). Examining Applicant Online Recruitment: The Use of Fictitious Websites in Experimental Studies. *Cornell Hospitality Quarterly*, 62(1), 76-88.
- León C. & Moreno, M. (2020). Marco Teórico para una Revisión de Literatura Sistemática. *Revista Salud y Conducta Humana*, 7(1), 10-23.
- Linares, E., Hernández, V., Domínguez, J., Fernández, S., Hevia, V., Mayor, J., Padilla, B. & Ribal, M. (2018). Metodología de una revisión sistemática. *Actas Urológicas Españolas*, 42(8), 499-506.
- Liu, J., Chang, S., Xu, Y., Wu, G. & Chang, S. (2021, March). Using AI to Enhance Recruitment Effect. *Journal of Physics: Conference Series*, 1827(1), 01-04.
- Lochner, K. & Preub, A. (2018). Digitales Recruiting. *Gruppe. Interaktion. Organisation. Zeitschrift für angewandte organisationspsychologie (GIO)*, 49(3), 193–202.
- Martínez, P., Urgoiti, J., Díez, F. & Solabarrieta, J. (2021). The Digital Transformation of the Talent Management Process: A Spanish. *Sustainability*, 13(4), 01-16.
- Moreno, B., Muñoz, M., Cuellar, J., Domancic, S. & Villanueva, J. (2018). Revisiones Sistemáticas: definición y nociones básicas. *Revista Clínica de Periodoncia, Implantología y Rehabilitación Oral*, 11(3), 184–186.
- Muduli, A. & Trivedi, J. (2020). Social media recruitment: the role. *Evidence-based hrm: a global forum for empirical scholarship*, 8(2), 237-251.
- Munn, Z., Peters, M., Stern, C., Tufanaru, C., Arthur, A. & Aromataris, E. (2018). ¿Revisión sistemática o revisión del alcance? Orientación para los autores a la hora de elegir entre un enfoque de revisión sistemática o de alcance. *Metodología de investigación médica de BMC*, 18(1), 1-7.
- Musker, M., Short, C., Licinio, J., Wong, M. & Bidargaddi, N. (2020). Using behaviour change theory to inform an innovative digital recruitment strategy in a mental health research setting. *Journal of Psychiatric Research*, 120(1), 1–13.



- Nawaz, N. (2019). How far have we come with the study of artificial intelligence for recruitment process? *International journal of scientific & technology research*, 8(07), 488-493.
- Niehueser, W. & Boak, G. (2020). Introducing artificial intelligence into a human resources function. *Industrial and Commercial Training*, 52(2), 121–130.
- Okolie, U. & Irabor, I. (2017). E-recruitment: practices, opportunities and challenges. *European journal of management and business economics*, 9(11), 116-122.
- Palac, H., Alam, N., Kaiser, S., Ciolino, J., Lattie, E. & Mohr, D. (2018). A practical do-it-yourself recruitment framework for concurrent eHealth clinical trials: Simple architecture (Part 1). *Journal of medical Internet research*, 20(11), 01-11.
- Palos, P., Saura, J. & Debasá, F. (2018). The influence of social networks on the development of recruitment actions that favor user interface design and conversions in mobile applications powered by linked data. *Mobile information systems*, 1(1), 1-11.
- Papakonstantinidis, S. (2017). The use of social media in reducing professional uncertainty: an exploratory study. *Business Perspectives*, 1(1), 6-13.
- Pasternak, O., Veloutsou, C. & Morgan, A. (2017). Self-presentation, privacy and electronic word-of-mouth in social media. *Journal of Product and Brand Management*, 26(4), 415-428.
- Piowar, K. & Mroziewski, R. (2020). Management by values: a case study of a recruitment company. *International journal of contemporary hospitality management*, 19(1), 29-60.
- Pollock, A. & Berge, E. (2018). How to do a systematic review. *International Journal of Stroke*, 13(2), 138-156.
- Prieto, M. & Rumbo, J. (2018). La revisión sistemática: pluralidad de enfoques y metodologías. *Enfermería Clínica*, 28(6), 387-393.
- Quesada, C. & Coronas, M. (2017). Procedimientos de medición del tamaño funcional: un mapeo sistemático de literatura. *Ibero-American Conference on Software Engineering*, 20(1), 1-14.
- Rahman, M., Aydin, E., Haffar, M. & Nwagbara, U. (2020). The role of social media in e-recruitment process: empirical evidence from developing countries in

- social network theory. *Journal of Enterprise Information Management*, 1(1), 1-22.
- Reuter, K. (2020). Social Media for Clinical Trial Recruitment: ¿How Real is the Potential? *Innovations in clinical neuroscience*, 4(1), 34-39.
- Sabán, M. (2021). Edición de revistas científicas en el ámbito universitario. *Revista Guatemalteca de Cultura*, 1(2), 44-51.
- Salvador, J., Marco, G. & Arquero, R. (2018). Las revisiones sistemáticas en Biblioteconomía y Documentación: análisis y evaluación del proceso de búsqueda. *Revista Española de Documentación Científica*, 41(2), 1-19.
- Serracín, R. (2020). *Guía de procedimientos para la gestión del cronograma en los proyectos constructivos de la empresa Grupo CRN*. Para optar el grado de Ing. en Construcción. Cartago: Instituto Tecnológico de Costa Rica.
- Sievert, M., Vogel, D. & Feeney, M. (2020). Formalization and Administrative Burden as Obstacles to Employee Recruitment: Consequences for the Public Sector. *Review of Public Personnel Administration*, 5 (4), 1-28.
- Slavic, A., Bjekic, R. & Berber, N. (2017). The role of the internet and social networks in recruitment and selection process. *Strategic management journal*, 22(3), 36-43.
- Smythe, S., Grotluschen, A. & Buddeberg, K. (2020). The automated literacies of e-recruitment and online services. *Studies in the Education of Adults*, 16(1), 01-19.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104(1), 333-339.
- Solangi, S., Shaikh, R., Solangi, Z., Ahmed, K., Khashkeli, S., Solangi, A. & Shaikh, N. (2021). A Framework of E-Recruitment System for Law Enforcement Agencies Government of Pakistan. *Gorteria tijdschrift voor de floristiek*, 34(7), 64-77.
- Strohmeier, S. (2020). Digital management of human resources: a conceptual clarification. *German journal of human resource management*, 34 (3), 345-365.
- Torres, A., Guerrero, F. & Paradas, M. (2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas ferreteras. *CICAG: Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*, 14(2), 284-303.

- Torrez, J. (2018). El marco teórico referencial y los enfoques de investigación. *Apthapi*, 4(1), 1036-1062.
- Umachandran, K. (2021). Application of artificial intelligence for recruitment in manufacturing industries. *Journal of emerging technologies in accounting*, 1(1), 11-18.
- Vadeboncoeur, C., Foster, C. & Townsend, N. (2018). Challenges of research recruitment in a university setting in England. *Health promotion international*, 33(5), 878-886.
- Vargas, L. (2020). Aspectos financieros para formulación, ejecución y evaluación del plan estratégico. *Libros Universidad Nacional Abierta y a Distancia*, 5(1), 245-288.
- Vetrakova, M., Hitka, M., Potkany, M., Lorincova, S. & Smerek, L. (2018). Corporate sustainability in the process of employee recruitment through social networks in conditions of Slovak small and medium enterprises. *Sustainability*, 10(5), 1-17.
- Villeda, M. & Camey, R. (2019). Use of social networking sites for recruiting and selecting in the hiring process. *International business research*, 12(3), 66-78.
- Woods, S., Ahmed, S., Nikolaou, I., Costa, A. & Anderson, N. (2019). Personnel selection in the digital age: a review of validity and applicant reactions, and future research challenges. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 64-77.
- Woon, C. & Singh, J. (2019). Intention to use e-recruitment system: empirical evidence from jobseekers in the advertising industry in Malaysia. *International Journal of Business, Economics and Management*, 6(2), 76-86.

## ANEXOS

### Anexo 1

#### *Lista de estudios totales*

<b>Código</b>	<b>Autor y año</b>	<b>Título</b>
A1	Okolie & Irabor (2017)	Electronic contracting: practices, opportunities and challenges
A2	Abdul, et al. (2020)	The impact of technology on the hiring process
A3	Laurim et al. (2021)	Computer, who to hire? AI criteria in the selection process
A4	Ali, et al. (2020)	Social media as a recruiting platform for online survey
A5	Lee et al. (2020)	Applicant Online Recruitment Examination: The Use of Fictitious Websites in Experimental Studies
A6	Gilch & Sieweke (2020)	Digital talent recruitment
A7	Alsaghir, et al. (2020)	Online recruitment optimization
A8	Rahman, et al. (2020)	The role of social networks in the electronic contracting process
A9	Koch, et al. (2018)	The impact of social media on hiring: ¿are you LinkedIn?
A10	Sievert et al. (2020)	Formalization and administrative burden as obstacles to hiring employees
A11	Keppeler (2020)	Recruitment and Employer Branding: Social Media Field Experiments
A12	Lochner & Preub (2018)	Digital Recruitment
A13	Boscai & Abrudan (2017)	Best practices in the HRM recruitment process in the digital age
A14	Brandao et al. (2018)	Online Recruitment in Portugal: Theories and Candidate Profiles
A15	Esch, et al. (2019)	Marketing AI Recruitment: Application and Job Selection Phase
A16	Slavic, et al. (2017)	The role of the internet and social media in the recruitment and selection process
A17	Alansaari, et al. (2019)	The mediating effect of employee engagement in the hiring process towards organizational performance
A18	Alashmawy & Yazdanifard (2019)	A Review of the Role of Marketing in Talent Hiring and Acquisition
A19	Hosain, et al. (2020)	Electronic Recruitment: A Social Media Perspective
A20	Esch & Mente (2018)	Social media with video as an electronic recruiting strategy
A21	Sangeeta & Ahlawat (2018)	Electronic contracting through social networking sites
A22	Solangi et al. (2021)	Framework of e-Procurement System for Law Enforcement Agencies Government of Pakistan
A23	Strohmeier (2020)	Digital human resource management: a conceptual clarification
A24	Carpentier, et al. (2019)	Attract applicants through the organization's social media page
A25	Golovko & Schumann (2019)	Influence of company Facebook activities on recruitment success
A26	Woon & Singh (2019)	Intention to use the electronic contracting system
A27	Esch & Black (2019)	Factors Influencing Next Generation Candidates To Engage And Complete AI-Enabled Digital Recruitment
A28	Martinez, et al. (2021)	The digital transformation of talent in the management process
A29	Campos, et al. (2017)	Find the right employee online
A30	Gupta, et al. (2018)	Automation in hiring
A31	Woods, et al. (2019)	Recruitment in the digital age
A32	Nawaz (2019)	The study of artificial intelligence for the selection process
A33	Black & Esch (2019)	AI Enabled Recruitment: ¿What Is It And How Should A Manager Use It?
A34	Aggerholm & Andersen (2018)	Recruitment in social networks 3.0.
A35	Muduli & Trivedi (2020)	Social Media Recruitment: The Role
A36	Brandao, et al. (2017)	Using Online Recruitment: Implicit Theories and Candidate Profile
A37	Johnson et al. (2020)	The benefits of eHRM and AI for talent acquisition
A38	Musker et al. (2020)	Using behavior change theory to inform an innovative digital recruitment strategy in a research setting
A39	Niehueser & Boak (2020)	Introduce artificial intelligence into an HR function
A40	Gómez (2019)	The Importance of Electronic Recruitment in Modern HRM Management
A41	Blumenberg, et al. (2019)	How Different Online Recruitment Methods Impact Recruitment Rates for the web-based coortesnaweb project
A42	Smythe, et al. (2020)	Automated e-recruitment literacies and online services
A43	Arifin, et al. (2020)	The Influence of Hiring and Professional Development on Performance
A44	Liu, et al. (2021)	Using AI to enhance the recruitment effect
A45	Palac, et al. (2018)	Selection of personnel for concurrent essential clinical trials
A46	Bondarouk et al. (2017)	Electronic HRM: Four Decades of Research on Adoption and Consequences
A47	Cavoukian, et al. (2017)	Ethical and privacy implications of the use of the Internet and social networks
A48	Vadeboncoeur, et al. (2018)	Challenges of recruiting researchers at a university in England
A49	Reuter (2020)	Social networks for recruiting clinical trials
A50	Brendel, et al. (2021)	Ethical management of artificial intelligence

<b>Código</b>	<b>Autor y año</b>	<b>Título</b>
A51	Casher, et al. (2018)	Ethical Recruitment in an Online Age
A52	Kanagavalli, et al. (2019)	A systematic review on the recruitment and selection process
A53	Piwowar & Mroziewski (2020)	Management by Values: Recruitment Company Case Study
A54	Khatua & Nejdil (2020)	Match recruiters and job applicants on Twitter
A55	Berber et al. (2018)	Electronic human resource management (e-HRM): a new concept for the digital age
A56	Papakonstantinidis (2017)	The use of social media to reduce career uncertainty
A57	Villeda & Camey (2019)	Use of social media sites for recruitment and selection in the hiring process
A58	Kulal (2020)	Ethical issues in hiring, selection and impact on job satisfaction
A59	Pasternak et al. (2017)	Self-presentation, privacy and electronic word of mouth on social media
A60	Buchanan (2017)	Considering the ethics of big data research
A61	Dokey & Abunar (2021)	The effectiveness of e-recruiting in attracting talented employees
A62	Ford et al. (2019)	Recruitment of youth studies through paid advertising on Instagram, Snapchat and Facebook
A63	Aguado et al. (2019)	LinkedIn Big four: validation of job performance in the ICT sector.
A64	Kamp et al. (2019)	Recruitment on Facebook and protection of human subjects
A65	Fiesler & Proferes (2018)	Participants' perceptions of the ethics of Twitter research
A66	Vetrakova et al. (2018)	Corporate sustainability in the process of recruiting employees through social media in the conditions of Slovak small and medium-sized enterprises
A67	Palos et al. (2018)	The influence of social networks in the development of selection actions that favor the design of user interfaces and conversions in mobile applications driven by linked data
A68	Umachandran (2021)	Application of artificial intelligence to recruitment in manufacturing industries

## Anexo 2

### Lista de estudios seleccionados

Código	Autor y año	Título
A1	Okolie & Irabor (2017)	Contratación electrónica: prácticas, oportunidades y desafíos
A2	Abdul, et al. (2020)	El impacto de la tecnología en el proceso de contratación
A3	Laurim et al. (2021)	Computadora ¿a quién contratar? Criterios de la IA en proceso de selección
A4	Ali, et al. (2020)	Las redes sociales como plataforma de reclutamiento para encuesta en línea
A6	Gilch & Sieweke (2020)	Reclutamiento de talento digital
A7	Alsaghir, et al. (2020)	Optimización del reclutamiento en línea
A8	Rahman, et al. (2020)	El papel de las redes sociales en el proceso de contratación electrónica
A9	Koch, et al. (2018)	El impacto de las redes sociales en la contratación: ¿eres LinkedIn?
A12	Lochner & Preub (2018)	Reclutamiento Digital
A13	Boscai & Abrudan (2017)	Mejores prácticas en el proceso de reclutamiento de HRM en la era digital
A15	Esch, et al. (2019)	Reclutamiento de IA de marketing: fase en la solicitud y selección de empleo
A16	Slavic, et al. (2017)	El papel de internet y las redes sociales en el proceso de contratación y selección
A17	Alansaari, et al. (2019)	El efecto mediador del compromiso de los empleados en el proceso de contratación hacia el desempeño organizacional
A19	Hosain, et al. (2020)	Reclutamiento electrónico: una perspectiva de las redes sociales
A20	Esch & Mente (2018)	Las redes sociales con video como estrategia de reclutamiento electrónico
A21	Sangeeta & Ahlawat (2018)	Contratación electrónica a través de sitios de redes sociales
A22	Solangi et al. (2021)	Marco del sistema de contratación electrónica para los organismos encargados de hacer cumplir la ley Gobierno de Pakistán
A23	Strohmeier (2020)	Gestión digital de recursos humanos: una aclaración conceptual
A24	Carpentier, et al. (2019)	Atraer solicitantes a través de la página de redes sociales de la organización
A25	Golovko & Schumann (2019)	Influencia de actividades de Facebook de la empresa en el éxito del reclutamiento
A26	Woon & Singh (2019)	Intención de utilizar el sistema de contratación electrónica
A27	Esch & Black (2019)	Factores que influyen en los candidatos de nueva generación para que se involucren y completen el reclutamiento digital habilitado por IA
A28	Martinez, et al. (2021)	La transformación digital del talento en el proceso de gestión
A29	Campos, et al. (2017)	Encontrar al empleado adecuado online
A30	Gupta, et al. (2018)	Automatización en la contratación
A31	Woods, et al. (2019)	La selección de personal en la era digital
A32	Nawaz (2019)	El estudio de la inteligencia artificial para el proceso de selección
A33	Black & Esch (2019)	Reclutamiento habilitado por IA: ¿Qué es y cómo debe usarlo un gerente?
A34	Aggerholm & Andersen (2018)	Reclutamiento en redes sociales 3.0.
A35	Muduli & Trivedi (2020)	Reclutamiento en redes sociales: el rol
A36	Brandao, et al. (2017)	Uso del reclutamiento en línea: teorías implícitas y perfil de los candidatos
A37	Johnson et al. (2020)	Los beneficios de eHRM e IA para la adquisición de talento
A39	Niehueser & Boak (2020)	Introducir la inteligencia artificial en una función de recursos humanos
A40	Gómez (2019)	La importancia del reclutamiento electrónico en la moderna gestión de HRM
A41	Blumenberg, et al. (2019)	Cómo los diferentes métodos de reclutamiento en línea impactan en las tasas de reclutamiento para el proyecto coortesnaweb basado en la web
A42	Smythe, et al. (2020)	Alfabetizaciones automatizadas de contratación electrónica y servicios en línea
A43	Arifin, et al. (2020)	La influencia de la contratación y el desarrollo profesional en el desempeño
A44	Liu, et al. (2021)	Uso de IA para mejorar el efecto de reclutamiento
A45	Palac, et al. (2018)	Selección de personal para los ensayos clínicos simultáneos de salud
A46	Bondarouk et al. (2017)	HRM electrónico: cuatro décadas de investigación sobre adopción y consecuencias
A47	Cavoukian, et al. (2017)	Implicaciones éticas y de privacidad del uso de Internet y las redes sociales
A48	Vadeboncoeur, et al. (2018)	Desafíos del reclutamiento de investigadores en una universidad en Inglaterra
A49	Reuter (2020)	Redes sociales para el reclutamiento de ensayos clínicos
A50	Brendel, et al. (2021)	Gestión ética de la inteligencia artificial
A51	Casher, et al. (2018)	Reclutamiento con ética en una era en línea
A52	Kanagavalli, et al. (2019)	Una revisión sistemática sobre el proceso de reclutamiento y selección
A53	Piowar & Mroziwski (2020)	Gestión por valores: estudio de caso de empresa de reclutamiento
A54	Khatua & Nejdli (2020)	Emparejar reclutadores y solicitantes de empleo en Twitter
A55	Berber et al. (2018)	Gestión electrónica de recursos humanos (e-HRM): un nuevo concepto para la era digital
A56	Papakonstantinidis (2017)	El uso de las redes sociales para reducir la incertidumbre profesional
A57	Villeda & Camey (2019)	Uso de sitios de redes sociales para reclutamiento y selección en el proceso de contratación
A58	Kulal (2020)	Cuestiones éticas en contratación, selección e impacto en la satisfacción laboral
A59	Pasternak et al. (2017)	Selfi-presentación, privacidad y boca a boca electrónica en las redes sociales
A60	Buchanan (2017)	Considerando la ética de la investigación de big data
A61	Dokey & Abunar (2021)	La eficacia de la contratación electrónica para atraer empleados talentosos

<b>Código</b>	<b>Autor y año</b>	<b>Título</b>
A62	Ford et al. (2019)	Reclutamiento de estudios de jóvenes mediante publicidad pagada en Instagram, Snapchat y Facebook
A63	Aguado et al. (2019)	LinkedIn Big four: validación del desempeño laboral en el sector de las TIC.
A64	Kamp et al. (2019)	Reclutamiento en Facebook y protección de sujetos humanos
A65	Fiesler & Proferes (2018)	Percepciones de los "participantes" sobre la ética de la investigación de Twitter
A66	Vetrakova et al. (2018)	Sostenibilidad corporativa en el proceso de contratación de empleados a través de las redes sociales en las condiciones de las pequeñas y medianas empresas eslovacas
A67	Palos et al. (2018)	La influencia de las redes sociales en el desarrollo de acciones de selección que favorezcan el diseño de interfaces de usuario y conversiones en aplicaciones móviles impulsadas por datos enlazados
A68	Umachandran (2021)	Aplicación de la inteligencia artificial para la contratación en industrias manufactureras

## Anexo 3

### Rejilla de artículos

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-1	Okolie, U. C., & Irabor, I. E. (2017). E-recruitment practices, opportunities and challenges. European Journal of Business and Management, 9(11), 116-122.	Okolie, U. C. e Irabor, I. E. (2017). Contratación electrónica: oportunidades y desafíos. Revista europea de negocios y gestión, 9(11), 116-122.	European journal of management and business economics	DOAJ	2017	Okolie & Irabor	Cualitativa	contratación electrónica, oportunidades, desafíos	encuesta del CIPD	Se puede utilizar para realizar un seguimiento y mantener las aplicaciones candidatas, entre organizaciones más grandes.	El artículo no plantea recomendaciones.	Debido a la limitación de tiempo hacia los empleados no es posible pasar por todas las aplicaciones.	La contratación se ha convertido en un proceso importante en el mercado laboral altamente competitivo.
A-2	Abdul, C., Wang, W., & Li, Y. (2020). The impact of technology on recruitment process. Issues in Information Systems, 21(4).	Abdul, C., Wang, W., & Li, Y. (2020). El impacto de la tecnología en el proceso de contratación. Problemas en los sistemas de información, 21(4).	Issues in Information Systems	DOAJ	2020	Abdul, C., Wang, W., & Li, Y.	cuantitativo y cualitativo	Tecnología de contratación, Gestión de recursos humanos	Se entrevistó a 50 personas	Se llegó a la conclusión de que las redes sociales tienen una influencia significativa en el reclutamiento o en todas las redes sociales.	Se recomendaría implementar la tecnología en el ámbito de la contratación, sujeto a una investigación sobre diferentes tipos de tecnología.	Se podría extender a preguntas adicionales según el tema de las herramientas de tecnología.	El nivel de pertinencia es alto ya que se considera la importancia del uso de tecnología en la contratación de reclutamiento.



N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-3	Laurim, V., Arpaci, S., Prommegger, B., Krcmar, H. (2021). Whom Should I Hire? Acceptance Criteria for Artificial Intelligence in the Recruitment Process. In	Reclutamiento online en Portugal: teorías y perfiles de candidatos.	University of Hawaii Law Review	EBSCO	2021	Laurim, V. Arpaci, S. Prommegger, B. Krcmar, H.	Cualitativa	Reclutados, gerentes y solicitantes	Se realizaron 15 entrevistas	La investigación contribuye a los criterios de aceptación de la IA y las medidas para superar los problemas que surgen con aprendizaje automático.	Se sugiere la implementación del control y la flexibilidad sobre los procesos.	Las limitaciones se encuentran que el tamaño de la muestra encuestada puede ser mayor.	La contribución a la literatura ofreciendo formas de influir positivamente en las actitudes y percepciones de los usuarios.
A-4	Ali, Foreman, J., Capasso, A., Jones, Y., & DiClemente, R. (2020). Social media as a recruitment platform for a nationwide online survey of COVID-19 knowledge, beliefs, and practices in the United States. BMC medical research methodology	Las redes sociales como plataforma de reclutamiento para una encuesta en línea a nivel nacional sobre los conocimientos, creencias y prácticas de COVID-19 en los Estados Unidos: metodología de investigación y análisis de viabilidad.	BMC Medical Research Methodology	DOAJ	2020	Ali, H., Foreman, J., Jones, Y., Capasso, A., DiClemente, R., Tozan, Y., & DiClemente, R. J.	Cualitativa	Redes sociales, Facebook	La población objetivo de la encuesta fueron adultos de 18 años	Facebook, como plataforma de redes sociales, puede ser una herramienta eficaz y una estrategia de investigación rentable para recopilar información valiosa.	Los subgrupos gráficos necesarios y pueden requerir implementación de estrategias suplementarias.	Todos los anuncios pasaron por proceso de revisión de Facebook y se implementaron con éxito por completo, pero algunos se desactivaron o reactivaron a lo largo del período de estudio.	La focalización complementaria basada en el género tiene el potencial para mejorar adecuadamente las tasas de respuesta de los grupos basados en ambos géneros.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-5	Lee, L., Guzzo, R. F., Madera, J. M., & Guchait, P. (2020). Examining Applicant Online Recruitment: The Use of Fictitious Websites in Experimental Studies. Cornell Hospitality.	Lee, L., Guzzo, R. F., Madera, J. M., y Guchait, P. (2020). Examen de la contratación en línea del solicitante: El uso de sitios web ficticios en estudios experimentales. Cornell Hospitality.	Cornell Hospitality	Scopus	2020	Lee, L., Guzzo, R. F., Madera, J. M., & Guchait, P.	Cuantitativo	actitudes de los solicitantes; reclutamiento	Un total de 92 estudiantes	El estudio valida el uso de sitios web ficticios como método de recolección, mostrando cómo manipular el ajuste a través de una coincidencia entre un sitio web ficticio y	En una investigación futura podría incluir otras medidas relacionadas con el ajuste y atracción organizacional,	Los investigadores de la hostelería han ignorado en su mayoría la investigación sobre actitudes de los solicitantes, particularmente en el área de contratación.	El reclutamiento basado en Internet se ha convertido cada vez más popular debido a los avances en tecnología.
A-6	Gilch, P. M., & Sieweke, J. (2020). Recruiting digital talent: The strategic role of recruitment in organisations' digital transformation. German Journal of Human Resource Management.	Gilch, P. M. y Sieweke, J. (2020). Reclutamiento de talento digital: el papel estratégico del reclutamiento en la transformación digital de las organizaciones. Revista alemana de gestión de recursos humanos: Personalforschung.	German journal of human resource management	Scopus	2020	Gilch, P. M. Sieweke, J.	Cualitativa	Transformación digital, estudio cualitativo	Se realizaron 27 entrevistas a expertos con profesionales de RR.HH. en reclutamiento	Este estudio proporciona los primeros conocimientos sobre el reclutamiento o roles durante la transformación digital como un órgano sensorial que mejora la capacidad de absorción	Se recomienda examinar la transformación digital, porque el reclutamiento juega un papel importante en la adaptación de tecnologías	La muestra de las organizaciones contiene principalmente información sobre organizaciones tradicionales, no obstante, los resultados pueden estar sesgados en la dirección de desafíos	La transformación digital en el papel de la contratación es la implementación de cambio, que ejerce actividades de contratación para diseñar y gestionar el proceso con éxito.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-7	Alsaghir, L., Abdallah, N., & Bazan, S. B. (2020). Optimizing Recruitment Online. International Journal of E-Business Research, 16(4), 18-33.	Alsaghir, L., Abdallah, N. y Bazan, S. B. (2020). Optimización del reclutamiento en línea. Revista internacional de investigación sobre comercio electrónico, 16 (4), 18-33.	International Journal of e-business research	Scopus	2020	Alsaghir, L., Abdallah, N., & Bazan, S.	Cualitativa	canal electrónico, contratación electrónica	La muestra son 13 empresas en total.	Los canales electrónicos podrían conducir a un proceso relativamente optimizado, ya sea en términos de costo y eficiencia de tiempo, asimetría de información o oportunidad.	Se recomienda optar y elegir los canales electrónicos ya que proporcionan mejores resultados en cuanto a criterios de eficiencia y eficacia.	El número de empresas que respondieron fue limitado, ya que solo trece de ellas aceptó participar en este estudio	Los canales electrónicos proporcionan mejores resultados en cuanto a criterios de eficiencia y eficacia.
A-8	Rahman, M., Aydin, E., Haffar, M., & Nwagbara, U. (2020). The role of social media in e-recruitment process: empirical evidence from developing countries in social network theory. Journal of Enterprise Information Management	Rahman, M., Aydin, E., Haffar, M. y Nwagbara, U. (2020). El papel de las redes sociales en el proceso de contratación electrónica: evidencia empírica de los países en desarrollo en la teoría de las redes sociales. Journal of Enterprise Information Management	Journal of enterprise information management	Scopus	2020	Rahman, M., Aydin, E., Haffar, M., & Nwagbara, U	Cualitativa	Reclutamiento electrónico, Reclutamiento y selección	Se realizó un total de 37 Participantes	La investigación llegó a la conclusión de poder considerar la teoría institucional y la teoría de las redes sociales para explorar el papel de la tecnología-	Se sugiere la adopción y aplicación de plataformas en línea para una gestión de recursos humanos	La limitación es el criterio relacionado con el nivel de saturación de datos	Es fundamental que las empresas aprovechen las oportunidades que brindan los procesos de contratación electrónica

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-9	Koch, T., Gerber, C., & De Klerk, J. (2018). El impacto de las redes sociales en el reclutamiento: ¿Are you LinkedIn? SA Journal of Human Resource Management, 16.	Koch, T., Gerber, C. y De Klerk, J. (2018). El impacto de las redes sociales en la contratación : ¿eres LinkedIn? Revista SA de Gestión de Recursos Humanos, 16.	International journal of human resource management	Dialnet	2018	Koch, T., Gerber, C., & De Klerk, J.	Cualitativa	LinkedIn, redes sociales	la muestra estaba compuesta por 12 reclutadores	El hallazgo principal del impacto de las redes sociales en el proceso de contratación se deriva de LinkedIn, ya que es un importante aspecto que deben tener en cuenta los investigadores.	Hay un margen más amplio de relaciones con el uso de redes sociales y por lo tanto, no se puede aplicar a otros ajustes, debido al tamaño de muestra relativamente pequeño.	Esta investigación se limitó al contexto sudamericano y por lo tanto, no se puede aplicar a otros ajustes, debido al tamaño de muestra relativamente pequeño.	Se confirma que el uso de redes sociales para el reclutamiento o Sudamérica es alto entre reclutadores y es una parte importante de su proceso de contratación
A-10	Sievert, M., Vogel, D., & Feeney, M. K. (2020). Formalization and Administrative Burden as Obstacles to Employee Recruitment : Consequences for the Public Sector. Review of Public Personnel Administration	Sievert, M., Vogel, D., & Feeney, M. K. (2020). Formalization and Administrative Burden as Obstacles to Employee Recruitment : Consequences for the Public Sector. Review of Public Personnel Administration	Review of public personnel administration	Scopus	2020	Sievert, M., Vogel, D., & Feeney, M.	Cuantitativa	anuncio de empleo, contratación del sector público	La muestra se realizó a un grupo de estudiantes del laboratorio de investigación en la Universidad de Hamburgo	La publicidad es un mecanismo de bajo costo para mejorar la contratación .	Esta investigación cuenta con consejos específicos para la práctica de la gestión pública de recursos humanos	Se maximizó la validez externa mediante la contratación de estudiantes que pronto buscarán trabajo, solo una proporción actualmente estaba buscando trabajo	Los mercados laborales modernos requieren herramientas de contratación flexibles y la provisión de anuncios.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-11	Keppeler, F. (2020) Employer Branding and Recruitment : Social Media Field Experiments . Public Administration Review.	Keppeler, F. (2020) Reclutamiento y marca de empleador: experimento de campo en redes sociales. Revista de Administración Pública.	Public Administration review	IBZ Online	2020	Keppeler, F.	Cuantitativa	Marca de empleado, contratación	Se realizaron cuatro ensayos que alcanzó entre 45.000 y 55.000 personas	Este estudio busca incentivar a los académicos en el campo de administración pública, así como en HRM y branding	Las futuras investigaciones podrían desarrollar el mecanismo basado en señales propuestas y contribuir a una mejor comprensión de la marca del empleador.	Las limitaciones del estudio se basaron en que se necesitaron auditorías éticas y diligentes	Los anuncios en redes sociales ayudan a crear un empleador la marca y ayudar a abordar las imágenes estereotipadas negativas de los empleadores públicos.
A-12	Lochner, K., & Preuß, A. (2018). Digitales Recruiting. Gruppe. Interaktion. Organisations-Zeitschrift Für Angewandte Organisationspsychologie (GIO), 49(3), 193-202.	Lochner, K. y Preuß, A. (2018). Reclutamiento Digitales. Gruppe. Interaktion. Organisations-Zeitschrift Für Angewandte Organisationspsychologie (GIO), 49(3), 193-202.	Gruppene. Interaktion. Organisations-Zeitschrift für angewandte organisationspsychologie (GIO)	Scopus	2018	Lochner, K., & Preuß, A.	Cualitativa	Digitalización Aprendizaje automático	La evaluación se llevó a cabo de forma automática	La digitalización abarca todas las áreas de la vida y los resultados conllevan en oportunidad es en selección y evaluación.	las consideraciones éticas también son importantes en este punto, tenga en cuenta: donde hay muchos datos, pueden también utilizarse de forma incorrecta o inadecuada.	No presenta limitaciones	RR:HH. confía en la tecnología digital y en métodos de contratación y las necesarias habilidades digitales que ese rige.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-13	Boscai Beniamin, G., Denisa, A. Best practices in the process of recruiting human resources in the digital age	Boscai Beniamin, G., Denisa, A. Mejores prácticas en el proceso de reclutamiento de recursos humanos en la era digital.	Academy of Strategic Management Journal	DOAJ	2017	Boscai Beniamin, G., & Denisa, A.	Cualitativa	recursos humanos, era digital	SCO, RSM, tecnología móvil.	La tecnología, especialmente Internet, ha cambiado radicalmente el proceso de contratación, lo que lo convierte en más rápido y permitiendo el acceso a la información sobre	No presenta recomendaciones	No presenta limitaciones	la digitalización tienen una influencia importante en la gestión de los empleados dentro de las organizaciones, en los negocios, la sociedad en general
A-14	Brandao, C., Silva, R., & Santos, J. V. (2018). Online recruitment in Portugal: Theories and candidate profiles. Journal of Business Research.	Brandao, C., Silva, R. y dos Santos, J. V. (2018). Reclutamiento online en Portugal: teorías y perfiles de candidatos. Revista de Investigación en Business Research.	Journal of Business Research	Scopus	2018	Brandao, C., Silva, R., & Santos, J.	Cuantitativa	Reclutamiento online, Candidatos de trabajo	recopilamos datos de 74 participantes	Los resultados exploratorios informan a los profesionales de Recursos Humanos sobre cómo los candidatos perciben la fuente de contratación	Esta investigación presenta información crucial si se integra en los programas de contratación y selección	Se uso una muestra de conveniencia para responder a nuestras preguntas de investigación.	Esta investigación nos permite particularmente relevante cuando se considera su potencial para informar la selección de diseñadores de sistemas

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-15	Van Esch, P., Black, J. S., & Ferolie, J. (2019). Marketing AI recruitment: The next phase in job application and selection. Computers in Human Behavior, 90, 215-222.	Van Esch, P., Black, J. S. y Ferolie, J. (2019). Reclutamiento de IA de marketing: la siguiente fase en la selección y empleo. Computers in Human Behavior, 90, 215-222	Computers in human behavior	IBZ Online	2019	Van Esch, P., Black, J. S., & Ferolie, J. (	Cuantitativa	Inteligencia artificial (IA), Probabilidad de solicitud de empleo	La muestra es de 532 participant es en el cual fueron reclutados a través de una plataforma de encuestas en línea	En conclusión, la introducción de la tecnología de reclutamiento de IA para diferentes funciones de recursos humanos y decisiones de contratación pueden	Las investigaciones futuras deberían explorar otros motivadores intrínsecos	el estudio solo exploró las percepciones de los candidatos potenciales al empleo hacia el uso de la tecnología.	Más investigación puede arrojar luz verde de la voluntad de los solicitantes de empleo para utilizar la IA y otros avances tecnológicos en el proceso de contratación
A-16	Slavić, A., Bjekić, R., & Berber, N. (2017). The role of the internet and social networks in recruitment and selection process. Strategic Management Journal, 22(3), 36-43.	Slavić, A., Bjekić, R. y Berber, N. (2017). El papel de internet y las redes sociales en el proceso de contratación y selección. Gestión estratégica, 22 (3), 36-43.	Strategic management journal	Scopus	2017	Slavić, A., Bjekić, R., & Berber, N.	Cualitativa	Reclutamiento, selección, internet	160 empresas que participaron en CRANET	la contratación tradicional no es suficiente para atraer y retener una nueva generación	el artículo no presenta recomendaciones	El artículo no registra limitaciones	Los autores han intentado determinar la importancia de Internet y las redes sociales en la implementación de las actividades de recursos humanos en las empresas.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-17	Alansaari, O., Yusoff, R. B. M. D., & Ismail, F. (2019). El efecto mediador del effect of employee commitment on recruitment process towards organization performance in UAE	Alansaari, O., Yusoff, R. e Ismail, F. (2019). El efecto mediador del compromiso de los empleados en el proceso de contratación hacia el desempeño organizacional en las UAE	Management Science Letters	Online	2021	Alansaari, O., Yusoff, R. B. M. D., & Ismail, F.	cuantitativa	Proceso de contratación Compromiso de los empleados	empleados de Fujairah El Grupo Nacional (FNG)	Los hallazgos han revelado que el reclutamiento o El proceso de selección y reclutamiento podría estar procediendo internamente sobre las prácticas	El artículo no plantea recomendaciones	No registra	El proceso de contratación de cualquier organización brinda una oportunidad a la organización para obtener un conocimiento o profundo.
A-18	Alansaari, O., Yusoff, R. e Ismail, F. (2019). El efecto mediador del compromiso de los empleados en el proceso de contratación hacia el desempeño organizacional en las UAE	Alashmawy, A. y Yazdanifard, R. (2019). Una revisión del papel del marketing en la contratación y la adquisición de talento. Revista Internacional de Gestión, Contabilidad y Economía, 6 (7) EAU. Management Science Letters, 9	International Journal of Management Science Letters	Ebsco	2019	Alashmawy, A., & Yazdanifard, R.	cuantitativa	marketing de contratación, branding, adquisición de talento	Muestra el embudo de contratación y la ubicación del marketing	Esta revisión señaló cómo el marketing de reclutamiento o efectivo puede resultar en un aumento de interés en torno a una marca de talento.	sugiere que, para utilizar el contenido como una herramienta de marketing de contratación, el contenido debe reflejar la marca del empleador y debe comunicar conceptos como cultura.	No registra	Aumento del alcance en la contratación, identificación de oportunidades profesionales, creación de candidatos relaciones y gestión de la comunicación con los candidatos



N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-19	Hosain, S., Manzurul Arefin, A. H. & M. y Hossin, M. (2020). E-Recruitment: A Social Media Perspective, 16(4), 51-62.	Hosain, S., Manzurul Arefin, A. H. M. y Hossin, M. (2020). E-Recruitment: A Social Media Perspective, 16(4), 51-62.	Journal of the University of Electronic Science and Technology of China	Scopus	2020	Hosain, S., Manzurul Arefin, A. & Hossin, M.	cuantitativo	reclutamiento electrónico de comunicación social	El análisis correspondiente de Contratación Electrónica	Las redes sociales están ganando rápidamente la atención de académicos e investigador es, pero hay muy pocas evidencias	Desde redes sociales como Facebook y Twitter describe a los tomadores de decisiones a factores que igualan la legislación laboral	A pesar de tener algunas ventajas obvias, la utilización de SNI para la contratación electrónica no está libre de riesgos ni limitaciones.	El documento también se puede utilizar para formular e implementar un adecuado político de medios (SMP) con el fin de hacer oportuna y utilización eficiente
A-20	van Esch, P., & Mente, M. (2018). Marketing video-enabled social media as part of your e-recruitment strategy: Stop trying to be trendy. Journal of Retailing and Consumer Services, 44, 266-273.	van Esch, P. y Mente, M. (2018). Commercial video-enabled social media as part of your e-recruitment strategy: Stop trying to be trendy. Journal of Retailing and Consumer Services, 44, 266-273.	Journal of retailing and consumer services	DIAL NET	2018	van Esch, P., & Mente, M.	Cuantitativa	Snapchat-contratación electrónica	Se utilizó 10,000 muestras de Bootstrap	Los empleadores contemplan la posibilidad de integrar o no redes sociales en su proceso de contratación electrónica en la etapa de solicitud	El artículo no plantea recomendaciones	Hay limitaciones al investigar las actitudes de los solicitantes de empleo hacia la información personal	algunas de las organizaciones, han comenzado a reemplazar parte del proceso de contratación electrónica con plataformas de redes sociales como video, como Snapchat

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-21	Ahlawat, Sangeeta (2018). E-recruitment Via Social Networking Sites: A Comparative Study with Traditional Recruitment Methods.	Ahlawat & Sangeeta (2018). Contratación electrónica a través de sitios de redes sociales: un estudio comparativo con los métodos de contratación tradicionales	IJRAS ET: international journal for research in applied science and engineering technology	Scopus	2018	Ahlawat, Sangeeta	cuantitativo	contratación electrónica, sitios de redes sociales	Mediante el método de cuestionario, se muestra una muestra de 400 encuestados	El reclutamiento es muy popular en la era moderna. La mayoría de la organización quiere reducir su contratación proceso y el costo de contratación	El artículo no plantea recomendaciones	No registra	El candidato puede mantenerse al tanto de los nuevos desarrollos y conectarse con el mundo que lo rodea.
A-22	Solangi, S. A., Shaikh, R. A., Solangi, Z. A., Ahmed, K., Khashkeli, S. R., Solangi, A. A., & Shaikh, N. A. A Framework of E-Recruitment System for Law Enforcement Agencies Government of Pakistan.	Marco del sistema de contratación electrónica para los organismos encargados de hacer cumplir la ley Gobierno de Pakistán.	Gorteri tijdschrift voor de floristiek	Scopus	2021	Solangi, S. A., Shaikh, R. A., Solangi, Z. A., Ahmed, K., Khashkeli, S. R., Solangi, A. A., & Shaikh, N.	cuantitativa	Sistema de Contratación Computarizado, Sistema de Portal de Empleo	20 entrevistas semiestructuradas	El propósito del sistema de contratación digital en línea es proporcionar un ahorro de costos de calidad, transparencia, seguridad y optimización de resultados	El alcance de investigación se puede ampliar con el uso de dispositivos de escaneo biométrico	Muchas áreas rurales de la provincia de Sindh no pueden acceder a la conectividad a Internet.	Proporciona la solución para crear y almacenar un perfil de solicitud, y crear y anunciar vacantes, validación automatizada del sistema para condiciones de preselección según la regla departmental dada del proceso de contratación

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-23	Strohmeier, S. (2020). Digital management of human resources: a conceptual clarification. German Journal of Human Resource Management, 34 (3), 345-365.	Strohmeier, S. (2020). Gestión digital de recursos humanos: una aclaración conceptual. Revista alemana de gestión de recursos humanos, 34 (3), 345-365.	German journal of human resource management	IBTD	2020	Strohmeier, S	cuantitativa	disrupción digital de la gestión de recursos humanos	Revista alemana de gestión de recursos humanos	Un avance fundamental de este artículo radica en la introducción de la idea de una integración estratégica de las tecnologías digitales	El artículo no plantea recomendaciones	el artículo no tiene limitaciones	Este artículo proporciona una base conceptual muy importante para dicha investigación y tiene la intención de apoyar el siguiente paso de la investigación sobre HRM.
A-24	Carpentier, M., Van Hove, G., & Weijters, B. (2019). Attracting applicants through the organization's social media page: Signaling employer brand personality. Journal of Vocational Behavior, 111, 1-14.	Carpentier, M., Van Hove, G. y Weijters, B. (2019). Atraer solicitantes a través de la página de redes sociales de la organización: señalización de la personalidad del empleador. Journal of Vocational Behavior	Journal of vocational behavior	EBSCO	2019	Carpentier, M., Van Hove, G., & Weijters, B.	Cualitativa	Reclutamiento, Medios de comunicación social	La muestra final estuvo formada por 165 alumnos de último curso de Máster Empresarial	descubrimos que los posibles solicitantes utilizan las páginas de redes sociales para gestionar de forma eficaz los resultados	Se recomienda que las organizaciones pueden utilizar las páginas de redes sociales para gestionar de forma eficaz los resultados	Las plataformas de redes sociales pueden diferir mucho en términos de posibilidades de formato de contenido	Utilizar la marca empleadora gestionada por las redes sociales en las organizaciones.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-25	Golovko, D., Schumann, J.H. (2019) Influence of company Facebook activities on recruitment success. Journal of Business Research Volume 104.161-169	Golovko, D., Schumann, J.H. (2019) Influencia de las actividades de Facebook de la empresa en el éxito del reclutamiento. Journal of Business Research Volumen 104	Journal of Business Research	Scopus	2019	Golovko, D., Schumann, J.	Cualitativo	Medios de comunicación social, Sitios de redes sociales	La muestra es de 25 principales empleadores	El estudio examina la práctica generalizada de utilizar Facebook como canal de contratación en entornos multicanal.	Se recomienda que la utilización de Facebook, es un canal importante para formar y recordar a las personas los próximos plazos de contratación y eventos.	Primero, los datos cubren un período de 28 meses	Se debería motivar a los gerentes de recursos humanos a implementar y mantener las actividades de Facebook ya que resulto efectivo.
A-26	Woon, C. K., & Singh, J. S. K. (2019). Intention to use e-recruitment system: empirical evidence from jobseekers in the advertising industry in Malaysia. International Journal of Business, Economics and Management	Woon, C. K. y Singh, J. S. K. (2019). Intención de utilizar el sistema de contratación electrónica: evidencia empírica de los solicitantes de empleo en la industria de la publicidad en Malasia. Revista Internacional de Negocios, Economía y Gestión	International Journal of Business, Economics and Management	DOAJ	2019	Woon, C. K., & Singh, J.	cuantitativo	Contratación electrónica a Utilidad percibida	100 solicitantes de empleo.	Un hallazgo sorprendente fue la relación entre la calidad del contenido de la información percibida y la intención de utilizar la contratación electrónica	Las organizaciones y reclutadores en línea de terceros deben centrarse en mejorar la percepción de utilidad.	Una limitación es que la información para esta investigación se recopiló mediante un método de muestreo de conveniencia aleatorio que puede estar sujeto a sesgos	La importancia de un sistema de contratación electrónica es que sea eficiente y eficaz, vale la pena comprender el factor que tiene un impacto positivo en la intención de utilizar el sistema de contratación electrónica.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-27	Van Esch, P., & Black, J. S. (2019). Factors that influence new generation candidates to engage with and complete digital, AI-enabled recruiting. Business Horizons.	Van Esch, P. y Black, J. S. (2019). Factores que influyen en los candidatos de nueva generación para que se involucren y completen el reclutamiento digital o digital habilitado por IA	Business horizons	Scopus	2019	Van Esch, P. Black, J.	Cuantitativo	inteligencia Artificial (IA)	En total, 293 participantes	En conclusión, dada la creciente evidencia en cuanto a los beneficios de eficiencia y eficacia de reclutamiento o habilitado por IA, el tamaño de la oportunidad es grande	Se recomienda la proactividad de investigación para nuevas tecnologías de reclutamiento habilitadas por IA y herramientas de contratación.	No indica	Sugiere el uso de la tecnología de reclutamiento o de IA para poder seleccionar con precisión un gran número de candidatos.
A-28	Martínez-Morán, P.C.; Urgoiti, J.M.F.-R.; Díez, F.; Solabarrieta, J. The Digital Transformation of the Talent Management Process: A Spanish Business Case. Sustainability	La transformación digital del talento: un Proceso de gestión: un caso empresarial español. Sostenibilidad 2021, 13,2264	Sustainability	DOAJ	2021	Martínez, P., Fernández, J., Díez, F., Solabarrieta, J.	Cualitativa	talento; transformación digital	La muestra invitada fue de 240 empresas	la competencia para la retención y reclutamiento o de mejores talentos llega a ser un desafío para las empresas emergentes en su mayoría.	la digitalización y el buen uso de las herramientas tecnológicas adquiridas, mediante la metodología que brindan un nuevo proceso digital	las diferencias en las oportunidades de promoción y desarrollo profesional que afectan a las mujeres por la brecha de genero existentes.	Tiene un impacto muy significativo en las redes sociales y el poder generar tendencias innovadoras en el mercado empresarial

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-29	Campos, R., Arrazola, M., & de Hevia, J. (2017). Finding the right employee online: determinants of internet recruitment in Spanish firms. Applied Economics, 50(1), 79-93	Campos, R., Arrazola, M. y de Hevia, J. (2017). Encontrar al empleado adecuado online: determinantes de la contratación por Internet en las empresas españolas. Economía aplicada, 50	Applied Economics	Online	2018	Campos, R., Arrazola, M., & de Hevia, J.	Cuantitativa	Contratación por Internet; contratación electrónica	La muestra son datos de la Encuesta de Tendencias Laborales en España	Los resultados muestran que el uso de Internet y métodos tradicionales de contratación como público, siguen los servicios de empleo y las referencias personales diferentes.	El beneficio de la contratación en Internet aumenta cuando hay un mayor número de solicitantes de empleo compatibles en búsqueda de empleo en línea	Una limitación del estudio es que no se observó el desempeño de cada canal de contratación, y el conjunto de canales utilizados por cada firma.	La utilidad de la búsqueda en Internet aumenta con el número de reclutadores en línea.
A-30	Gupta, P., Fernandes, S. F., & Jain, M. (2018). Automation in recruitment: a new frontier. Journal of Information Technology Teaching Cases.	Gupta, P., Fernandes, S. F. y Jain, M. (2018). Automatización en la contratación: una nueva frontera. Revista de casos de enseñanza de tecnologías de la información.	Journal of Information Technology Teaching Cases	SCOPUS	2018	Gupta, P., Fernandes, S. F., & Jain, M.	Cualitativo	Inteligencia artificial, Reclutamiento, Robótica	La encuesta principal se recopiló de un grupo de 52 reclutadores.	Los reclutadores sienten que el uso de la videoconferencia es un mejor medio para entrevistar al gerente de contratación y ayudará a planificar los requisitos	Para abordar este desafío, el caso toca un cambio de cultura adoptando tecnología en divisiones que aún no están abiertas adoptando métodos innovadores.	No indica limitación	La adaptación de la automatización para apoyar a la fuerza laboral

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-31	Woods, S. A., Ahmed, S., Nikolaou, I., Costa, A. C., & Anderson, N.R. (2019).	Woods, S. A., Ahmed, S., Nikolaou, I., Costa, A. C., & Anderson, N.R. (2019). La selección personal en la era digital: una revisión de la validez y las reacciones de los solicitantes	European journal of work & organization	Scopus	2019	Woods, S. A., Ahmed, S., Nikolaou, I., Costa, A. C., & Anderson, N. N.	Cualitativa	Selección digital procedimientos	La muestra es de 2,380 gerentes de contratación	Nuestra opinión es que la aplicación de DSP se ha adelantado a la investigación científica y que en algunas áreas de las organizaciones están utilizando estas	implicaciones para la selección con comité de prácticas, y la necesidad de demostrar de futuras investigaciones sobre DSP.	Las diferencias generacionales y la familiaridad y preferencias en los DSP pueden tener un impacto en las preocupaciones de privacidad de los solicitantes	Los procedimientos de selección digital deben adaptarse para cumplir con las demandas del formato digital de los métodos de evaluación y los datos que producen
A-32	Nawaz, N. (2019). How far have we come with the study of artificial intelligence for recruitment process. Int. Sci. Technol. Res, 8(07), 488-493.	Nawaz, N. (2019). Hasta dónde hemos llegado con el estudio de la inteligencia artificial para el proceso de selección	International journal of scientific & technology research	Scopus	2019	Nishad Nawaz	Cualitativa y cuantitativa (mixta)	inteligencia artificial, proceso de selección	Para el estudio se tomaron 34 artículos para su análisis	En materia de hallazgos, la investigación los objetivos indica que la mayoría de los artículos tenían principalme nte exploratorio y centrado en el desarrollo	el tema ha sido estudiado en un periodo corto y la situación es clara, ha llegado el momento de consolidar un conjunto de conocimientos en el área del proceso de contratación por surgimiento de la inteligencia artificial.	el estudio tiene una limitación, porque el área elegida del campo de los trabajos de IA y proceso de selección predice que el proceso cubrió la mayoría de los documentos , que están disponibles	tiene como objetivo revisar el uso y la importancia de la inteligencia artificial en el proceso de contratación .

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-33	Black, J. S., & van Esch, P. (2019). Al-enabled recruiting: ¿What is it and how should a manager use it? Business Horizons.	Black, J. S., y van Esch, P. (2019). Reclutamiento habilitado por IA: ¿Qué es y cómo debe usarlo un gerente? Horizontes de negocios.	Business horizons	Scopus	2020	Black, J. S., & van Esch, P.	Cualitativa	Reclutamiento habilitado por IA; Inteligencia artificial	La muestra es de 240 candidatos	Digital Recruiting 3.0 a través de sistemas habilitados para IA proporcionan mejoras significativas en la contratación y eficiencia.	Las empresas y los ejecutivos adoptan sistemas de reclutamiento habilitados por IA tienen el potencial de atraer cada vez más grupos de talentos más diversos y de mayor calidad	No indica	La pertinencia es media ya que sostiene que la web digital tiene ventajas como también desventajas.
A-34	Aggerholm, H. K., & Andersen, S. E. (2018). Social Media Recruitment 3.0. Journal of Communication Management	Aggerholm, H. K. y Andersen, S. E. (2018). Reclutamiento en redes sociales 3.0. Journal of Communication Management	Journal of communication management	Scopus	2018	Aggerholm, H. K., & Andersen, S. E.	Cualitativa	Redes sociales, Comunicación estratégica	La muestra consiste en una presentación de caso digital de dos minutos de duración proporcionada por la empresa de contratación ("CODEWARRIOR WANTED")	La aplicación de una estrategia Web 3.0 implica que llamamos a una estrategia de reclutamiento de código abierto y una redirección del enfoque de los empleados de la vida laboral	Se sugiere que una estrategia de reclutamiento de redes sociales 3.0 rompe con las nociones fundamentales de empleados	el artículo presenta un estudio de caso único, que prepara el terreno para estudios longitudinales más amplios.	La investigación exige a las organizaciones la utilización de una Web 3.0



N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-35	Muduli, A., Trivedi, J.J. (2020) Social media recruitment: the role. Evidence-based HRM.	Muduli, A., Trivedi, J.J. (2020) Reclutamiento en redes sociales: el rol. Gestión de recursos humanos basada en evidencias.	Evidence-based HRM: a global forum for empirical scholarship	Scopus	2020	Muduli, A., Trivedi, J.	Cuantitativo	Reclutamiento en redes sociales, credibilidad y satisfacción, teoría de la señalización	Se seleccionaron alrededor de 400 reclutadores	El resultado también demostró el efecto mediador de la credibilidad y la satisfacción y sugiere el profesional de contratación enfatice en la transmisión	El estudio puede tener una contribución única ya que es uno de esos pocos estudios que han considerado reclutadores.	La obtención de datos de una sola área geográfica limita la generalización de los hallazgos.	Los procedimientos de selección digital deben adaptarse para cumplir con las demandas del formato digital de los métodos de evaluación y datos que producen
A-36	Brandao, C., Morais, C., Dias, S., Silva, A. R., & Mário, R. (2017). Using Online Recruitment : Implicit Theories and Candidates Profile. Recent Advances in Information Systems and Technologies	Brandao, C., Morais, C., Dias, S., Silva, A. R. y Mário, R. (2017). Uso del reclutamiento en línea: teorías implícitas y perfil de los candidatos. Avances recientes en sistemas y tecnologías de la información	Advances in intelligent systems and computing	Scopus	2017	Brandao, C., Morais, C., Dias, S., Silva, A. R., & Mário, R.	Cuantitativo	Reclutamiento en línea	Se recopiló un total de 74 participantes	La investigación tiene hallazgos de las fases específicas que están incluidos en el reclutamiento en línea.	La evolución tecnológica de nuestros días y el aumento del nivel de personas que tienen un alto nivel de conocimientos tecnológicos sugieren que sería importante volver a realizar esta investigación en un futuro	Se usó una muestra para responder a nuestras preguntas de investigación en	Consideran el uso de tecnologías y la importancia del proceso R&S, esta investigación sugiere la necesidad de seguir enfocando este tema de reclutamiento en línea.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-37	Johnson, R. D., Stone, D. L., & Lukaszewski, K. M. (2020). The benefits of eHRM and AI for talent acquisition. <i>Journal of Tourism Futures</i> , 7(1), 40-52	Los beneficios de eHRM e IA para la adquisición de talento.	Journal of Tourism Futures	DOAJ	2020	Johnson, R. D., Stone, D. L., & Lukaszewski, K.	cuantitativa	Selección de Inteligencia artificial	Informes de artículos sobre la IA y HRM	EHRM y IA podrían ayudarlos a atraer, motivar y retener empleados talentosos y reducir las tasas de rotación	La IA puede desarrollar algoritmos que ponderan y combinan la información para hacer en general la contratación, por ello, se recomienda para futuras investigaciones profundizar sobre el tema.	El artículo representa la primera investigación que integra la investigación de EHRM e AI y lo aplica a la industria hotelera y turística	EHRM y la IA tienen el potencial de transformar la forma de reclutar y seleccionar empleados. Sin embargo, se debe asegurar que los conocimientos adquiridos y las
A-38	Musker, M., Short, C., Licinio, J., Wong, M.-L., y Bidargaddi, N. (2020). Using behaviour theory to inform an innovative digital recruitment strategy in a mental health research setting. <i>Journal of Psychiatric Research</i>	Musker, M., Short, C., Licinio, J., Wong, M.-L., y Bidargaddi, N. (2020). Uso de la teoría del cambio de comportamiento para informar una estrategia de reclutamiento digital	Journal of psychiatric research	Scopus	2020	Musker, M., Short, C., Licinio, J., Wong, M.-L., & Bidargaddi, N.	Cuantitativa	Reclutamiento publicitario	El total de muestras es de 933 personas	La publicidad de reclutamiento es costosa, por lo que es útil crear una campaña que se enfoca en las necesidades del equipo de investigación participante, atrayendo al momento adecuado, desde el lugar	Es necesario tener una estrategia de contratación que sea pragmática, atractiva, y proporcione un rendimiento de participantes	El equipo para las encuestas eran dos personas, en una instalación de investigación recientemente desarrollada tener acceso a dicho registro.	El beneficio de la publicidad de reclutamiento es elevado.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-39	Niehueser, W., & Boak, G. (2020). Introducing artificial intelligence into a human resources function. Industrial and Commercial Training, 52(2), 121–130.	Niehueser, W. y Boak, G. (2020). Introducir la inteligencia artificial en una función de recursos humanos. Capacitación comercial, 52 (2), 121–130	Industrial commercial training	Scopus	2020	Niehueser, W., & Boak, G.	Cualitativa y Cuantitativa	Nuevas tecnologías, Formación de empleados	Los datos de la encuesta se recopiló en de 109 empleados	La investigación encontró que los empleados que habían utilizado la nueva tecnología eran positivos sobre sus efectos, indicando que era fácil de usar, robusto y	La capacitación debe incluir los beneficios y desafíos que conlleva el cambio tecnológico	Es una muestra relativamente pequeña en una organización; se deben realizar investigaciones para evaluar si estos hallazgos se aplican más ampliamente.	Dificultad con la aceptación de la tecnología
A-40	gómez garcía, f. X. (2019). the importance of e-recruitment in modern resource management humans. International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies	gómez garcía, f. X. (2019). la importancia del reclutamiento electrónico en la gestión de recursos	International journal of information systems and software engineering for big companies (IJISE BC)	DIAL NET	2020	gómez garcía, f. X.	Cualitativo	análisis de personas, RRHH, protección de datos	Se basa en artículos modernos	La transformación del reclutamiento con la ayuda de ciertos programas informáticos, permiten mantener aquellos continuamente abiertos, transformando las relaciones puntuales con los posibles candidatos en interacción	No indica recomendaciones	No indica limitaciones	Innovación tecnológica

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-41	Blumenberg C., Menezes, A. B., Gonçalves, H., Assunção, M. C. F., Wehrmeister, F. C., Barros, A. J. (2019). How different online recruitment methods impact on e-recruitment	Blumenberg C., Menezes, A. B., Gonçalves, H., Assunção, M. C. F., Wehrmeister, F. C., Barros, A. J. (2019). How different online recruitment methods impact on e-recruitment	BMC medical research methodology	DOAJ	2019	Blumenberg, C., Menezes, A. B., Gonçalves, H., Assunção, M. C. F., Wehrmeister, F. C., Barros, A.	cuantitativo	Reclutamiento de sujetos de investigación, Metodología de encuestas	Todos los análisis se realizaron utilizando el Stata versión 15	Se reclutó a miembros de una cohorte de nacimiento para un estudio epidemiológico basado en la web utilizando reclutamiento en línea gratuito en el contexto de un país de ingresos bajos.	Es importante conocer el perfil de la muestra para decidir qué método de contratación en línea utilizar.	Una limitación es la contaminación entre participante s. Por ejemplo, un participante que mencionado el estudio a otro individuo elegible antes de este	La efectividad del reclutamiento en línea
A-42	Smythe, S., Grotlüschen, A., Buddeberg, K. (2020). The automated literacies of e-recruitment and online services. Studies in the Education of Adults, 1-19	Smythe, S., Grotlüschen, A., Buddeberg, K. (2020). The automated literacies of e-recruitment and online services. Studies in the Education of Adults, 1-19	Studies in the education of adults	IBZ Online	2020	Smythe, S., Grotlüschen, A., Buddeberg, K.	cuantitativa y cuantitativo (mixta)	Contratación laboral	La encuesta LEO 2018 llevó a cabo una evaluación de lectura y escritura entre 7.192	Existe una contradicción entre las políticas de igualdad de oportunidad es, que promueven la idea de que todos los solicitantes deben ser tratados por igual	Los investigadores futuros deberían buscar información sobre las ventajas del reclutamiento tradicional junto al electrónico.	se presenta discriminación indirecta contra los solicitantes de empleo que no tienen conocimiento de informática.	los conocimientos tecnológicos y acceso digital, crea una situación en la que a menudo las habilidades digitales requeridas son solicitadas en puestos de trabajo

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-43	Arifin, A. H., Raza, H., Saputra, J., & Puteh, A. (2020). The Influence Of Recruitment And Career Development Towards Employee Performance: A Mediating Role Of Competence. <i>Journal of</i>	Arifin, A. H., Raza, H., Saputra, J. y Puteh, A. (2020). La influencia de la contratación y desarrollo profesional en el desempeño de los empleados: una función mediadora	Talent development and excellence	Scopus	2020	Arifin, A. H., Raza, H., Saputra, J., & Puteh, A.	Cuantitativa	Reclutamiento, Desarrollo profesional, al,	muestra en este estudio fue de 230 encuestados	la contratación de posibles empleados estrechamente relacionado con el desarrollo de competencias	Los resultados de este estudio recomendar a los líderes del Banco para la mejora de la calidad de los procesos y procedimientos de contratación	Hay indicadores de planificación de reclutamiento o en reclutamiento o incompetencia imperfecto, indicadores de exposición en carrera de desarrollo	El proceso continuo de una organización, con ciertos estándares de competencia a aumentado lo que lleva al reconocimiento de la importancia de los
A-44	Liu, J., Chang, S. H., Xu, Y. C., Wu, G. A., & Chang, S. F. (2021, March). Using AI to Enhance Recruitment Effect. <i>In Journal of Physics: Conference Series</i>	Liu, J., Chang, S. H., Xu, Y. C., Wu, G. A., y Chang, S. F. (marzo de 2021). Uso de IA para mejorar el efecto de reclutamiento. <i>En Journal of Physics: Conference Series</i>	JOURNAL OF PHYSICS: CONFERENCE SERIES	Scopus	2021	Liu, J., Chang, S. H., Xu, Y. C., Wu, G. A., & Chang, S.	Cuantitativa	Contratación, desempeño del empleado	524 cuestionarios	el desempeño y la relación del empleado está relacionada con la iniciativa subjetiva del empleado, la satisfacción laboral	Se usó tecnología de IA para medir el desempeño de empleados a través de las tres dimensiones de iniciativa, satisfacción laboral y autocontrol laboral	Se limitó en señalarlas experiencias que viven los empleados está solicitantes de empleos.	si el desempeño de los empleados está relacionado con los canales de reclutamiento o tiene una referencia importante para la selección de recursos humanos.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-45	Palac, H. L., Alam, N., Kaiser, S. M., Ciolino, J. D., Lattie, E. G., & Mohr, D. C. (2018). A practical do-it-yourself recruitment framework for concurrent eHealth clinical trials: Sample	Palac, H. L., Alam, N., Kaiser, S. M., Ciolino, J. D., Lattie, E. G., & Mohr, D. C. (2018). Un marco práctico de selección de personal	Journal of Medical Internet Research	Scopus	2018	Palac, H. L., Alam, N., Kaiser, S. M., Ciolino, J. D., Lattie, E. G., & Mohr, D. C.	cuantitativa	contratación en línea	5337 participantes	El DIY-RSF puede servir como guía para aprovechar las tecnologías comunes para mejorar los procedimientos de reclutamiento	recomendaría reclutadores para hacer un seguimiento con los participantes, adhiriéndose a procedimientos operativos con respecto a la frecuencia	DIY-RSF para la limpieza de datos, como la reconciliación de registros duplicados, no fue óptimo.	El programa de investigación llevó a cabo una serie de entrevistas no estructuradas con el investigador e investigadores de personal para identificar
A-46	Bondarouk, T., Parry, E., & Furtmueller, E. (2017). Electronic HRM: four decades of research on adoption and consequences. INTERNATIONAL ONAL	HRM electrónico: cuatro décadas de investigación sobre la adopción y consecuencias	International Journal of Human Resource Management	IBZ Online	2017	Bondarouk, T., Parry, E., & Furtmueller, E.	cualitativa	humano electrónico, Administración de recursos; E-HRM	Se basa de artículos	la eficacia de la e-HRM pueden depender de varios objetivos organizacionales, como el ahorro de tiempo y costes, mejora de los servicios de recursos	La investigación futura debe examinar los factores y consecuencias identificados en relación con distintas áreas	La muestra de la investigación en general de e-HRM, no se buscó especificamente literatura en áreas funcionales de recursos humanos	A pesar de la existencia de una serie de revisiones recientes de investigación de e-HRM, todavía carecemos de una comprensión integral de los factores que afectan la adopción y las consecuencias de e-HRM.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-47	Cavoukian, A., Nebeker, C., Devon, K., & Morrison, M. (2017). Ethics and Privacy Implications of Using the Internet and Social Media to Recruit Participants for Health Research.	Cavoukian, A., Nebeker, C., Devon, K., & Morrison, M. (2017). Ethics and Privacy Implications of Using the Internet and Social Media to Recruit Participants for Health Research.	Journal of Medical Internet Research	Scopus	2017	Cavoukian, A., Nebeker, C., Devon, K., & Morrison, M.	Cualitativa	Internet, redes sociales, ética	202 pacientes	los investigadores, los especialistas en ética, los estudiantes y los posibles participantes del estudio a menudo desconocen los riesgos de privacidad	las recomendaciones del Asesor secretario ofrecen un conjunto de preguntas y consideraciones para orientar el diseño ético	los avisos de privacidad fueron diseñados en base a principios de lenguaje sencillo y exhibido cerca de la información de contacto relevante, es posible que no fueron	el PBD es útil marco para diseñar, evaluar y lograr la privacidad en Contratación de investigación basada en la web.
A-48	Vadeboncoeur, C., & Townsend, N. (2018). Challenges of research recruitment in a university setting in England. Health promotion international, 33(5), 878-886.	Desafíos del reclutamiento de investigadores en una universidad ambientación en Inglaterra	Health promotion international	Scopus	2017	Vadeboncoeur, C., Foster, C., & Townsend, N.	Cuantitativa	enfoco de entornos, reclutamiento	101 universidades	los investigadores deben invertir esfuerzo capaz en el reclutamiento o desde la retención y elegibilidad tener un impacto drástico en los números finales.	las investigaciones dirigidas por estudiantes y profesores que involucra a participantes humanos establecer un marco universal de guía de contratación	La tasa de reclutamiento de referencia no es conocida, ya que no se sabía cuántos individuos se llegaron a través de anuncios en línea.	Los entornos de reclutamiento o representantes en las escuelas donde el desarrollo social, físico y psicológico son importantes

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-49	Reuter, K. (2020). Social Media for Clinical Trial Recruitment : ¿How Real is the Potential? Innovations.	Reuter, K. (2020). Redes sociales para el reclutamiento: ¿Qué tan real es el potencial? Innovaciones.	Innovations in clinical neuroscience	Scopus	2020	Reuter, K.	Cuantitativa	Redes sociales, reclutamiento digital	Participantes a través de Facebook	Los estudios han demostrado la utilidad de las redes sociales para reclutar a diversos participantes con respeto a la raza y etnia, educación y empleo.	La recopilación y verificación de información autoinformada puede incorporarse a las futuras investigaciones utilizando sistemas cerrados y entornos seguros de recopilación de datos digitales.	Las redes sociales ofrecen opciones limitadas para verificar información demográfica como la edad, por ejemplo, adultos, sexo, etnia y raza.	Las redes sociales son una tecnología en rápida evolución.
A-50	Brendel, A. B., Mirbabai, M., Lembocke, T. B., Hofeditz, L. (2021). Ethical Management of Artificial Intelligence. Sustainability, 13(4), 1974.	Brendel, A. B., Mirbabai, M., Lembocke, T. B., Hofeditz, L. (2021). Gestión ética de la inteligencia artificial. Sostenibilidad, 13(4), 1974.	Sustainability	Scopus	2021	Brendel, A. B., Mirbabai, M., Lembocke, T. B., Hofeditz, L.	Cualitativa	gestión ética; direcciones de investigación	Revisión de literatura	Se desarrolló un marco EMMA general, que consiste en la interrelación de decisión gerencial, consideraciones éticas y dimensiones ambientales.	La investigación futura puede expandirse y desafiar los resultados y propuestas mediante la realización de una nueva revisión.	Los enfoques estaban basados en la revisión de la literatura, en el cual se limitó los artículos que teníamos acceso durante el proceso de revisión.	EMMA es un marco para desencadenar un discurso esencial sobre cómo hacer consideraciones teóricas sobre ética factible y manejable.



N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-51	Casher, B. D., Westerman, J. W., & Bergman, S. M. (2018). Recruiting with ethics in an online era: Integrating corporate social responsibility with social media to predict	Belinda, C. D., Westerman, J. W. y Bergman, S. M. (2018). Recruiting with ethics in an online era: Integrating de la responsabilidad social corporativa con las redes	Journal of vocational behavior	EBSCO	2018	Casher, B. D., Westerman, J. W., & Bergman, S. M.	Cuantitativo	atractivo organizacional, responsabilidad social corporativa	850 empresas estadounidenses	Se encontró que la RSE filantrópica y ambiental promueve niveles más altos de atractivo organizacional.	Para futuras investigaciones profundizar el estudio de interacción de los participantes en la herramienta de Facebook.	No se recopilaron datos sobre cuánto tiempo los participantes pasaron viendo cada página web y perfil de Facebook.	Un intento más reciente y más pertinente de examinar la relación entre la RSE en línea
A-52	Kanagavalli, G., Seethalakshmi, R. y Sowdamini, T. (2019). Una revisión sistemática de la literatura sobre el proceso de reclutamiento y selección.	Kanagavalli, G., Seethalakshmi, R. y Sowdamini, T. (2019). Una revisión sistemática de la literatura sobre el proceso de reclutamiento y selección	Agora: journal of humanities and the social sciences	DOAJ	2019	Kanagavalli, G., Seethalakshmi, R. y Sowdamini, T.	Cualitativo	dotación de personal estratégico, ventaja competitiva.	40 artículos de literatura	La adaptación de esta nueva tecnología proporciona formas rápidas, efectivas y eficientes de encontrar el mejor candidato.	Los investigadores pueden concentrarse en el análisis de los factores de repatriación en el futuro.	Se limitó el análisis de rasgos de expatriado, lo que llevó a una menor importancia de los candidatos potenciales.	Destacar la importancia de diversas prácticas de contratación da como resultado la selección de personal, lo que mejora un entorno de trabajo más saludable, lo que a su vez brinda una alta calidad en productos y servicios a la sociedad.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-53	Piowar-Sulej, K., & Mroziewski, R. (2020). Management by values: a case study of a recruitment company. International Journal of Contemporary Management, 19(1).	Piowar-Sulej, K. y Mroziewski, R. (2020). Gestión por valores: estudio de caso de empresa de reclutamiento. Revista Internacional de Gestión Contemporánea, 19(1).	International journal of contemporary hospitality management	Scopus	2020	Piowar-Sulej, K., & Mroziewski, R.	Cualitativo	gestión por valores, cultura corporativa	Se realizó a través de la revisión de literatura	Se demostró que el sistema de valores representa motivos que influyen en el comportamiento de los empleados, y así contribuir al éxito general de la organización.	Se necesita investigación para examinar los hallazgos en otras organizaciones en diferentes sectores.	Se limitó en profundizar los valores en el concepto de seguridad ocupacional.	Un área en que los especialistas en RR.HH. pueden contribuir al apoyo y capital humano para la sostenibilidad de las empresas es la salud y la seguridad.
A-54	Khatua, A., & Nejl, W. (2020). Matching Recruiters and Jobseekers on Twitter. IEEE/ACM Transactions on Network and System Management, 19(1).	Khatua, A. y Nejl, W. (2020). Emparejar reclutadores y solicitantes de empleo en Twitter. IEEE / ACM Transactions on Network and System Management, 19(1).	IEEE/ACM transactions on network and system management	Scopus	2020	Khatua, A., & Nejl, W.	cuantitativo	Recomendación de trabajo; Plataforma de Twitter	128 datos	los usuarios intentan incorporar múltiples atributos de trabajo dentro de un tweet	Los estudios futuros también deben considerar las palabras específicas del contexto	Las habilidades blandas pueden ser adecuadas para el ente expresada a través de la plataforma Twitter	El reclutamiento en Twitter tiene aceptación por los postulantes

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-55	Berber, N., Dorđević, & Milanović, S. (2018). Electronic Human Resource Management (e-HRM): A Concept for Digital Age. STRATEGIC MANAGEMENT ENT	Gestión electrónica de recursos humanos (e-HRM): un nuevo concepto para la era digital	Strategic management journal	Scopus	2018	Berber, N., Dorđević, B., & Milanović, S.	cuantitativo	E-HRM, tecnologías de la información	50 empleados de Serbia	debido a la tecnología informática, las actividades de recursos humanos como registros de seguimiento y asistencia, ausencias, vacaciones, se llevan a cabo más rápido, más preciso y	Es necesario investigar funciones óptimas para evitar peligros potenciales	Los gerentes de HRM desconocen sobre la utilización de la tecnología HRM, tanto en el proceso de reclutamiento o recursos humanos, para gerentes y empleados.	E-HRM es innovación que promueve, desarrolla y facilita la práctica de HRM, tanto para el departamento de reclutamiento o recursos humanos, para gerentes y empleados.
A-56	Papakonstantinidis, S. (2017). The use of social media in reducing professional uncertainty: an exploratory study. Nowadays and Future Jobs, 1, 6-13.	Papakonstantinidis, S. (2017). El uso de las redes sociales para reducir la incertidumbre profesional: un estudio exploratorio. Trabajos actuales y futuros, 1, 6-13	Business perspectives	Ebsco	2017	Papakonstantinidis, S.	cualitativo	marca personal, reclutamiento en redes sociales	revisión de literatura	El futuro de los negocios y la contratación es impredecible. Las redes sociales se utilizan tanto como herramienta para filtrar y reclutar candidatos, así como referencias en empleados.	La investigación futura debería explorar los medios empleados por los jóvenes para reducir la incertidumbre cuando se trata de su futura carrera. Además, la búsqueda necesita explorar hasta qué punto ella puede influir en el proceso de contratación	hay una limitada literatura sobre cómo los candidatos a un puesto usan las redes sociales para reducir su incertidumbre durante la búsqueda de trabajo.	Las redes sociales tienen mucha aceptación por los reclutadores

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-57	Villeda, M., McCamey, R., Essien, E., & Amadi, C. (2019). Use of social networking sites for recruiting and selecting in the hiring process. International business research, 12(3), 66.	Villeda, M., McCamey, R., Essien, E. y Amadi, C. (2019). Uso de sitios de redes sociales para reclutamiento y selección en el proceso de contratación	International business research	Online	2019	Villeda, M., McCamey, R., Essien, E., & Amadi, C.	cuantitativo	reclutamiento, selección	revistas indizadas	las redes sociales pueden afectar la experiencia del candidato y la imagen del empleador.	Investigar a profundidad la electrónica en el impacto de las redes sociales para las futuras investigaciones.	El futuro de los sitios de redes sociales en el proceso de contratación aún es poco claro debido a la falta de investigación.	Las redes sociales tienen un impacto con respecto a la contratación tradicional
A-58	Kulal, A. (March 2020). Ethical Issues in Recruitment , Selection and its Impact on Job Satisfaction- A Study with reference to the Permanent Teachers of Government First Grade Colleges in Dakshina Kannada District.	Kulal, A. (2020). Cuestiones éticas en la contratación , selección y su impacto en la satisfacción laboral- AEstudie con referencia a los Maestros Permanentes de las Escuelas Públicas de Primer Grado en Distrito de Dakshina	Social science research	Scopus	2020	Kulal, A.	cuantitativo	Temas éticos, Reclutamiento y selección,	muestreo aleatorio	El estudio reveló que las cuestiones éticas en el reclutamiento y la selección tenían resultados positivos y estadísticas significativas con la satisfacción laboral	Esta investigación sugiere seguir los aspectos legales de contratación, de lo contrario, afectará a su desempeño organizacional y al interés público	LA investigación se limitó a investigar aspectos legales en la contratación .	La ética tiene pertinencia en el reclutamiento o electrónico

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-59	Pasternak, O., Veloutsou, C. and Morgan-Thomas, A. (2017) Self-presenta tion, privacy and electronic word-of-mouth in social media. Journal of Product	Pasternak, O., Veloutsou, C. and Morgan-Thomas, A. (2017) Self-presenta tion, privacidad y boca a boca electrónica en las redes sociales	Journal of Product & Brand Management	Scopus	2017	Pasternak, O., Veloutsou, C. and Morgan-Thomas, A.	cuantitativo	EWOM, comunidad de marca	22 entrevistas	EWOM consta de una amplia gama de comunicaciones, que incluyen actividades como consumir, comentar, publicar y reenvío de información	obtener una comprensión profunda de los tipos de imágenes que los seguidores tal vez deseen proyectar en las redes sociales	Se limitó a examinar impulsores adicionales de EWOM relacionado con la marca en el contexto de las páginas de marca de Facebook	La estrategia de boca a boca tiene aceptación en la publicidad con las redes sociales y el reclutamiento
A-60	Buchanan E (2017) Considering the ethics of big data research: a case of Twitter and ISIS / ISIL. PLoS ONE 12 (12): 1-6	Buchanan E (2017) Considerando la ética de la investigación de big data: un caso de Twitter e ISIS / ISIL. PLoS ONE 12 (12): 1-6	PLOS ONE	DOAJ	2017	Buchanan E	cuantitativo	ética aplicada	156 participantes	Abordaron los desafíos éticos de esta investigación y llamaron la atención sobre la dualidad de uso, o datos múltiples	Las juntas de ética se están ocupando de cuestiones difíciles que rodean a los grandes datos, proporcionan un caso adecuado para pensarnos en este cambio, y siempre cambiante	las tensiones rodean la propia definición del estado, lo que complica aún más esta investigación	La junta de ética tiene importancia hacia los trabajadores y seguridad en la organización

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-61	Dokey, M. Abunar .The Effectiveness Of E-Recruitment in Attracting Talented Employees: A Study on Saudi Managers--Palarch' s Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology	Shahad Dokey, Malak Abunar La eficacia de la contratación electrónica para atraer Empleados talentosos: un estudio sobre gerentes sauditas	Journal of Egyptian Archaeology	DIAL NET	2021	Dokey & Abunar	Cuantitativo	contratación electrónica, gestión de recursos humanos	82 encuestados	La contratación electrónica ofrece una forma adecuada de producir organización competente y aumentar la producción de la organización	La opinión también sería importante en la configuración del enfoque estratégico por parte de organizaciones en términos de proceso de contratación electrónica en el futuro.	Se limitó en profundizar las opiniones de los solicitantes de empleo.	La tasa de aceptación para el reclutamiento electrónico es muy alta por parte de los encuestadores
A-62	Ford, K. L., Albritton, T., Dunn, T. A., Crawford, K., Neuwirth, J., & Bull, S. (2019). Youth study recruitment using paid advertising on Instagram, Snapchat, and Facebook: cross-sectional survey study. JMIR public health and	Ford, K. L., Albritton, T., Dunn, T. A., Crawford, K., Neuwirth, J., Bull, S. (2019). Reclutamiento de jóvenes mediante estudios de jóvenes mediante publicidad pagada en Instagram, Snapchat y Facebook: estudio de encuesta transversal.	JMIR public health and	DOAJ	2019	Ford, K. L., Albritton, T., Dunn, T. A., Crawford, K., Neuwirth, J., Bull, S.	Cuantitativo	medios de comunicación social	618 participantes	El documento describe una estrategia de reclutamiento o de publicidad pagada, comparar el reclutamiento en Instagram, Snapchat	el equipo de investigación consideró cómo los factores externos pueden haber contribuido a las respuestas en el período de recopilación de datos. Tales factores contextuales deben ser considerados en futuros enfoques de contratación en las redes sociales.	existe información limitada para las plataformas de redes sociales que son más populares entre los jóvenes, especificamente Instagram y Snapchat.	El trabajo presenta pertinencia alta debido a la correspondencia de las encuestas establecidas

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-63	Aguado, D., Andrés, J. C., García-Izquierdo, A. L., & Rodríguez, J. (2019). LinkedIn "Big four": job performance validation in the ICT sector. REVISTA DE PSICOLOGÍA	LinkedIn "Big four": validación del desempeño laboral en el sector de las TIC.	Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones	DIAL NET	2019	Aguado, D., Andrés, J. C., García, A. L., & Rodríguez, J.	cuantitativa	LinkedIn, Selección personal	Un total de 615 profesionales	El estudio mostró importantes diferencias en los perfiles de LinkedIn de los profesionales de las TIC en relación a la experiencia profesional	Los estudios posteriores deben incluir este dinamismo tanto de perfiles de LinkedIn como de perfiles longitudinales	La muestra de participantes utilizada, a pesar de que tiene un tamaño adecuado, todos los participantes proceden de la misma organización, lo que puede limitar las posibilidades	Las redes sociales, y especialmente la plataforma LinkedIn, se están convirtiendo en la función de reclutamiento y selección de personal en un proceso cada vez más
A-64	Kamp, K., Herbell, K., Maggini, W. H., Berry, D., & Given, B. (2019). Facebook recruitment and the protection of human subjects. WESTERN JOURNAL OF NURSING RESEARCH, 41(9), 1270-1281	Reclutamiento en Facebook y protección de sujetos humanos	Western Journal of Nursing Research	Scopus	2019	Kamp, K., Herbell, K., Maggini, W. H., Berry, D., & Given, B.	cuantitativa	Facebook ; reclutamiento	Informe Belmont, EE.UU.	Los investigadores deben ser transparentes sobre cómo, cuándo y dónde están los investigadores es	Los Principios de Belmont pueden utilizarlo como marco para examinar los métodos de contratación de Facebook y la protección de asignaturas.	Investigación no indica limitaciones.	Facebook es un recurso beneficioso para reclutar participantes para la investigación.

N°	Referencia de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
A-65	Fiesler, C., & Proferes, N. (2018). "Participant es" sobre la ética de la investigación de Twitter research ethics. SOCIAL MEDIA + SOCIETY, 4(1), 1-14	Percepciones de los "participant es" sobre la ética de la investigación de Twitter.	Social media + society	DOAJ	2018	Fiesler, C., & Proferes, N.	Cuantitativo	Twitter, ética de la investigación en Internet	268 participantes	El análisis reveló de encuestados que sugieren formas de minimizar el daño potencial, con respecto a la privacidad. Principalmente, tener cuidado con el anonimato.	El trabajo empírico podría ayudarnos a determinar la reacción de investigadores a estas ideas para encontrar los puntos de tensión.	Se limitó en profundizar el uso del contenido de información de los usuarios en Twitter.	Tener conversaciones abiertas dentro de la comunidad de investigación en informática social, reforzada por voces externas como las de las personas que estudiamos.
A-66	Vetráková, M., Hitka, M., Potkány, M., Lorincová, S., & Smerek, L. (2018). Corporate sustainability in the process of employee recruitment through social networks in conditions of Slovak small and medium enterprises.	Sostenibilidad corporativa en el proceso de contratación de empleados a través de las redes sociales en las condiciones de las pequeñas y medianas empresas eslovacas.	Sustainability	Scopus	2018	Vetráková, M., Hitka, M., Potkány, M., Lorincová, S., & Smerek, L.	Cualitativo	redes sociales; pequeñas y medianas empresas	324 empresas eslovacas	En resumen, observamos que los resultados actuales se basan en la situación actual del mercado laboral. Y los avances de la economía mundial.	Vemos el potencial de la investigación en el análisis del contenido de los sitios web de las PYME que formarán parte de un estudio posterior.	El estudio proporciona información sobre el uso creciente de las redes sociales en el proceso de contratación de las PYME que formarán parte y los beneficios en comparación con los métodos tradicionales.	Se observó que los resultados actuales se basan en la situación actual del mercado laboral y los avances de la economía mundial.



N.º de la fuente	Título traducido	Revista	Base de datos	Año	Autor	Metodología	Palabras claves	Muestra	Conclusión	Recomendación	Limitación	Pertinencia
6 & 7	La influencia de las redes sociales en el desarrollo de acciones de selección que favorezcan el diseño de interfaces de usuario y conversiones en aplicaciones móviles impulsadas por datos	Mobile information systems	DOAJ	2018	Palos, P. R., Saura, J. R., & Debasa, F.	cuantitativo	aplicaciones móviles, redes sociales	30 empresas, España	La existencia de modelos de medición para las técnicas de marketing digital tiene con frecuencia la mejora de la inversión hecha en los motores de búsqueda	Se podría ampliar para futuras investigaciones el tamaño de la población para obtener resultados con diferentes eficiencias estadísticas y márgenes representativos.	Las limitaciones de este estudio están relacionadas con el tamaño de la muestra	El valor predictivo, alcanzado por el modelo desarrollado, puede ser útil para profesionales investigadores en el campo de marketing digital y diseño de interfaces de
6 & 8	Aplicación de la inteligencia artificial para la contratación en industrias manufactureras.	Journal of emerging technologies in accounting	Scopus	2021	Umachandran, K.	cuantitativo	inteligencia artificial, gestión de recursos humanos	revisión de literatura	El uso de IA ofrece una mejor capacidad para evaluar habilidades, evaluaciones objetivas, experiencia mejor sentida en el candidato y estampa la marca del empleador	No indica recomendación es.	No indica limitaciones.	Los avances en inteligencia artificial, aprendizaje automático e interfaces de usuario naturales hacen posible automatizar las tareas basadas en el conocimiento de las orientaciones humanas.