UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN Y MARKETING

**“ASPECTOS VALORADOS DEL USO DE LA SOLUCIÓN CAREER
SERVICE MANAGEMENT EN LA SATISFACCIÓN DE LOS
ESTUDIANTES MILLENNIALS RESPECTO AL SERVICIO DE LA
BOLSA DE TRABAJO UNIVERSITARIA: ANÁLISIS COMPARATIVO
DE LA CARRERA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL ENTRE DOS
UNIVERSIDADES EN LIMA METROPOLITANA”**

TESIS:

**Para optar el Título de:
Licenciado en Administración**

AUTORES

Jiménez Callirgos, Eunise (0000-0003-3589-6364)

Torres Sevillano, Mitzy Janis (0000-0002-7163-7880)

ASESOR DE TESIS

Morán Macedo, María Rosa (0000-0001-9041-3009)

Lima, Agosto de 2018

Dedicatoria

Dedicado a mí esposo, hijo y familia, por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera profesional.

Eunise Jiménez Callirgos

Dedicado a mi familia, en especial a mi madre y abuela, que siempre han sido un apoyo incondicional en mi crecimiento personal y profesional.

Mitzy Torres Sevillano

Agradecimientos

Un especial agradecimiento al especialista AMERICO HECTOR DE LA GARZA UVALLE, Master in Business Innovation, por el mentoring sobre soluciones CSM a nivel global.

De igual forma, agradecer a los jefes del área de reclutamiento y selección, de las empresas denominadas “Great Place to Work”, por su tiempo y colaboración para la efectiva realización de las entrevistas.

Finalmente, a las directoras de los centros de carrera de las universidades que participaron para el desarrollo de la presente investigación y a las autoridades que nos apoyaron para la validación de la encuesta.

Resumen

La presente investigación sobre aspectos valorados utilizados en la solución “*Career Service Management*” (CSM), en la satisfacción del servicio de la bolsa de trabajo universitaria para estudiantes Millennials de la carrera de ingeniería industrial entre dos universidades en Lima Metropolitana, con objetivo general de determinar si el uso de soluciones CSM mejora los niveles de satisfacción de los estudiantes Millennials, con respecto a la búsqueda de empleo. La metodología empleada es del tipo mixto, un enfoque cuantitativo con diseño descriptiva-correlacional, con clasificación transversal, para medir el nivel de satisfacción de los estudiantes Millennials con respecto al uso de su universidad de la solución CSM en una muestra de 273 estudiantes (199 UPC y 74 UDEP) con una encuesta a través de Google Forms y cuestionarios en físico. También un enfoque cualitativo exploratorio con método de encuesta semiestructurada a profundidad, a dos grupos: el primero una entrevista a 8 reclutadores de las empresas pertenecientes a la empresas Top de “Great Place to Work”, y el segundo a las dos directoras de los centros de carreras de las universidades UDEP (que si usa el CSM) y a la UPC (que no usa el CSM.). Los resultados obtenidos son: Se establece que la aplicación de soluciones CSM mejora los niveles de satisfacción de la bolsa de trabajo, mejora los niveles de satisfacción de la diversidad y calidad de ofertas laborales, influye en la efectividad de la búsqueda de trabajo, influye en la percepción de accesibilidad e interfaz amigable en la bolsa de trabajo y que el tipo de empleo conseguido influye en la satisfacción de la bolsa de trabajo en los estudiantes Millennials. Cualitativamente se concluye que los reclutadores realizan la búsqueda de candidatos a través de las bolsas de trabajo universitarias, que demandan mayor inversión en tiempo por la cantidad y calidad de postulantes y prefieren a aquellas universidades que ha implementado el CSM.

Palabras Clave: Millennials, career service management, career centers, bolsa de trabajo,

Abstract

The present research on valued aspects used in the solution "Career Service Management" (CSM), in the satisfaction of the service of the university work exchange for Millennials students of the career of industrial engineering between two universities in Metropolitan Lima, with general objective of determine if the use of CSM solutions improves the satisfaction levels of Millennials students, with respect to job search. The methodology used is of the mixed type, a quantitative approach with a descriptive-correlational design, with transversal classification, to measure the satisfaction level of Millennials students with respect to their university's use of the CSM solution in a sample of 273 students (199 UPC and 74 UDEP) with a survey through Google Forms and physical questionnaires. Also an exploratory qualitative approach with semi-structured in-depth survey method, to two groups: the first one an interview to 8 recruiters of the companies belonging to the companies Top of "Great Place to Work", and the second to the two directors of the centers of UDEP universities (that use the CSM) and the UPC (which does not use the CSM.). The results obtained are: It is established that the application of CSM solutions improves the levels of job satisfaction, improves levels of satisfaction of diversity and quality of job offers, influences the effectiveness of the job search, influences the perception of accessibility and friendly interface in the job exchange and that the type of employment achieved influences the satisfaction of the job market in Millennials students. Qualitatively it is concluded that the recruiters carry out the search of candidates through the university work exchanges, which demand greater investment in time for the quantity and quality of applicants and prefer those universities that the CSM has implemented.

Key Words: Millennials, career service management, career centers, labour exchange

Índice General

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Índice General.....	vi
Índice de acrónimos	ix
Índice de tablas	x
Índice de gráficos	xi
Introducción	1
Capítulo I. Marco Teórico	3
1.1. Centro de carreras universitario.....	3
1.1.1. Servicios del centro de carreras universitario	4
1.1.2. Ferias laborales	5
1.1.3. Charlas y talleres.....	6
1.1.4. Indicadores del centro de carreras universitario	6
1.1.5. De centro de carreras universitario a centros de empleabilidad: nuevas tendencias.....	9
1.2. Grupos generacionales.....	13
1.2.1. Los Millennials	14
1.2.2. Principales características de los Millennials.....	15

1.2.3.	Características de los Millennials en el entorno laboral	17
1.2.4.	Retos en el entorno laboral de la generación Millennial.....	20
1.3.	Herramientas tecnológicas de gestión de servicios de carreras (CSM)	21
1.3.1.	Solución CSM para la gestión de universidades	24
1.3.2.	Solución CSM para empresas	27
1.3.3.	Solución CSM para estudiantes	29
Capítulo II. Plan de investigación		31
2.1.	El problema	31
2.2.	Formulación del problema.....	32
2.3.	Justificación y relevancia.....	32
2.4.	Hipótesis	34
2.4.1.	Hipótesis general.....	34
2.4.2.	Hipótesis específicas.....	34
2.5.	Objetivos.....	34
2.5.1.	Objetivo general.....	35
2.5.2.	Objetivos específicos	35
Capítulo III. Metodología		36
3.1.	Tipo de investigación.....	36
3.2.	Población	38
3.3.	Muestra	39
3.4.	Identificación de variable	42

3.5.	Métodos e instrumentos para el estudio	42
3.6.	Análisis de datos obtenidos	44
Capítulo IV. Desarrollo		46
4.1.	Entrevistas a Profundidad.....	46
4.2.	Análisis de la encuesta.....	55
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones		78
5.1.	Conclusiones.....	78
5.2.	Recomendaciones	80
Bibliografía		¡Error! Marcador no definido.
Anexo 1. Cálculo del tamaño de la muestra.....		85
Anexo 2. Modelo de entrevista para reclutadores del área de Recursos Humanos		87
Anexo 3. Modelo de entrevista para encargados del departamento de oportunidades laborales		89
Anexo 4. Encuesta para estudiantes de ingeniería industrial		90
Anexo 5. Matriz de consistencia.....		88

Índice de acrónimos

CC: Centro de Carreras/Career Center

CSM: Career service Management

PEA: Población Económicamente Activa

PUCP: Pontificia Universidad Católica del Perú

RRHH: Recursos Humanos

UDEP: Universidad de Piura

UNI: Universidad Nacional de Ingeniería

UNMSM: Universidad Nacional Mayor de San Marcos

UP: Universidad del Pacífico

UPC: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Índice de tablas

Tabla 1. Ranking de empleabilidad de las universidades	8
Tabla 2. Distribución de los estudiantes según Universidad.....	55
Tabla 3. Edad de los estudiantes según Universidad	56
Tabla 4. Ciclo de los estudiantes según Universidad.....	58
Tabla 5. Tipo de empleo en los estudiantes según Universidad	59
Tabla 5. Percepción de la diversidad y calidad en las ofertas laborales de la bolsa de trabajo según Universidad.....	61
Tabla 7. Percepción de la calidad de los empleadores de la bolsa de trabajo según Universidad	63
Tabla 8. Percepción de la accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo según Universidad.....	63
Tabla 9. Percepción de la efectividad en la búsqueda de empleo de la bolsa de trabajo según Universidad.....	64
Tabla 10. Satisfacción del uso de la bolsa de trabajo según Universidad.....	66
Tabla 11. Prueba t Student para la comprobación de Hipótesis General	67
Tabla 12. Prueba t Student para la comprobación de Hipótesis Especifica 1	69
Tabla 13. Prueba Chi Cuadrado para la comprobación de Hipótesis Especifica 2	70
Tabla 14. Prueba Chi Cuadrado para la comprobación de Hipótesis Especifica 3	73
Tabla 15. Prueba Chi Cuadrado para la comprobación de Hipótesis Especifica 4	75

Índice de figuras

Figura 1. Principales indicadores para el “Ránking de Universidades del Perú 2017”	22
Figura 2. Career Service Manger	24
Figura 3. Distribución de los estudiantes según Universidad	55
Figura 4. Edad de los estudiantes según Universidad	56
Figura 5. Ciclo de los estudiantes según Universidad.....	58
Figura 6. Tipo de empleo de los estudiantes según Universidad	59
Figura 7. Percepción de la diversidad y calidad en las ofertas laborales de la bolsa de trabajo según Universidad.....	61
Figura 8. Percepción de la calidad de los empleadores de la bolsa de trabajo según Universidad	63
Figura 9. Percepción de la accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo según Universidad	64
Figura 10. Percepción de la efectividad en la búsqueda de empleo de la bolsa de trabajo según Universidad.....	65
Figura 11. Satisfacción del uso de la bolsa de trabajo según Universidad.....	66
Figura 12. Distribución de los niveles de satisfacción de la efectividad en la búsqueda de empleo entre universidades.....	72
Figura 13. Distribución de los niveles de percepción de la accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo entre universidades.....	74
Figura 14. Distribución de los niveles de satisfacción con la bolsa entre el tipo de empleo conseguido por los estudiantes.....	77

Introducción

En un mundo de convergencia, la competencia en el sector educativo, en especial, el de educación superior, se ha vuelto muy reñida. Las instituciones están rompiendo su “status quo” debido a las amenazas competitivas por el nacimiento de startups educativos con modelos de negocio disruptivos. Debido a ello, surge una latente oportunidad de que las empresas deben buscar oportunidades más allá de su propia industria. En este contexto, el presente trabajo de investigación sostiene que el futuro de los estudiantes universitarios necesita un mayor enfoque en los recursos tecnológicos, específicamente para el departamento de oportunidades laborales o Centro de Carrera universitarios, puesto que a la fecha la mayoría de centros de carrera cuentan con desarrollos propios o plataformas poco robustas para la búsqueda de empleo, y que en la actualidad, no logran mejorar el nivel de satisfacción de sus estudiantes y agentes reclutadores de las empresas: “Para las empresas que buscan oportunidades más allá de los límites tradicionales de su industria, que no preguntan qué pueden vender sino qué problemas pueden resolver, la convergencia representa una gran oportunidad de crecimiento.” (E&Y, 2017)

Desde este enfoque, es vital entender que el prestigio académico conseguido por algunas universidades del Perú debe ser complementado con la mejora en la calidad del servicio de sus centros de empleabilidad con la finalidad de asegurar la rápida y efectiva inserción laboral de los universitarios peruanos. Asimismo, el aporte de valor al departamento de reclutamiento y selección de las empresas.

Es así que en estos últimos tiempos existen estudios relacionados a la satisfacción académica que demuestran que la “empleabilidad” es el recurso más valorado dentro de las principales necesidades de los estudiantes universitarios de los últimos ciclos.

Así mismo, es necesario tomar como punto de partida que los estudiantes que están a punto de egresar son catalogados como Millennials y que actualmente forman la mayoría de la Población Económicamente Activa (PEA) del país.

Las exigencias y características de esta generación se presentan como gran oportunidad para que las universidades puedan mejorar sus plataformas de búsqueda de trabajo y servicios que ofrecen los centros de carrera universitarios. Ahora bien, con la llegada de la transformación digital, y la ola tecnológica que la preside, el área de reclutamiento y selección busca aumentar sus índices de productividad, reduciendo costos, tiempos y acortando las brechas que existen entre procesos, personas y tecnología, para lo cual, generar “*partnerships*” con los centros de carrera es parte de su estrategia. En suma, estos dos últimos enfoques van de la mano para pasar al siguiente nivel de la vanguardia académica y laboral.

La presente investigación busca conocer el nivel de satisfacción que tienen los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de dos universidades en Lima Metropolitana, posicionadas dentro del TOP 10 del ranking de universidades del Perú 2017, con respecto a su bolsa de trabajo universitaria. Por consiguiente, es importante conocer el comportamiento y las características que esta generación posee, así como la implicancia que tiene el uso de tecnologías especializadas que adopten las universidades para facilitar el proceso de búsqueda de trabajo y la inserción laboral de sus estudiantes y egresados.

Capítulo I. Marco Teórico

1.1. Centro de carreras universitario

En la actualidad, los centros de carrera o “career centers” cumplen un rol muy importante en las universidades, ya que tienen como objetivo principal brindar la orientación profesional-académica y el dotar de herramientas tecnológicas a sus estudiantes para facilitarles la inserción dentro de un mercado laboral cada vez más exigente.

Esto ha llevado a que los “career centers” adopten diversas tecnologías que además de buscar automatización de procesos internos, y agilización en la generación de sus reportes e indicadores, principalmente, velen por la satisfacción de los estudiantes de las nuevas generaciones.

Sin embargo, en el Perú, solo algunas universidades posicionadas dentro de las TOP 10 del ranking de “Las mejores Universidades en el Perú” (Alcántara & Almeida, Descubre los resultados del Ránking de Universidades Peruanas 2017, 2017) están tomando un accionar disruptivo frente a los nuevos retos de la industria educativa, con especial énfasis en los centro de carreras.

Como es el caso de la Universidad de Piura, la cual está trabajando en la adopción de nuevos cambios para su “*Career Development Center*”, la misma que en su página web oficial se posiciona como un centro de desarrollo profesional:

Esta realidad plantea nuevos retos y desafíos en la gestión de la carrera. Para alcanzar el éxito profesional, además de la excelencia académica, debemos descubrir nuestro potencial, saber quiénes somos, cómo nos comportamos y qué características definen

nuestro perfil. Es importante saber conectar nuestras motivaciones e intereses con nuestro talento y lo que nos apasiona. Asimismo, reconocer los entornos profesionales que más nos favorecen, las tendencias en reclutamiento y selección, saber implementar herramientas de empleabilidad y adoptar una actitud de liderazgo personal.(Universidad de Piura, s.f.)

Por otro lado, los reclutadores del departamento de Recursos Humanos –RRHH, buscan entablar vínculos de confianza con las universidades de su interés para que a través de sus centros de carrera y/o área de oportunidades laborales puedan agilizar sus procesos de reclutamiento hasta acceder al perfil más alineado para los puestos laborales que requieren.

“Ayudar a un empleador a reclutar con éxito en el campus es una parte rutinaria de las responsabilidades del centro de carreras. Sin embargo, los esfuerzos proactivos deben cumplir con las prácticas profesionales, y deben ser proporcionales con la asistencia extendida a cualquier empleador solicitante. Sobre todo, deben ser justos con los estudiantes deseosos de ser considerados para una oportunidad con la organización.” (NACE: Asociación Nacional de Universidades y Empleadores , 2017)

Según la cita en mención, las empresas y centros de carrera de las universidades deben desarrollar lazos de cooperación estrechos para cumplir sus objetivos individuales, que a su vez, generen beneficios mutuos. Pero, ¿A qué nivel está llegando la alianza entre empresas y universidades? ¿Realmente las universidades peruanas han logrado aportar valor en el proceso de colocación de sus estudiantes al mercado laboral?

Finalmente, la labor que desempeñen los “career centers” se verá reflejado en la preferencia de las empresas por sus estudiantes y egresados, así como en el posicionamiento de marca de prestigio que desean mantener.

1.1.1. Servicios del centro de carreras universitario

Como se menciona en el capítulo anterior, los centros de carreras universitarios ofrecen diversos servicios que en conjunto apoyan y orientan al estudiante a realizar una experiencia de inserción laboral favorable. Dentro de estos servicios, podemos mencionar los siguientes:

Bolsa de trabajo universitaria online

La bolsa de trabajo es el portal web universitario que busca vincular de forma eficiente y oportuna a los estudiantes y egresados con las empresas (como se cita en Ayala, s.f.). La vinculación se da a través de la publicación de ofertas laborales para prácticas pre profesionales y profesionales, las cuales les permita a los estudiantes y egresados obtener nuevas habilidades y conocimientos que mejoren su desarrollo y crecimiento de acuerdo a su perfil profesional (Sauceda, 2009)

De acuerdo a Sauceda este portal web universitario permite, al estudiante y /o egresado:

- Registrar su hoja de vida
- Visualizar las ofertas de empleo disponibles, las cuales pueden ser ubicadas a través de una serie de filtros, como: cargo, rubro, disponibilidad, expectativas salariales etc.
- Postular a ofertas laborales

1.1.2. Ferias laborales

Las ferias de empleo son eventos presenciales y online, donde se genera un espacio de encuentro entre empresas renombradas, y jóvenes estudiantes y egresados, logrando un contacto que satisfaga los intereses de ambas partes. En este tipo de eventos, los estudiantes y egresados podrán registrar sus datos en la empresa de su preferencia, formando parte así, de una base de datos para próximos procesos de reclutamiento (Universidad ESAN, s.f.)

1.1.3. Charlas y talleres

El centro de carreras universitario lleva a cabo diversos talleres y charlas, de distintos temas de interés, que permiten a los estudiantes y egresados estar capacitados para hacer frente a las oportunidades laborales. El objetivo de organizar estos eventos, es el brindar diferentes herramientas e información necesaria, que aporte en su crecimiento y desarrollo profesional, para así obtener una exitosa trayectoria en el mundo laboral.

Los temas de mayor interés que se abordan en estas charlas y talleres, son:

- Elaboración de currículos vitae
- Preparación para entrevistas de trabajo
- Cómo manejar la empleabilidad
- Construcción de marca personal y profesional

Por otro lado, se organizan workshops con empresas del sector público y privado, con alto reconocimiento en el mercado laboral, con el objetivo de que el estudiante conozca el proceso de selección y postule directamente a la compañía (Universidad de Piura, s.f.)

1.1.4. Indicadores del centro de carreras universitario

Para una adecuada gestión es imprescindible el uso de métricas o indicadores que ayuden a una correcta toma de decisiones para los directivos: “Teniendo como premisa principal lo mencionado por el físico y matemático William Thomson Kelvin: “Lo que no se define no se puede medir. Lo que no se mide, no se puede mejorar. Lo que no se mejora, se degrada siempre.” (Rupérez, 2014, pág. 129)

De acuerdo con la cita, las instituciones educativas tienen la necesidad de conocer la situación actual de cada departamento o área de negocio, a través de distintos indicadores de gestión, con la finalidad de proponer adecuadas mejoras internas, diseñar planes de acción o aplicar medidas para lograr sus objetivos. Por consiguiente, es fundamental reconocer la labor del centro de carreras dentro de las universidades, ya que esta involucra la inserción de su alumnado en el mercado laboral y el destacado desempeño que estos puedan tener frente a las distintas etapas, exámenes y entrevistas durante un proceso de reclutamiento y selección.

Tal es el caso de las universidades que participan anual y voluntariamente en el “Ranking de universidades peruanas 2017”. Con el objeto de mostrar su nivel de competitividad frente a otras universidades del mercado educativo.

Para fines de la investigación del presente trabajo se analizará el criterio o indicador de “Empleabilidad”, ya que es el tercer criterio más valorado en el ranking con un 15% en grado de importancia con respecto a otros.

Según la fuente analizada, el criterio de empleabilidad es definido de la siguiente manera:

“Se midió el reconocimiento de las universidades peruanas según un sondeo a ejecutivos de las compañías incluidas en el último Ránking de las 500 Empresas más Grandes de Perú, complementadas por encuestas a gerentes generales, profesionales y otros respondientes residentes en el Perú.” (Alcántara & Almeida, América Economía, 2017)

Vinculado al concepto, el siguiente cuadro evidencia el índice de empleabilidad de las TOP 8 universidades peruanas.

Tabla 1. Ranking de empleabilidad de las universidades

Ranking	Universidad	Empleabilidad
1	PUCP	100
2	U.CAYETANO HEREDIA	72.5
3	U. DEL PACIFICO	90
4	UNMSM	85.7
5	UNI	86.3
6	UPC	63.1
7	U. N. AGRARIA LA MOLINA	74
8	U. DE PIURA	83.8

Fuente: (Alcántara & Almeida, América Economía, 2017)
Elaboración propia

Según la Tabla 1, anterior, se visualiza que el mejor índice de empleabilidad lo tienen la PUCP, UP, UNI, UNMSM Y UDEP, en ese orden de puntuación. De las cuales, tres de las mencionadas han implementado una solución CSM conocida como “Simplicity”, cuyas características se analizan en los últimos capítulos del marco teórico.

Volviendo la mirada hacia los indicadores claves de gestión del centro de carreras, se mencionan los más empleados por los líderes de este departamento. Entre ellos se encuentran:

- Número de empleadores registrados y activos en el portal de bolsa de trabajo universitaria
- Cantidad de alumnos que han cargado, a sus portales de bolsa de trabajo, sus currículos vitae.
- Cantidad de egresados o estudiantes que están contratados.
- Índice de empleabilidad de estudiantes que egresan y trabajan en relación a su carrera.

Adicionalmente, los indicadores tienden a marcar un comportamiento variable en el tiempo y, por ende, estos deben ser constantemente analizados para la obtención de información fidedigna.

1.1.5. De centro de carreras universitario a centros de empleabilidad: nuevas tendencias

Como mencionamos anteriormente, el centro de carreras brinda soporte a los estudiantes, a través de diferentes servicios, con el objetivo de mejorar y desarrollar su crecimiento profesional. No obstante, dado que el dinamismo del mundo laboral ha transformado a las empresas, la forma en que estas trabajan y las posibilidades de línea de carrera para los nuevos perfiles profesionales, es que el concepto de centro de carreras y sus servicios, debe ir evolucionando con ello (Universidad de Piura, s.f.)

El servicio de centro de empleabilidad nace de las necesidades puntuales de los principales actores del ecosistema de empleabilidad, estudiantes y egresados, empresas e instituciones educativas, quienes buscan satisfacer las exigencias que tiene el mercado laboral en pro del crecimiento laboral.

Los servicios ofrecidos van más allá de los servicios típicos del centro de carreras universitario, ya que el principal objetivo es atraer empresas y convertirlas en socios estratégicos de las universidades para colocar a los estudiantes en ofertas conforme a su perfil de preparación académica y experiencia pre profesional.

Anteriormente solo los estudiantes eran los más beneficiados de los servicios ofrecidos de los centros de carrera y actualmente las empresas reciben beneficios donde sus búsquedas son más eficientes y conforme a los perfiles deseados.

El concepto de centros de empleabilidad tiene sus inicios en universidades del extranjero, donde especialistas como Andy Chan, vicepresidente de desarrollo personal y de carrera de la Wake Forest University, indicó que los “*career services*” deben morir, pues estos ya no abordan la dinámica del mundo y las necesidades de los estudiantes y egresados.

(Chan, 2013), brindó una conferencia en TEDx Talks, donde abordó como tema principal las grandes tendencias que brindan mayor impulso al desarrollo de los centros de empleabilidad. A continuación se explican estas grandes tendencias:

El mundo laboral ha cambiado fundamentalmente

En este punto explica que el mundo laboral se ha vuelto plano, pues existen menos puestos de trabajo y la competencia ha aumentado de manera global. Los estudiantes de hoy en día, cuyas edades oscilan entre los 22 y 25 años, compiten por un trabajo con personas de aproximadamente 40 años, las cuales tienen de 10 a 15 años de experiencia laboral. No obstante, los empleadores indican que las habilidades y conocimientos que los estudiantes deben poseer hoy en día, para ser competitivos para un puesto laboral, han ido en aumento con respecto al pasado. Los esperan que estos requerimientos sean aprendidos en los centros de estudios y ya no a manera de capacitación, pues en la actualidad, no se invierte en planes de formación personal.

Por último, los empleadores buscan en los estudiantes, compromiso y conocer, a través de las entrevistas, los motivos por los cuales serían realmente buenos para las empresas, sin embargo, ello no siempre es conocido por los estudiantes, por lo cual es fundamental guiarlo en la inserción.

Los programas pre profesionales de pregrado son “la salida”

Andy Chan, explica que debido a la diversidad de carreras y especialidades que existen en las universidades, muchos estudiantes se ven forzados a elegir programas de estudios que les permitan tener mayores probabilidades de empleabilidad. Por ello, la demanda de las carreras con menor probabilidad de empleo, se ve reducida. La implementación de un centro de empleabilidad, permitiría potenciar las oportunidades disponibles en el mercado laboral de todos los tipos de programas de estudios, sin importar el rubro o enfoque de la carrera universitaria.

Los políticos se están involucrando

Considerando que existen programas de estudios que no presentan altos índices de empleabilidad, se tiene la propuesta por parte de los políticos de recibir ayuda para potenciar la empleabilidad de dichas carreras. No obstante, aún existe cierta aversión al riesgo que no los induce a realizar el apoyo necesario para promover los beneficios de estos programas, a pesar de contar con un alto potencial de desarrollo. Por ello, Andy Chan, indica que los centros de empleabilidad deberían ser creados en pro del desarrollo y difusión de especialidades tanto conocidas y con alta demanda de empleo, como de aquellas que no lo tienen.

Por otro lado, en la conferencia se detallan los retos a los que se enfrentan los centros de carrera para con los estudiantes:

Los centros de carreras, deben realizar planes estratégicos más enfocados en el estudiante, formando parte de su desarrollo educativo y profesional, a lo largo de su estancia en la universidad y no solo cuando el estudiante se encuentra próximo a egresar.

El otro reto al que se enfrentan los centros de carrera, es la poca interacción que mantienen los estudiantes con ellos, dado que estos no suelen definir qué es lo que desean hacer en el aspecto laboral y por ende no entablan comunicación con dicho departamento, hasta que logren definir y tener claro cuáles son sus objetivos y expectativas en el ámbito laboral.

Dicho esto, Andy Chan sostiene que los career services, deben eliminarse y replantearse un nuevo concepto., el de centros de empleabilidad. Debido a su experiencia como vicepresidente de desarrollo de personal y carrera, sostiene que en la actualidad, los estudiantes buscan obtener experiencias positivas con respecto a la inserción en el mercado laboral. Asimismo, buscan que los procesos de los que forman parte sean rápidos, por ello, es fundamental que encuentren orientación en el camino, que los apoye y explique los retos a los que se enfrentan.

Por otro lado sostiene, que la implementación de estos centros apoyará en el proceso de desarrollo, crecimiento y aprendizaje del estudiante, donde podrá descubrir quién es, determinando sus valores, intereses y fortalezas.

En resumen, Andy Chan, sustenta que el principal eje de los centro de empleabilidad, son los estudiantes, quienes siendo orientados desde la perspectiva personal y complementándolo con el desarrollo profesional, se logrará obtener resultados favorables que permitan insertar al

estudiante en el mercado laboral de manera óptima. TEDx Talks (Productor). (2013). "Career Services" Must Die: Andy Chan at TEDxLawrenceU [Video].

1.2. Grupos generacionales

Los grupos generacionales son un conjunto de individuos cuya fecha de nacimiento son contiguas. Así mismo, se caracterizan por haber obtenido una educación e influencias, tanto culturales como sociales, de manera similar. Por lo cual, logran adoptar una conducta habitual en cuanto a la manera de pensar y crear (Real Academia Española, s.f)

Según Ogg (2006) un grupo generacional es “un grupo de edad que comparte a lo largo de su historia un conjunto de experiencias formativas que los distinguen de sus predecesores” (p.2). De acuerdo al término mencionado, hoy en día se logra realizar una distinción entre los diferentes grupos generacionales de acuerdo a los años que comprenden y a las características que los distinguen unos de otros. De esta manera, se clasifican en 4 grupos.

En primer lugar, los veteranos o generación silenciosa son un grupo que está conformado por aquellas personas que han nacido antes de 1945. Dos de sus principales características es la dedicación y la laboriosidad, ya que tuvieron que sobreponerse de la escasez en la época de la Gran Depresión (Ludim, 2006)

En segundo lugar, los baby boomers, nacidos entre 1946 y 1959, son un grupo que se caracteriza por ser líderes que desean transformar el mundo, ya que es una generación idealista (Chirinos, 2009)

En tercer lugar, la generación X, la cual comprende los años 1960 y 1979, se diferencia de las dos generaciones mencionadas anteriormente, ya que está compuesta por personas que son independientes y prácticas, las cuales han crecido en un entorno donde el gran índice de divorcios los definió como un nuevo grupo generacional (Chirinos, 2009)

Finalmente, la generación Y o más conocida con el término “Millennial” es una generación que surgió entre 1980 y 2000, la cual incluye a aquellos individuos que son versátiles en cuanto a la tecnología (Chirinos, 2009)

De acuerdo a la última generación mencionada, el presente trabajo de investigación explicará con mayor profundidad qué son los Millennials y cuáles son sus características en el ámbito social y laboral.

1.2.1. Satisfacción de los estudiantes Millennials respecto al servicio de la bolsa de trabajo universitaria

Millennials es el nombre que se les designa a la generación nacida entre los años 1980 y 2000, denominándose de esta manera, dado que nacieron en el comienzo del nuevo milenio (Varela, 2012)

De acuerdo a lo mencionado en las líneas anteriores, Rainer & Rainer (2011), en su libro *The Millennials: Connecting to America's Largest Generation*, apoyan la misma idea: “(...) estamos hablando de la generación Millennial, un grupo de jóvenes cuyos años de nacimiento oscilan entre 1980 y 2000” (p.2)

Así mismo, otros estudios demuestran que dicho grupo generacional está compuesto por personas nacidas entre los años 1980 y 2000 (Goldman Sachs Global Investment Research, 2017)

Por otro lado, los Millennials también son conocidos como la generación Y, pues es la generación que continúa luego de la X. (Varela, 2012)

Esta generación, asciende a 2.3 mil millones de personas a nivel mundial y en el Perú, representa el 36.3% de la población; es decir, 11,405.3 millones de personas (Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública, 2016)

Los Millennials son una generación independiente, la cual presenta un alto enfoque en el logro de las metas personales y en obtener un equilibrio profesional y económico. Por otro lado, presenta características sociales, políticas y culturales, que se detallan en el siguiente subcapítulo.

1.2.2. Principales características de los Millennials

Los miembros de esta generación presentan diferentes características, entre ellas:

a. Digitales

Se les considera nativos digitales, ya que logran dominar la tecnología con gran facilidad. Por ello, suelen ser uno de los primeros grupos en probar nuevas tecnologías, aproximadamente un 2.5 de veces más que otras generaciones.

Dicha generación presenta un comportamiento multitasking, ya que suelen realizar diferentes actividades a la vez, las cuales en su mayoría son llevadas a cabo en línea. Según AdReaction: Marketing in a multiscreen world, de Millward Brown, los Millennials invierten un promedio de 7 horas al día, para conectarse a diferentes dispositivos digitales, siendo el principal, el teléfono móvil, seguidos por la laptop y el desktop (Gutiérrez-Rubí, 2014)

b. Sociables

Considerando su alta participación e interactividad en línea, donde un 88% de Millennials latinoamericanos tiene creado un perfil, se define a la generación Y, como personas extremadamente sociables. Estos suelen consultar, compartir y comentar, a través de las redes sociales, lo que les permite crear contenido de gran interés.

A comparación de generaciones pasadas, el 46% de Millennials, crea y usa el contenido que se encuentra actualmente en la web. Por lo tanto, al tener un perfil activo en las redes sociales, se convierten en referentes para escribir recomendaciones y/o reseñas con respecto a distintos temas relevantes (Millennial Marketing, 2017)

c. Altamente críticos

Los Millennials valoran las experiencias únicas, la customización, buena comunicación y la práctica de valores. Asimismo, esperan que los productos y servicios se adecúen a sus gustos y preferencias; por consiguiente, se les considera una generación mucho más crítica y exigente (Stahl, 2016)

Por otro lado, buscan sentirse protagonistas de un cambio, por lo que participan y comparten, de manera proactiva, en diferentes eventos de carácter social, ya que buscan defender diferentes causas.

Estas características, no solo se observan en ámbitos como el consumo y comportamiento social, sino también en el ámbito profesional; donde los miembros de esta generación están logrando redefinir los procesos de contratación. A continuación, conoceremos a detalle las características de los Millennials en el ambiente laboral.

1.2.3. Características de los Millennials en el entorno laboral

Los Millennials perciben el ámbito laboral como una prioridad en sus vidas y no como una tarea que los complemente o equilibre (Meister & Willyerd, 2010). Debido al alto grado de estudios que ostentan, la generación Y es una de las generaciones mejor preparadas técnica y académicamente. Por ello, buscan que sus puestos de trabajo sean un desafío de crecimiento, tanto a nivel profesional como personal; pues anhelan entornos más colaborativos, agradables y flexibles (La Prensa Gráfica, 2017)

La proyección que se tiene para los siguientes 10 a 15 años, es que la Población Económicamente Activa (PEA) del Perú, ascenderá a alrededor de 7 millones; siendo el 60% pertenecientes a la generación Millennial y generación Z. Asimismo, dentro de este entorno, presentan características que los diferencian de otras generaciones.

Los Millennials buscan en el entorno laboral, lo siguiente:

a. Alto reconocimiento, desarrollo de carrera y falta de compromiso

Los Millennials gustan sentir que su labor es pieza importante dentro de la compañía, asimismo, buscan obtener gran reconocimiento, de manera pública, por parte de sus empleadores, lo que aumenta su satisfacción laboral. De igual manera, desean poder desarrollar una carrera, la cual les permita laborar en diferentes áreas, incrementando sus conocimientos y habilidades.

b. Movilidad laboral

La generación Y tienden a “no ponerse la camiseta”, pues son individuos que buscan nuevas experiencias y constantemente replantean sus objetivos y metas. (Varela, 2012). De esta manera, actualmente en USA, se estima que un millennial cambia de trabajo unas quince veces antes de cumplir los 38 años (Hobart, s.f)

Así mismo, en el caso de Perú, para el año 2020 el 82% espera dejar su trabajo actual (Deloitte, 2016)

c. Flexibilidad y balance

Los miembros de esta generación aprecian el balance del entorno laboral con el personal, por lo que buscan formar parte de una compañía que aprecie este aspecto; donde inclusive se les permita trabajar desde casa. Por otro lado, valoran que la empresa a la que pertenecen, sea partidaria de diferentes causas, como voluntariado o apoyo al medio ambiente.

d. Trabajo en equipo

Los Millennials disfrutan el trabajar en colaboración con sus compañeros, ya que consideran esta práctica valiosa para generar buenas relaciones e intercambiar distintos puntos de vista. Asimismo, aprecian la comunicación horizontal tanto con sus semejantes, como con sus jefes; pues valoran la transparencia y honestidad en las relaciones que desarrollan con ellos (Abbot, 2013)

Además, de las características descritas líneas arriba, los Millennials buscan una constante retroalimentación que les permita corregir sus debilidades e ir mejorando las distintas habilidades que poseen (Span, s.f)

Dados los particulares rasgos que presenta esta generación, existen nuevos retos a los que se enfrentan los encargados de los centros de carrera universitario, dado que se ven en la responsabilidad de crear contenido que apoye en la orientación hacia sus estudiantes y egresados, así como el facilitarle de herramientas tecnológicas que les permita tener una experiencia rápida y eficiente, en la búsqueda de su inserción al mercado laboral.

Asimismo, cabe mencionar que: “Los Millennials están cambiando la industria del reclutamiento. Un estudio de Aberdeen señala que el 73% de los jóvenes de 18 a 34 años, encontró su último trabajo a través de una red social” (Medved, 2014)

Según la cita anterior, los centros de carrera universitarios deben desarrollar un plan de acción para lograr suplir las exigencias de esta nueva generación de consumidores, logrando así posicionarse en la mente de los jóvenes, como la primera opción de servicio de búsqueda de empleo por sus servicios, efectividad y ágil interactividad dentro del ecosistema universidad, estudiante y empresa.

1.2.4. Retos en el entorno laboral de la generación Millennial

Como se mencionó en el subcapítulo anterior, los Millennials presentan características muy marcadas y propias de su generación; las cuales también se reflejan en el entorno laboral y representan todo un reto para los encargados de los centros de carreras universitarios.

Al ser digitales, los Millennials acuden a nuevos métodos para realizar la búsqueda de una oferta laboral.

Por otro lado, al ser sociables, desean desarrollarse en un ambiente más espontáneo y poco riguroso, por lo que se les dificulta adaptarse a los sistemas jerárquicos y tradicionales. Este inconveniente hace que se sientan limitados en el desarrollo de su creatividad, generando una mala experiencia laboral y por ende, una renuncia en el corto plazo. Para enfrentar este problema, es importante que los centros de carreras construyan puentes y desarrollen herramientas necesarias que permitan que esta generación ensamble de forma más rápida y eficiente con las aspiraciones y necesidades laborales reales de los estudiantes universitarios, todo ello con el fin de tomar en cuenta que: “Los Millennials no trabajan para ellos; sino con ellos” (Huff, s.f)

Como se ha podido visualizar, los retos más importantes a los que se ven expuestos los reclutadores, con respecto a la generación Millennial, son:

- **Dificultad para impulsar talentos:** En la actualidad, es difícil poder abarcar todas las necesidades e inquietudes de los Millennials. No solo buscan beneficios salariales sino líneas de carreras dentro de ellas como: fuertes intereses en los Great Place to Work, búsqueda de la identificación de las principales aptitudes por carreras, la evaluación del perfil del estudiante, y finalmente, el desarrollo de la investigación en la selección de empresas que “aplican” con los requisitos que estos requieren para con sus profesionales.

- **Altas tasas de rotación:** una vez que los Millennials son contratados, se ven expuestos a un bajo compromiso por parte de la empresa que los contrata, pues al no adaptarse a sus necesidades y requerimientos, optan por migrar de sus puestos de trabajo en busca de una oferta que se acomode a su perfil. Por este motivo, y siendo considerada una de las generaciones con mayor tasa de renuncias ostenta, las universidades necesitan generar una estructura sostenible que les permitan a los centros de carreras colocar a los “Millennials” en los puestos de trabajos en los que puedan desarrollar verdaderamente sus habilidades y destrezas dentro de una compañía en un mediano y largo plazo.

Considerando estos dos grandes retos, a los que se enfrentan los reclutadores del área de RRHH, es importante encontrar una manera efectiva que optimice el proceso de reclutamiento para esta generación. El cual apoye en mejorar la búsqueda de candidatos idóneos y por ende, disminuya las tasas de rotación laboral.

1.3. Herramientas tecnológicas de gestión de servicios de carreras (CSM)

La educación universitaria viene enfrentando diversos desafíos a través del tiempo, los cuales deben ser asumidos para poder adaptarse a las nuevas tendencias del mercado y de la sociedad.

Según Casani (2015)

“(…) al reconfigurarse la economía y la sociedad mundiales mediante la globalización y la desregulación, se difunde como verdad incontrovertible que el mercado es el mejor asignador de recursos en cualquier esfera social. Tal principio se ha infiltrado en las políticas universitarias provocando la creación de un mercado global de la educación superior gobernado por la competencia. Si se añade la tecnología, gracias a la cual el conocimiento se convierte en una mercancía indiferenciada, aparece un nuevo paradigma denominado world-class university (intensivo en investigación y basado en una alta reputación a través de los rankings) (...)” (Casani Fernández de Navarrete & Rodríguez Pomedá, 2015)

Esta afirmación nos indica que el principal desafío de las universidades está en mejorar su calidad académica, siendo competitivos en diversos aspectos; relacionados a la innovación, investigación y cooperación entre universidades y empresas. Considerando la amplia oferta de universidades que se encuentran hoy en día en el mercado, es factor clave el diferenciarse a través de los aspectos mencionados líneas arriba, con el fin de ganar posicionamiento.

En ese sentido, se ha presentado una tendencia de participación en los denominados “rankings de las mejores universidades”, los cuales brindan un panorama de la situación actual basados en los criterios más relevantes para la calidad universitaria. Por lo cual, para lograr una destacada posición en dicho listado, las universidades son sometidas a una exhaustiva evaluación dividida en distintas categorías, que les permite sobresalir en comparación a su competencia.

Para complementar lo mencionado en el párrafo anterior, hemos analizado el ránking de la Revista Semana Económica, puesto que es uno de los más representativos en el Perú. Este ránking emplea una metodología de estudio conformada por 8 criterios, los cuales presentan una puntuación según el nivel de importancia en la evaluación.

Figura 1. Principales indicadores para el “Ranking de Universidades del Perú 2017”

Elaboración propia

Según el gráfico anterior, podemos deducir que la investigación e innovación, calidad docente y empleabilidad, conforman el 65% de la puntuación, siendo el foco de atención y mejora de las autoridades académicas.

Teniendo en cuenta el grado de exigencia que tienen estos criterios, es que las universidades toman acciones que les permitan alcanzar altos estándares de mejora académica. Con base a lo mencionado, para la investigación, analizamos la implementación de la solución de gestión de servicio de carreras desde el enfoque a universidades, empresas y estudiantes.

La solución de gestión de servicio de carreras o Career Service Management, son soluciones unificadas de empleabilidad para las universidades que impulsan el crecimiento en la participación del centro de carreras y concientización de los estudiantes. El principal objetivo de estas soluciones es aumentar el compromiso, mejorar las experiencias y optimizar la eficiencia operacional entre empresas, estudiantes y universidades.

Asimismo, las universidades implementan soluciones para la mejor gestión en sus centros de carrera, con la finalidad de orientar y preparar a sus estudiantes para solucionar problemas reales del mundo laboral. Así también, estas soluciones ayudan a conectarlos con las mejores empresas a través de plataformas colaborativas que permitan interacción a tiempo real entre el alumno y reclutador.

1.3.1. Solución CSM para la gestión de universidades

Las plataformas de los centros de carreras y/o áreas de oportunidades laborales de las universidades peruanas, comúnmente, funcionan como un portal de búsqueda de empleo para que los estudiantes y egresados puedan postular a las ofertas laborales publicadas en esta.

Sobre el asunto, se ha investigado la existencia de diversas plataformas que tienen mayor alcance tecnológico, con funcionalidades que brindan mejor interactividad a tiempo real entre los agentes del ecosistema (Ver ilustración 1) y reportería avanzada que facilita la gestión de los líderes del CC.

A este nuevo tipo de plataforma de empleabilidad se le conoce como “Career Service Management Solutions”.

En el siguiente gráfico se muestra el ecosistema de una solución CSM, formado por tres agentes internos y uno externo.

Figura 2. Career Service Manger

(Simplicity, s.f)

Según un estudio, Stephan, Brown y Trends (2017), afirman que:

“El reclutamiento se está convirtiendo en una experiencia digital a medida que los candidatos esperan comodidad y contacto móvil. Los reclutadores expertos aprovecharán nuevas tecnologías de adquisición de talento para forjar conexiones psicológicas y emocionales con los candidatos y para fortalecer constantemente la marca como empleadores” (Michael Stephan, 2017)

La anterior cita hace referencia al consumidor digital de hoy, el mismo que valora muy positivamente su experiencia, buscando atributos como sencillez, practicidad, comodidad, rapidez y seguridad. Por otro lado, los reclutadores buscarán aprovechar la tecnología que aporte a sus procesos. Es por ello, que el mercado educativo constantemente está innovando en servicios y productos que cumplan las expectativas de los estudiantes, egresados y aliados corporativos.

Se suma a ello, la necesidad que tienen los CC de mejorar los índices de empleabilidad de sus estudiantes y egresados. Lo que ha llevado a que éstos potencien sus portales de búsqueda de trabajo o adquieran soluciones sofisticadas ya implementadas en universidades de otros países de Latinoamérica, y el mundo.

En el mercado peruano ya se han visto algunos casos de éxito respecto a la implementación de soluciones CSM. Estas aportan en la efectiva gestión del centro de carreras universitario, y proponen distintos elementos estratégicos en el modelo de empleabilidad para sus estudiantes y egresados.

A continuación se mencionan las principales bondades de estas soluciones:

- a. En una etapa inicial, se busca la recolección de información y la creación del archivo del alumno.
- b. Luego se realiza la planeación de carrera de los estudiantes basado en la información de mercado, para ofrecer a las empresas los perfiles de estudiantes acordes a su sector, con los conocimientos, competencias y logros que estas exigen.
- c. Como tercer elemento, cabe destacar que la solución permite que los estudiantes experimenten varios eventos que fortalecen sus oportunidades en el mercado laboral, como: las pasantías o prácticas profesionales, la orientación en la creación del currículum vitae, orientación profesional en diversos temas de interés, simulador de entrevistas, reclutamiento en campus, participación en charlas de empresas, en ferias de empleos físicas y virtuales (Simplicity, s.f)
- d. Por último, accesibilidad a la generación de reportes para obtener métricas de las funcionalidades de la solución e indicadores de empleabilidad de su alumnado.

En síntesis, mediante las soluciones CSM, los Centros de Empleabilidad podrán mejorar la experiencia de búsqueda de empleo de sus estudiantes, incrementando sus niveles de aplicación de empleos y afianzando lazos con las empresas aliadas.

1.3.2. Solución CSM para empresas

Las empresas cumplen un rol fundamental dentro del ecosistema de la solución CSM, ya que la cooperación que mantienen con las universidades, les permite optimizar el proceso de reclutamiento para la inserción de estudiantes cualificados.

Según Gonzalo Núñez (gerente de soluciones de Ofisis)

“Hoy la transformación digital es el día a día de las empresas y las compañías no son ajenas a ello. La rentabilidad, al fin y al cabo, está sujeta al desempeño de la fuerza laboral y por ello es necesario que las empresas inviertan en soluciones tecnológicas, que les permitan captar el talento del mercado con el perfil idóneo y tomar acciones de evaluación de desempeño, para alinear a sus colaboradores con sus objetivos” (América Economía, 2017)

Según la cita mencionada, es fundamental que las áreas de RRHH de las empresas peruanas se alineen con las nuevas tendencias que nos trae la ola tecnológica, para así romper las barreras de tiempo y espacio; que limitan la atracción del talento.

De otro lado, se conoce de la carga laboral desgastante que tienen los empleadores frente al reclutamiento de los estudiantes millennials debido al repetitivo registro inicial que deben hacer a través de los diferentes portales llamados “bolsa de trabajo universitaria”. Así también, los reclutadores constantemente están lidiando con la avalancha de correos electrónicos que llegan a sus “bandejas electrónicas” con las hojas de vida de los postulantes universitarios.

Empero, para fines de la presente investigación, y tomando en cuenta que la etapa de reclutamiento es el inicio y uno de los más importantes durante el proceso de selección, nos enfocaremos en analizar las ventajas de la adopción de una solución CSM con respecto a dicha etapa.

Indicó asimismo que la implementación de una solución CSM genera diversos beneficios al departamento de reclutamiento y selección, pues incrementa el rendimiento, disminuye los tiempos empleados para el registro de portales y búsqueda de candidatos idóneos, y si las funcionalidades de esta solución es aprovechada al máximo, entonces podrá reducir los costos operacionales del proceso de reclutamiento de estudiantes en busca de prácticas pre-profesionales y estudiantes de los últimos ciclos de su carrera, que buscan empleos formales.

Algunos beneficios de estas soluciones para los reclutadores son:

- a. El uso de filtros como: carrera, competencias, nivel de experiencia laboral, orden de mérito, entre otras, que facilitan la segmentación de los candidatos idóneos.
- b. Ferias virtuales de empleo, que permitan la navegación y búsqueda de trabajo por ese medio. Los estudiantes acceden a contacto directo con el reclutador, a través de un chat de mensajería instantánea para poder comunicarse.
- c. Envíos masivos de ofertas laborales, a todas las universidades que tengan implementada la solución CSM, conteniendo diversos filtros según el requerimiento del reclutador.
- d. Libros de CV, es una funcionalidad que ayuda a que las universidades puedan generar búsquedas especializadas para armar listas de alumnos con sus currículos vitae alineados al requerimiento de la vacante que necesitan las empresas.

La empresa accede a la plataforma a través de sus accesos para encontrar las listas ya creadas y segmentada, según sus intereses, por la universidad.

- e. Practicidad en la creación de eventos, dirigidos a los estudiantes, como: presentaciones institucionales, sesiones de networking, sesión de preguntas y respuestas, proyectos a futuro de la empresa.

Finalmente, la optimización de tiempo en el proceso de reclutamiento de estudiantes, viene siendo experimentada por diversas empresas alrededor del mundo, a través del uso de la solución CSM.

1.3.3. Solución CSM para estudiantes

Los estudiantes son uno de los actores claves dentro del ecosistema de la solución CSM, ya que son el eje principal entre la oferta y demanda de las universidades y empresas, respectivamente.

Desde la perspectiva del estudiante, la solución CSM, agiliza y mejora la experiencia de búsqueda laboral, la cual a través de las distintas funcionalidades que posee, les permite:

- a. Buscar, recibir y solicitar ofertas laborales, por medio de la aplicación disponible para todo tipo de dispositivos. Dichas ofertas estarán alineadas a su perfil académico y laboral.
- b. Buscar y confirmar asistencia a eventos de interés, tales como: ferias de carreras, charlas y talleres.
- c. Recibir feedback detallado de las fortalezas y debilidades que posee el estudiante, mediante la ejecución de una entrevista simulada o mock interview.
- d. Gestionar un portafolio laboral, profesional y académico, con el objetivo de consolidar y almacenar toda la documentación necesaria para un proceso de reclutamiento eficaz.
- e. Interacción de estudiantes con la red de egresados, creando un programa de mentoring.
- f. Counseling, programa de asesoramiento para estudiantes.
- g. Participar en ferias de empleo online, a través de la solución CSM.

Al ser esta una solución responsive, es decir, que se adapta a distintos dispositivos móviles; y tiene una interfaz amigable, ha resultado ser muy atractiva, fácil y cómoda para el estudiante Millennial.

Finalmente, la implementación de estas soluciones facilita la curva de aprendizaje que tiene el alumno en pro de su crecimiento profesional, asesoramiento y preparación de entrevistas, así como en la orientación al estudiante para la realización de su cv, entrevistas e inserción laboral.

Dicho de otro modo, con la adopción de dicha herramienta se logrará conectar a los estudiantes con millones de empleadores a nivel mundial y les proporcionará los recursos que necesitan para tener éxito en su proceso de vinculación laboral.

Capítulo II. Plan de investigación

2.1. El problema

Debido a la fuerte e importante participación que tienen los centros de carrera universitarios, frente al reto de mejorar sus índices de empleabilidad, estos se han visto en la necesidad de ampliar la oferta de su portafolio de servicios para sus estudiantes y egresados. Así como, generar alianzas con compañías nacionales e internacionales en pro de abrirles caminos profesionales a los jóvenes.

La coyuntura actual para la búsqueda de empleo presenta nuevos retos, los retos que nos impone una sociedad digital. Los usuarios pertenecen mayormente a la generación Millennial, cuya principal característica ha sido formada “bajo la sombrilla de la comunicación digital”, es decir que han nacido con amor por la tecnología, prefiriendo en muchos casos, interactuar a través de plataformas digitales en tiempo real. Asimismo, este perfil Millennial es un consumidor exigente que busca comodidad, accesibilidad y rapidez en distintos ámbitos de su vida profesional, laboral y personal.

Considerando que los estudiantes y egresados, extrapolan estas exigencias al entorno laboral, es vital que sus casas de estudio puedan adoptar el uso de la tecnología más eficiente y eficaz que mejore el proceso de búsqueda de oportunidades laborales, y a la vez, los apoye con su desarrollo y crecimiento profesional.

Es por ello que las universidades top según el ranking de universidades del Perú 2017 se encuentra migrando del concepto de centro de carreras hacia el centro de empleabilidad,

implementando herramientas que faciliten y aseguren la inserción laboral de sus estudiantes y egresados. Esto se logrará mediante la cooperación y sinergia con las empresas peruanas; a través de una solución que conecta a dichos centros de empleabilidad. No obstante, existen universidades que aún no adoptan esta nueva propuesta de cambio

En el orden de ideas expuesto, se desea conocer los aspectos más valorados del uso de la solución CSM en la satisfacción del servicio de la bolsa de trabajo de estudiantes Millennials, realizando la comparación de estudiantes de la carrera de ingeniería industrial de dos universidades de Lima. Una de ellas cuenta con la solución CSM y la otra no.

2.2. Formulación del problema

¿Cuál es la influencia de la aplicación de la solución CSM en la mejora los niveles de satisfacción de los estudiantes Millennials, con respecto a la búsqueda de empleo utilizando la bolsa de trabajo universitaria?

2.3. Justificación y relevancia

En lo laboral, actualmente, se encuentran en el mercado peruano diversas empresas que brindan soluciones tecnológicas para las diferentes necesidades existentes en los ámbitos educativo y corporativo. Las cuales consultan permanentemente con las bolsas laborales de las universidades para ofrecer a sus clientes, personal capacitado egresado de las mejores universidades nacionales.

En lo económico, las empresas al formar parte del ecosistema de la solución CSM, toman un papel importante en la implementación de la misma. Estas requieren de candidatos idóneos para los puestos laborales que buscan cubrir, es decir, el aporte y contribución que realicen los CC en el proceso de reclutamiento y selección de sus estudiantes, impactará económicamente en la reducción de la inversión que tienen las empresas al momento de requerir personal calificado, esto será mejor valorado por las empresas, generando así: mejor posicionamiento de las universidades dentro del mercado laboral, fortaleciendo alianzas y aportando en mejorar sus índices de empleabilidad.

Según el artículo denominado Administración e Ing. Industrial han sido las carreras más demandadas (Republica, 2018) El programa de Ingeniería Industrial trepó al segundo lugar del 2016 al 2017. Entre las carreras más demandadas por los estudiantes peruanos.

Asimismo en el Portal de Universia (<http://www.universia.edu.pe>, 2017) indica que “La tendencia de las carreras más demandadas por las empresas se mantiene en el tiempo, y al parecer está dado porque las organizaciones buscan perfiles más versátiles que se puedan adaptar y desempeñar en distintas áreas”.

Por ello, se hace necesaria la realización de esta investigación para conocer el nivel de satisfacción de los estudiantes Millennials de la carrera de ingeniería industrial de las Universidades UPC y UDEP respecto al servicio de la bolsa de trabajo universitaria.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

El uso de soluciones CSM mejora los niveles de satisfacción de los estudiantes Millennials, con respecto a la búsqueda de empleo utilizando la bolsa de trabajo universitaria.

2.4.2. Hipótesis específicas

- Hipótesis Específica 1: Es mayor el nivel de satisfacción de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la universidad que usa la solución CSM, con respecto a la diversidad y calidad de ofertas laborales.
- Hipótesis Específica 2: La aplicación de la solución CSM influye en la efectividad de la búsqueda de trabajo de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la UPC y UDEP
- Hipótesis Específica 3: La aplicación de la solución CSM, influye en la percepción de accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo, en los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la UPC y UDEP.
- Hipótesis Específica 4: El tipo de empleo conseguido influye en el nivel de satisfacción con la bolsa de trabajo de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial.

2.5. Objetivos

2.5.1. Objetivo general

Determinar si el uso de soluciones CSM mejora los niveles de satisfacción de los estudiantes Millennials, con respecto a la búsqueda de empleo utilizando la bolsa de trabajo universitaria.

2.5.2. Objetivos específicos

- Objetivo Específico 1: Analizar si el nivel de satisfacción de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la universidad que usa la solución CSM, es mayor con respecto a la diversidad y calidad de ofertas laborales, de las que no usan la solución CSM.
- Objetivo Específico 2: Demostrar que la aplicación de la solución CSM influye en la efectividad de la búsqueda de trabajo de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la UPC y UDEP
- Objetivo Específico 3: Determinar si la aplicación de la solución CSM influye en la percepción de accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo en los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la UPC y UDEP.
- Objetivo Específico 4: Analizar las diferencias de comportamiento en la satisfacción con la bolsa de trabajo entre los diferentes tipos de empleo conseguido por los estudiantes Millennials de la carrera de ingeniería industrial.

Capítulo III. Metodología

En este capítulo se presentan los aspectos metodológicos de la investigación, estableciendo en primer lugar el tipo de investigación que se va a realizar la que va a determinar el enfoque del mismo. La escogencia del tipo de investigación determinará los pasos a seguir del estudio, sus técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo. Además, se escogerá el diseño asociado, referido a la estrategia o plan para responder a las preguntas de la investigación, alcanzar sus objetivos y analizar las certezas de las hipótesis formuladas.

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación por la naturaleza de los datos presenta un enfoque de investigación mixta (enfoque cuantitativo y enfoque cualitativo)

Los tipos de investigación están de acuerdo a “criterios de clasificación”, presentando una misma investigación dos criterios de clasificaciones diferentes: En general, se presentan dos grandes enfoques bien definidos: la investigación cuantitativa y la investigación cualitativa. (Fiallo y otros, 2008)

Enfoque cuantitativo

En primer lugar, se aplicó un enfoque cuantitativo, con diseños de la investigación, descriptiva -correlacional, con clasificación transversal.

Es descriptivo según Hernández, Fernández y Baptista (2014), debido a que “miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar” (p.117).

Es correlacional, debido a que se encargan de identificar la relación entre dos o más conceptos o variables. Los estudios correlacionales tienen en cierta forma un valor un tanto explicativo, con esto puede conocer el comportamiento de otras variables que estén relacionadas. Según Hernández (2014), los estudios correlacionales “describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado” (p. 157)

Por último es transversal, según Hernández (2014), debido a que “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como “tomar una fotografía” de algo que sucede” (p.155)

Por ello se va utilizar técnicas cuantitativas mediante la aplicación de un instrumento a través de encuestas a los estudiantes millennials de ingeniería industrial en dos universidades, las cuales nos permitieron analizar a mayor detalle las variables definidas en el estudio.

Enfoque cualitativo

En segundo lugar, se aplicó un método cualitativo con diseño de la investigación exploratoria a través de técnicas de entrevista semiestructuradas a profundidad. Este punto nos permitió recabar información relevante para la investigación, la cual no ha podido ser extraída mediante fuentes secundarias. La finalidad de aplicar estas técnicas, es de poder conocer las diferentes perspectivas que presentan los grupos entrevistados, con respecto al tema de la investigación. Esto se sostiene con lo mencionado por Sanz: La investigación exploratoria es una

investigación inicial para definir con más precisión el problema a analizar, su objetivo es suministrar al decisor o al investigador una primera orientación sobre la totalidad o una parte del tema que se va a estudiar" (Merino Sanz, 2010, p. 21)

Según la cita anterior, el realizar estas técnicas proporcionó un panorama más claro sobre la relevancia del tema de investigación, así como apoyaron a las conclusiones y recomendaciones. Por ello, se aplicaron técnicas cualitativas directas, como las entrevistas a profundidad a los jefes y encargados del reclutamientos en empresas “Great Place to Work” y a los directores encargados de los centros de carreras universitarios, las cuales nos permitieron caracterizar con mayor detalle los aspectos valorados del uso de la bolsa de trabajo definidas del estudio

3.2. Población

La investigación estará conformado por dos grupos de estudio, divididos según el enfoque que aplicaremos.

Enfoque cuantitativo

La población de estudio comprende a todos los estudiantes Millennials de la carrera de ingeniería industrial tanto de la Universidad de Piura (UDEP) de octavo a décimo ciclo que empleen una solución CSM, para la búsqueda de ofertas laborales y de la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC) de octavo a décimo ciclo que no empleen una solución CSM, para la búsqueda de ofertas laborales

Para el periodo de estudio la Universidad **UDEP** que emplea CSM cuenta con 84 estudiantes (Carrera de Ingeniería, estudiantes de Ingeniería Industrial de 8vo ciclo en adelante). (UTEC, s.f.)

Para el periodo de estudio la Universidad **UPC** que no emplea CSM cuenta con 300 estudiantes (Carrera de Ingeniería, estudiantes de Ingeniería Industrial de 8vo ciclo en adelante). (UPC, 2017)

Enfoque cualitativo

La población estuvo conformado por dos grupos participantes del estudio:

El primer grupo lo conforman todas 50 empresas pertenecientes al ránking 2017 de los mejores lugares para trabajar – “Great Place to Work” (Great Place to Work, 2016)

El segundo grupo lo conforman los Directores encargados de los centros de carrera de las dos universidades involucradas en el estudio: La UDEP y la UPC.

3.3. Muestra

Enfoque cuantitativo

Las herramientas del enfoque cuantitativo que se aplicaron fueron las encuestas.

Para determinar la muestra, se utilizó la fórmula de población finita para un estudio cualitativo. Se considera un nivel de confianza de 95%, proporción esperada 0.5 y el grado de error variará según la muestra.

Asimismo, se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

- Estudiantes millennials de ingeniería industrial
- Estudiantes que se encuentren cursando el 8vo ciclo en adelante de la carrera
- Estudiantes de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas
- Estudiantes de la Universidad de Piura
- Lima Metropolitana

Se puede observar el cálculo de la muestra en el Anexo N°1., la que muestra como los siguientes resultados

1. Universidad que emplea CSM: UDEP 74 estudiantes (Carrera de Ingeniería, estudiantes de Ingeniería Industrial de 8vo ciclo en adelante).
2. Universidad que no emplea CSM: UPC 199 estudiantes (Carrera de Ingeniería, estudiantes de Ingeniería Industrial de 8vo ciclo en adelante).

En total se tendrá una muestra de 273 encuestados, los cuales, fueron evaluados en el período del 16 de Octubre al 01 de Noviembre de 2017.

Enfoque cualitativo

Las herramientas del enfoque cualitativo que se aplicaron fueron las entrevistas a profundidad.

En las entrevistas a profundidad se tuvo en cuenta que el personal a entrevistar, tenga conocimiento del reclutamiento de estudiantes millennials y realice la búsqueda de los posibles candidatos, a través de bolsas de trabajo universitarias. Para ello, se realizarán entrevistas a

colaboradores del área de RRHH de empresas y a los Directores los Directores encargados de los centros de carrera de las dos universidades involucradas en el estudio: La UDP y la UPC

La muestra de los colaboradores del área de RRHH fueron tomadas del listado de 50 empresas del Great Place to Work. (Great Place to Work, 2016), en forma no determinística, debido a que se seleccionó a conveniencia las ocho empresas de dicha lista, por ser las más usadas por los estudiantes en las “bolsas de trabajo” , las cuales son:

1. Primax, puesto del entrevistado: jefa de selección
2. Grupo Falabella, puesto del entrevistado: analista de desarrollo y selección
3. Manpower, puesto de entrevistado: team leader de reclutamiento & selección
4. Interbank, puesto del entrevistado: HR business partner
5. Entel, puesto del entrevistado: analista de atracción de talento
6. G y M, puesto del entrevistado: jefe de atracción y selección de talento
7. IBM, puesto del entrevistado: SSA recruitment partner
8. Western Union, puesto del entrevistado: especialista de recursos humanos

La muestra de los Directores responsables de administrar el área de oportunidades laborales de universidades que emplean (UDP) y que no empleen una solución Career Service Management. (UPC)

- Directora del centro de carrera de la Universidad de Piura
- Directora del centro de carrera de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

3.4. Identificación de variable

Variable independiente (X):

Aplicación de las soluciones Career Service Management

Variable dependiente (Y):

Satisfacción de los estudiantes millennials respecto al servicio de la bolsa de trabajo universitaria.

3.5. Métodos e instrumentos para el estudio

Los métodos de estudio cuantitativo y cualitativo presentan sus correspondientes herramientas en la investigación, como se detallan a continuación:

Enfoque Cuantitativo: Encuestas

El enfoque cuantitativo tendrá como herramienta principal la encuesta, la cual fue aplicada a 273 estudiantes, a través de Google Forms y cuestionarios en físico. Esta encuesta ha sido extraída de una encuesta realizada previamente en la Escuela Técnica superior de Ingenieros Industriales en el año 2014. (Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales, 2014) . (Ver Anexo N° 4)

La encuesta consta de 6 preguntas está dividida en dos Bloques y en los datos de Control. El Bloque I está referido al Perfil Profesional, basado en la experiencia laboral que han desempeñado en sus empleos los estudiantes millennials de las universidades seleccionados. El Bloque II está referido a la percepción del nivel de satisfacción sobre la bolsa de trabajo de su universidad. Los datos de control están referidos al sexo, edad, universidad y ciclo de estudios de dichos estudiantes.

Estas encuestas nos ayudaron a determinar la satisfacción del uso de la bolsa de trabajo, a través de las plataformas digitales que brindan sus casas de estudios. Es importante conocer si los estudiantes de esta generación, realmente consideran importante, la implementación de este tipo de soluciones.

La encuesta nos permitió extraer información personal, como datos de control acerca del centro de estudios, experiencia laboral, ciclo que cursa actualmente. Asimismo, nos permitió obtener información sobre el nivel de satisfacción que tienen sobre la bolsa de trabajo de su universidad, así como de diversos criterios.

Enfoque Cualitativo: Entrevistas a profundidad

La técnica empleada fue la entrevista semiestructurada a profundidad, la cual fue formulada bajo una serie de preguntas, cuyo objetivo es obtener información relevante para la investigación, como:

La primera entrevista semiestructurada se realizó a ocho colaboradores del área de RRHH, especialistas en reclutamientos de ocho empresas pertenecientes al “Great Place to Work”, Esta entrevista fueron realizadas en las respectivas oficinas de los reclutadores, cuenta con 12 preguntas las cuales tuvieron un tiempo de duración aproximado de 30 minutos a cada reclutador. Con esta entrevista semiestructurada se buscó detallar las técnicas de reclutamiento externo, la preferencia por estudiantes de alguna universidad en particular, los medios que empleas para reclutar a dichos estudiantes, la existencia de convenios con el Centro de Carreras/Área de Oportunidades Laborales de las Universidades, así como determinar la

inclinación para reclutar por soluciones CSM, entre otros aspectos. El listado de preguntas se podrá visualizar en el Anexo N° 2.

La segunda entrevista semiestructurada se realizó a las Directoras encargadas de los centros de carrera universitarios. Esta entrevista fueron realizadas en los ambientes de la Dirección de los dos centros de carrera de cada Universidad de la muestra seleccionada, las cuales tuvieron un tiempo de duración aproximado de 60 a 90 minutos. Esta entrevista consta de ocho preguntas, en las que se buscó respuestas sobre los indicadores del departamento que dirigen, herramientas o plataformas cuenta su universidad hoy en día, tipo de indicadores y/o reportes te brinda la bolsa de trabajo, la herramienta que empleaba antes y la que usa actualmente, entre otros aspectos de las oportunidades laborales que brindan su Universidad, entre otro aspectos. .El listado de preguntas se encuentra en el Anexo N° 3.

3.6. Análisis de datos obtenidos

El procesamiento de la información se llevó de la siguiente manera, según el tipo de técnica empleada:

Encuestas

El procedimiento para el análisis de la información es establecer el comportamiento de la variable y sus atributos involucrados en la investigación mediante la formación de una base de datos en Microsoft Excel.

Para procesar los datos se usará el software SPSS 24, que permitirá obtener las estadísticas descriptivas, las tablas de frecuencias y sus gráficos correspondientes, para una explicación descriptiva y comparativa de los resultados.

Luego se contrastan las pruebas de hipótesis correspondientes, usando la prueba Chi cuadrado y t Student, que establece la validez de las hipótesis planteadas en la investigación.

Entrevista a profundidad

El procedimiento para desarrollar esta técnica cualitativa, fue desarrollar las entrevistas a profundidad con los expertos del área de RRHH y con los encargados de los centros de carrera universitarios. Posterior a ello se elaboró una matriz donde se consolidaron los datos obtenidos en cada sesión, la cual será procesada y servirá de apoyo para poder brindar recomendaciones en torno al tema de investigación.

Capítulo IV. Desarrollo

4.1. Entrevistas a Profundidad

Reclutadores

Técnicas de reclutamiento empleado para búsqueda de estudiantes Millennials

En el primer punto de estudio, se encontró que seis de los ocho entrevistados, realizan la búsqueda de candidatos a través de las bolsas de trabajo universitarias. Las empresas que realizan el proceso de reclutamiento a través de estas plataformas son: Grupo Falabella, Interbank, Western Union, GyM, Entel y Primax; a diferencia de Manpower e IBM, las cuales prefieren participar de ferias laborales presenciales para concretar la búsqueda de estudiantes Millennials.

Técnicas de reclutamiento con mayor inversión de tiempo y costo

En este punto, la mitad de los entrevistados, coincidieron en que las bolsas de trabajo universitarias, son aquellas que demandan mayor inversión en tiempo, pues deben realizar la lectura de los currículos vitae, uno por uno, puesto que no cuentan con un consolidado que contenga filtros para un mejor trabajo de análisis.

Técnica con los mejores resultados para reclutamiento

Tres de los ocho entrevistados, coincidieron que la técnica que les genera un mejor resultado en sus procesos de reclutamiento, son las bolsas de trabajo universitaria; por la cantidad y calidad de postulantes que logran obtener. Asimismo, comentaron que gracias a estas

plataformas logran aumentar su base de datos, permitiéndoles contar con mayor número de candidatos para futuros procesos de reclutamiento y selección.

Filtros disponibles en las técnicas de reclutamiento empleadas

La totalidad de los entrevistados confirmaron que cuentan con la opción de aplicar filtros en los procesos de búsqueda de candidatos, los cuales les permiten segmentar de mejor manera el grupo de postulantes que forman parte de sus procesos.

Preferencia por estudiantes universitarios

En este punto, seis de los ocho entrevistados mencionaron que sí presentan preferencias por ciertas universidades, a diferencia de los dos que indicaron que mientras que el candidato cumpla con los requisitos, será bienvenido en el proceso de reclutamiento. Cabe resaltar que estos seis colaboradores mencionaron que las universidades de su preferencia son aquellas que actualmente han implementado soluciones CSM para la gestión de sus bolsas de trabajo, tales como: ULIMA, UPC, UDEP, PUCP. No obstante, cinco de estos colaboradores, también mencionaron a la UPC como una de sus favoritas.

Motivos de la preferencia

Con respecto al motivo de su preferencia cinco de los seis colaboradores que presentan preferencias por alguna universidad, indicaron que sus motivos se basan a que los candidatos de estas universidades logran obtener alta calidad a través de las bolsas de trabajo de dichas universidades. Por otro lado, uno de ellos indicó que las preferencias provienen de las gerencias.

Convenios con los centros de carrera universitarios

Las respuestas en este punto fueron diversas. Cinco entrevistados del total, confirmaron haber realizado algún tipo de convenio con alguna universidad, dos de ellos, no brindaron respuesta y por último, uno de ellos indicó no realizar este tipo de convenios.

Tipo de convenio realizado con las universidades

Aquellos que respondieron de manera afirmativa al bloque anterior, indicaron que los tipos de convenios que actualmente manejan, corresponden a básicamente la ejecución de ferias laborales y en algunos casos, la consolidación de currículos vitae para los procesos de reclutamiento y selección.

Impacto en los indicadores de gestión de sus áreas

Con respecto a la gestión de sus áreas dos de los colaboradores indicaron que las tasas de respuesta mejoraron con la técnica empleada de la bolsa de trabajo, a diferencia de reclutar a través de otras herramientas o técnicas. Mencionaron que el 80-90% de postulantes, lograron llegar a la siguiente fase del proceso.

Beneficios en el proceso de reclutamiento

Los beneficios más resaltantes son que logran conseguir mejores candidatos en menor tiempo, debido a la consolidación de un número pequeño de postulantes que cumplan exactamente con el perfil solicitado por la empresa. Asimismo, indicaron que la atracción de talento mejora, pues detectan mayor compromiso por parte de las universidades.

Problemas en el entorno laboral con respecto a estudiantes millennials

La totalidad de los entrevistados indican que uno de los problemas más resaltantes con la generación millennial es el poco compromiso que existe por parte de ellos con respecto al entorno laboral. Consideran que los millennials, buscan crecer rápido de manera profesional, por lo que se ven expuestos a constantes cambios de puestos laborales, incrementando las tasas de rotación laboral. Asimismo, indican que obtienen bajas tasas de respuesta con respecto a los procesos de reclutamiento, por lo que se les dificulta el atraer y retener este talento.

Tipos de indicadores en el área de RRHH

Si bien cada empresa maneja sus propios indicadores, la totalidad de los entrevistados coincidieron en que son medidos por el tiempo en que logran cubrir una vacante.

Opinión de la plataforma empleada por la UDEP

La opinión fue diversa, sin embargo, obtuvimos comentarios positivos con respecto a la accesibilidad e interfaz amigable que presenta la plataforma, dado que se les hace más fácil el acceder y navegar en ella, a diferencia de otras plataformas.

Apoyo de la plataforma en su trabajo como reclutador

La mayoría confirmó que el tiempo es el principal factor por el cual usan esta plataforma, dado que el tiempo promedio que emplean para el proceso de reclutamiento, se ve reducido.

Disminución de las tasas de rotación como resultado del uso de una solución CSM

La mitad de los colaboradores indicaron que el emplear una solución CSM repercutiría en las tasas de rotación, puesto que al alinear los perfiles buscados por las empresas con los propuestos por las universidades, habría menos disconformidad por parte de los estudiantes millennials con respecto a las funciones. No obstante, también consideran que para disminuir las tasas de rotación, se debe ser llevado a cabo un trabajo paralelo por la empresa; donde se brinden planes de capacitación y diversos beneficios no salariales, que mantengan contento al colaborador.

Expectativas de las plataformas de búsqueda de candidatos

Básicamente lo que esperan las empresas es tener un fácil acceso a las plataformas digitales que proporcionan las universidades para la búsqueda de candidatos. Otro punto importante que solicitan los reclutadores, es el tener accesos a métricas que les permitan medir la eficiencia y efectividad de sus procesos con respecto a esas plataformas, lo que les permitirá optimizar y replantear la educación de técnicas que actualmente emplean. Por último, pero no menos importante, valoran el contar con filtros que los ayuden a mejorar sus búsquedas, pues incrementarían la calidad de las ternas que proponen hoy en día.

Encargados de los centros de carrera universitarios

Funciones del centro de carreras universitario

Ambas entrevistadas coincidieron en que su principal función es ser el nexo entre la universidad y la empresa, lo cual les permite recabar información pertinente como el perfil exacto que buscan las empresas para así alinear sus estrategias en pro del desarrollo de los estudiantes.

Indicadores del centro de carreras

Mencionaron como los indicadores más relevantes en su gestión, los siguientes:

- Número de empleadores registrados y activos en el portal de bolsa de trabajo universitaria
- Cantidad de alumnos que han cargado a sus portales de bolsa de trabajo sus currículos vitae.
- Cantidad de egresados o estudiantes que están contratados.
- Índice de empleabilidad de estudiantes que egresan y trabajan en relación a su carrera.

Herramientas o plataformas con las que cuentan actualmente

En el caso de UDEP, cuentan actualmente con la solución CSM, llamada Simplicity, la cual ha sido implementada con el fin de mejorar los niveles de empleabilidad de sus estudiantes y egresados. La UPC, cuenta con un desarrollo propio, que cumple la función de vincular al estudiante con empresas que se encuentran en busca de candidatos.

Reportes o métricas que brinda la herramienta que actualmente usan

En el caso de la UPC, dependen de otra área que les proporciona la data para ser analizada y transformada en información pertinente para la toma de decisiones. Con respecto a la UDEP,

la solución que vienen empleando les genera una serie de reportes según la necesidad y el objetivo que buscan.

Diferencias entre el pasado y presente de la plataforma que emplean

En ambos casos, las encargadas de los centros de carrera indican haber presentado mejoras en cuanto al interfaz de las plataformas y los servicios que se brindan a través de ellas. No obstante, en el caso de la UDEP, se migró a una solución que integra y conecta a los estudiantes, a la universidad y a las empresas. Esta solución no solo sirve como bolsa de trabajo, sino como un consolidado de servicios en pro del estudiante y empresas.

La solución CSM, brinda diversos servicios, como: mentoring, counseling, empleos recomendados, entrevistas simuladas, etc. las cuales fueron descritas en el marco teórico de la presente investigación

Limitaciones de la actual plataforma que emplean

En el caso de la UPC, la principal limitación que tienen es el acceso a generar reportes, que los ayude en su toma de decisiones estratégicas con respecto a la bolsa de trabajo y demás servicios que brindan los centros de carrera. Por otro lado, otra de las limitaciones que se pudieron detectar es la no segmentación acorde al perfil académico y laboral del estudiante, con respecto a las ofertas laborales que visualiza en la plataforma. Asimismo, otra de las limitaciones, es el no brindar un apoyo directo a las empresas, al consolidar currículos vitae, con los mejores perfiles de estudiantes.

En el caso de la UDEP, las limitaciones a las que se ve afectada, son el acceso restringido a todos los módulos disponibles de la solución CSM, dado que al ser un desarrollo relativamente nuevo en Latinoamérica, aún no se han implementado por completo. No obstante, los módulos con los que actualmente viene funcionando, son del agrado de los usuarios, tales como los estudiantes; así como de las empresas.

Labor de apoyo para con las empresas

En el caso de la UDEP, esta brinda un servicio de libro de CV's, el cual consiste en realizar un consolidado de los mejores perfiles de estudiantes, para ser enviado a las empresas, teniendo como principal premisa el cumplir con el perfil del puesto laboral. Por otro lado, la plataforma de la UDEP, permite a las empresas poder lanzar convocatorias a charlas o talleres, donde se aborden temas de interés para los estudiantes. La comunicación a través de esta solución es mucho más fluida, entre los estudiantes y las empresas, lo que permite una mejor inserción de estos al mercado laboral.

La UPC permite a las empresas formar parte de sus ferias laborales y también son convocadas para poder brindar charlas y talleres a los estudiantes.

Innovaciones tecnológicas en desarrollo

En el caso de la UDEP, se viene trabajando en la implementación de mayor número de módulos que optimicen a la plataforma y la experiencia de los estudiantes y empresas, en la interacción con ella. El career development center (centro de carreras) de la UDEP, constantemente se encuentra en proceso de innovación y mejoras, las cuales serán medidas a través de indicadores,

permitiendo tomar decisiones estratégicas en pro de la mejora de los índices de empleabilidad; así como de mejorar el posicionamiento de la universidad en el mercado educativo.

Con respecto a la UPC, actualmente viene desarrollando diversos proyectos que mejoren la experiencia del estudiante para con los servicios que ofrece el centro de carreras. No obstante, estos aún se encuentran en modo piloto y no son muy conocidos por los estudiantes, lo cual es perjudicial pues al no tener completo acceso; no logran obtener todos los beneficios que realmente ofrece.

4.2. Análisis de la encuesta

Tabla 2. Distribución de los estudiantes según Universidad

Universidad	Frecuencia	Porcentaje
UPC	199	72.9%
UDEP	74	27.1%
Total	273	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3. Distribución de los estudiantes según Universidad

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 2 podemos observar la distribución de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial según la universidad de procedencia, que de acuerdo con la determinación de muestra es de 199 estudiantes para la UPC, que representan el 72.9% del total de encuestados y de 74 estudiantes para la UDEP, que representan el 27.1% del total de encuestados.

Tabla 3. Edad de los estudiantes según Universidad

Edad	UPC		UDEP	
	n	%	n	%
18 - 20 años	37	18.6%	8	10.8%
21 - 23 años	117	58.8%	49	66.2%
24 - 26 años	38	19.1%	15	20.3%
27 - 30 años	7	3.5%	2	2.7%
Total	199	100.0%	74	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4. Edad de los estudiantes según Universidad

En la tabla 3, podemos observar que la mayoría de estudiantes tanto de la UPC (58.8%) como de la UDEP (66.2%) se encuentran entre los 21 a 23 años, seguido de los estudiantes que tienen una edad entre 24 a 26 años en la UPC (19.1%) como de la UDEP (20.3%). Es decir que aproximadamente el 80% de los estudiantes en ambas universidades se encuentran entre los 21 a 26 años.

Se puede apreciar en ambas universidades su mayor porcentaje de estudiantes se encuentran entre 21 a 26 años, siendo potenciales representante del grupo millennials.

Tabla 4. Ciclo de los estudiantes según Universidad

Ciclo	UPC		UDEP	
	n	%	n	%
8vo ciclo	125	62.8%	22	29.7%
9no ciclo	43	21.6%	18	24.3%
10mo ciclo	31	15.6%	34	45.9%
Total	199	100.0%	74	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Ciclo de los estudiantes según Universidad

En la tabla 4, podemos observar que en los estudiantes de la UPC, la mayoría (62.8%) están cursando el 8vo ciclo, mientras que en la UDEP solo el 29.7% está cursando el 8vo ciclo. En cambio tenemos que en los estudiantes de la UDEP, la mayoría (45.9%) están cursando el 10mo ciclo, mientras que en la UPC solo el 15.6% está cursando el 10 ciclo.

Se puede apreciar que los estudiantes de la UDEP son los que tienen un mayor porcentaje de estudiantes que ya están por acabar su carrera, por lo que ellos necesitan un mayor acceso a oportunidades laborales terminando su carrera

Tabla 5. Tipo de empleo en los estudiantes según Universidad

Tipo de empleo	UPC		UDEP	
	n	%	n	%
Prácticas	91	45.7%	27	36.5%
Empleos no relacionados con la carrera	30	15.1%	7	9.5%
Empleos relacionados con la carrera	27	13.6%	33	44.6%
No consiguió empleo	51	25.6%	7	9.5%
Total	199	100.0%	74	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Tipo de empleo de los estudiantes según Universidad

En la tabla 5, podemos observar que el 45.7% de los estudiantes de la UPC consigue prácticas, el 25.6% no consigue empleo y el 15.1% consigue empleos no relacionados con la carrera que cursa; mientras que en los estudiantes de la UDEP podemos observar que el 44.6% consigue

empleos relacionados con la carrera que cursa, el 36.5% consigue prácticas y el 9.5% consigue empleos no relacionados con la carrera.

Se puede apreciar que los estudiantes de la UDEP son los que consiguen más empleos relacionados con la carrera que siguen.

Tabla 6. Percepción de la diversidad y calidad en las ofertas laborales de la bolsa de trabajo según Universidad

Diversidad y calidad en las ofertas laborales	UPC		UDEP	
	N	%	n	%
Poco satisfecho	54	27.1%	0	0.0%
Satisfecho	106	53.3%	15	20.3%
Bastante satisfecho	27	13.6%	25	33.8%
Muy satisfecho	12	6.0%	34	45.9%
Total	199	100.0%	74	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7. Percepción de la diversidad y calidad en las ofertas laborales de la bolsa de trabajo según Universidad

En la tabla 6, podemos observar que la mayoría de los estudiantes de la UPC (53.3%) se encuentran Satisfechos con la diversidad y calidad de las ofertas laborales de la bolsa de trabajo y los estudiantes de la UDEP (45.9%) se encuentran Muy Satisfechos y (33.8%) Bastante Satisfechos con la diversidad y calidad de las ofertas laborales de la bolsa de trabajo de su universidad.

Hay una mayor satisfacción en la percepción de la diversidad y calidad en las ofertas laborales de la bolsa de trabajo en la UDEP

Tabla 7. Percepción de la calidad de los empleadores de la bolsa de trabajo según Universidad

Calidad de los empleadores	UPC		UDEP	
	n	%	n	%
Satisfecho	131	65.8%	3	4.1%
Bastante satisfecho	49	24.6%	54	73.0%
Muy satisfecho	19	9.5%	17	23.0%
Total	199	100.0%	74	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Percepción de la calidad de los empleadores de la bolsa de trabajo según Universidad

En la tabla 7, se observa que lo relacionado a la percepción de la calidad de los empleadores, podemos observar que en los estudiantes de la UPC se encuentran Satisfechos (65.8%), mientras que para los estudiantes de la UDEP se encuentran Bastantes Satisfechos (73%).

Se aprecia que hay una mayor percepción de la calidad de los empleadores en la UDEP que en la UPC

Tabla 8. Percepción de la accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo según Universidad

Accesibilidad e interfaz amigable	UPC		UDEP	
	n	%	n	%
Satisfecho	128	64.3%	12	16.2%
Bastante satisfecho	39	19.6%	17	23.0%
Muy satisfecho	32	16.1%	45	60.8%
Total	199	100.0%	74	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Percepción de la accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo según Universidad

En Tabla 8, se observa con respecto a lo relacionado a la percepción de la accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo de las universidades, que la mayoría de estudiantes de la UPC (64.3%) se encuentran Satisfechos mientras que la mayoría de estudiantes de la UDEP se encuentran Muy Satisfechos.

Esto es debido a que la bolsa de trabajo de la UDEP emplea una solución CSM que mejora los atributos de la bolsa de trabajo haciendo de fácil uso.

Tabla 9. Percepción de la efectividad en la búsqueda de empleo de la bolsa de trabajo según Universidad

Efectividad en la búsqueda de empleo	UPC		UDEP	
	n	%	n	%
Satisfecho	140	70.4%	10	13.5%
Bastante satisfecho	38	19.1%	17	23.0%
Muy satisfecho	21	10.6%	47	63.5%
Total	199	100.0%	74	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Percepción de la efectividad en la búsqueda de empleo de la bolsa de trabajo según Universidad

En la Tabla 9, podemos observar que el 40.4% de los estudiantes de la UPC se encuentran Satisfechos con la efectividad en la búsqueda de empleo de la bolsa de trabajo de su universidad, mientras que el 63.5% de los estudiantes de la UDEP se encuentran Muy satisfechos.

Se aprecia que los estudiantes de la UDEP presentan una mayor satisfacción con los niveles de la efectividad en la búsqueda de empleo de la bolsa de trabajo de su universidad.

Tabla 10. Satisfacción del uso de la bolsa de trabajo según Universidad

Satisfacción del uso de la Bolsa de Trabajo	UPC		UDEP	
	n	%	n	%
Mala	0	0.0%	0	0.0%
Regular	183	92.0%	18	24.3%
Buena	16	8.0%	56	75.7%
Total	199	100.0%	74	100.0%

Fuente: Elaboración propia

Figura 11. Satisfacción del uso de la bolsa de trabajo según Universidad

En la Tabla 10, podemos observar que en general el nivel de satisfacción laboral de la bolsa de trabajo, es que casi la totalidad de estudiantes de la UPC (92%) tienen una Regular Satisfacción y los estudiantes de la UDEP (75.7%) tienen una Buena Satisfacción con el uso de la bolsa de trabajo.

Se aprecia a nivel general que la Satisfacción es mayor de la bolsa de trabajo en la UDEP que en la UPC.

Comprobación de la hipótesis general

H₀: El uso de soluciones CSM no mejora los niveles de satisfacción de los estudiantes Millennials, con respecto a la búsqueda de empleo

H₁: El uso de soluciones CSM mejora los niveles de satisfacción de los estudiantes Millennials, con respecto a la búsqueda de empleo

H₀: $\mu_{UDEP} \leq \mu_{UPC}$

H₁: $\mu_{UDEP} > \mu_{UPC}$

μ = promedio de puntajes de los niveles de satisfacción general

Grupo 1: UDEP usa soluciones CSM

Grupo 2: UPC no usa soluciones CSM

Nivel de significancia= 0.05

Tabla 11. Prueba t Student para la comprobación de Hipótesis General

	UDEP	UPC
Media	17.39	13.34
Desviación Estándar	1.586	1.492
n	74	199
t	19.957	
gl	271	
valor p	0.000	

Fuente: Elaboración propia

De la prueba t student ($p < 0.05$) podemos establecer que los estudiantes de la UDEP tienen mayores niveles de satisfacción con la bolsa de trabajo que los estudiantes de la UPC. Con esto se puede concluir que el uso de las soluciones CSM mejora los niveles de satisfacción.

Comprobación de la hipótesis específica 1

H₀: El nivel de satisfacción de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la universidad que usa la solución CSM, con respecto a la diversidad y calidad de ofertas laborales, no es mayor que las que no usan

H₁: El nivel de satisfacción de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la universidad que usa la solución CSM, con respecto a la diversidad y calidad de ofertas laborales, es mayor que las que no usan

H₀: $\mu_{UDEP} \leq \mu_{UPC}$

H₁: $\mu_{UDEP} > \mu_{UPC}$

μ = promedio de puntajes de los niveles de satisfacción con respecto a la diversidad y calidad de ofertas laborales

Grupo 1: UDEP usa soluciones CSM

Grupo 2: UPC no usa soluciones CSM

Nivel de significancia= 0.05

Tabla 12. Prueba t Student para la comprobación de Hipótesis Especifica 1

	UDEP	UPC
Media	4.26	2.98
Desviación Estándar	0.777	0.807
n	74	199
t	11.688	
gl	271	
valor p	0.000	

Fuente: Elaboración propia

De la prueba t student ($p < 0.05$) podemos establecer que los estudiantes de la UDEP tienen mayores niveles de satisfacción con respecto a la diversidad y calidad de ofertas laborales de la bolsa de trabajo que los estudiantes de la UPC. Con esto se puede concluir que el uso de las

soluciones CSM mejora los niveles de satisfacción de la diversidad y calidad de ofertas laborales.

Comprobación de la hipótesis específica 2

H₀: La aplicación de la solución CSM no influye en la efectividad de la búsqueda de trabajo de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la UPC y UDEP

H₁: La aplicación de la solución CSM influye en la efectividad de la búsqueda de trabajo de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la UPC y UDEP

Variable 1: Nivel de efectividad en la búsqueda de empleo (satisfecho, Bastante satisfecho y muy satisfecho)

Variable 2: Universidad según el tipo de uso de la solución CSM (UPC, UDEP)

Nivel de significancia= 0.05

Tabla 13. Prueba Chi Cuadrado para la comprobación de Hipótesis Especifica 2

Efectividad en la búsqueda de empleo	UPC		UDEP	
	N	%	n	%
Satisfecho	140	70.4%	10	13.5%
Bastante satisfecho	38	19.1%	17	23.0%
Muy satisfecho	21	10.6%	47	63.5%
Total	199	100.0%	74	100.0%
Chi cuadrado= 92.860		g.l.= 2	valor p= 0.000	

Fuente: Elaboración propia

De la prueba chi cuadrado ($p < 0.05$) podemos establecer que existe influencia de la aplicación de la solución CSM en la efectividad de la búsqueda de trabajo de los estudiantes Millennials.

Gráficamente:

Como se aprecia en la Figura 12, podemos establecer que la tendencia en la universidad que aplica la solución CSM en la bolsa de trabajo es hacia niveles superiores de satisfacción de la efectividad en la búsqueda de empleo.

Figura 12. Distribución de los niveles de satisfacción de la efectividad en la búsqueda de empleo entre universidades

Elaboración propia

Comprobación de la hipótesis específica 3

H₀: La aplicación de la solución CSM no influye en la percepción de accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo en los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la UPC y UDEP.

H₁: La aplicación de la solución CSM influye en la percepción de accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo en los estudiantes Millennials de ingeniería industrial de la UPC y UDEP.

Variable 1: Nivel de accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo (satisfecho, Bastante satisfecho y muy satisfecho)

Variable 2: tipo de universidad según uso de la solución CSM (UPC =No usa, UDEP= usa)

Nivel de significancia= 0.05

Tabla 14. Prueba Chi Cuadrado para la comprobación de Hipótesis Especifica 3

Accesibilidad e interfaz amigable	UPC		UDEP	
	N	%	n	%
Satisfecho	128	64.3%	12	16.2%
Bastante satisfecho	39	19.6%	17	23.0%
Muy satisfecho	32	16.1%	45	60.8%
Total	199	100.0%	74	100.0%
Chi cuadrado= 62.906		g.l.= 2	valor p= 0.000	

Fuente: Elaboración propia

De la prueba chi cuadrado ($p < 0.05$) podemos establecer que existe influencia de la aplicación de la solución CSM en la percepción de accesibilidad e interfaz amigable en la bolsa de trabajo en los estudiantes Millennials.

Gráficamente:

Como se aprecia en la Figura 13, podemos establecer que la aplicación de la solución CSM en la bolsa de trabajo influye en el aumento de los niveles de accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo.

Figura 13. Distribución de los niveles de percepción de la accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo entre universidades

Comprobación de la hipótesis específica 4

H₀: El tipo de empleo conseguido no influye en la satisfacción con la bolsa de trabajo de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial.

H₁: El tipo de empleo conseguido influye en la satisfacción con la bolsa de trabajo de los estudiantes Millennials de ingeniería industrial.

Variable 1: El tipo de empleo conseguido (Prácticas, Empleos no relacionados con la carrera Empleos relacionados con la carrera y No consiguió empleo)

Variable 2: Tipo de Universidad según el uso de la solución CSM (UPC =No usa, UDEP= usa)

Nivel de significancia= 0.05

Tabla 15. Prueba Chi Cuadrado para la comprobación de Hipótesis Especifica 4

Tipo de empleo	Satisfacción con la Bolsa de Trabajo			
	Regular		Bueno	
	n	%	n	%
Prácticas	93	46.7%	25	33.8%
Empleos no relacionados con la carrera	29	14.6%	8	10.8%
Empleos relacionados con la carrera	31	15.6%	29	39.2%
No consiguió empleo	48	24.1%	10	13.5%
Total	201	76.9%	72	83.8%
Chi cuadrado= 19,457		g.l.= 3	valor p= 0.000	

Fuente: Elaboración propia

De la prueba chi cuadrado ($p < 0.05$) podemos establecer que existe influencia del tipo de empleo conseguido con la satisfacción con la bolsa de trabajo en los estudiantes Millennials de las universidad UPC y UDEP.

Gráficamente:

Como se aprecia en la Figura 14, podemos establecer que los estudiantes que tienen una buena satisfacción con la bolsa de trabajo consiguen empleos relacionados con su carrera y prácticas profesionales en mayor proporción

Figura 14. Distribución de los niveles de satisfacción con la bolsa entre el tipo de empleo conseguido por los estudiantes

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

5.1. Conclusiones

De la investigación sobre los “aspectos valorados del uso de la solución CSM en la satisfacción del servicio de la bolsa de trabajo universitaria para estudiantes millennials: análisis comparativo de la carrera de ingeniería industrial entre dos universidades en lima metropolitana”, se han podido obtener las siguientes conclusiones:

1. De la comprobación de la hipótesis general se puede establecer que la aplicación de soluciones CSM mejora los niveles de satisfacción de la bolsa de trabajo.
2. De la comprobación de la hipótesis específica 1, se puede establecer que la aplicación de soluciones CSM mejora los niveles de satisfacción de la diversidad y calidad de ofertas laborales.
3. De la comprobación de la hipótesis específica 2, se puede establecer que la aplicación de soluciones CSM influye en la efectividad de la búsqueda de trabajo de los estudiantes Millennials, donde la universidad que aplica la solución CSM tiene niveles superiores de satisfacción de la efectividad en la búsqueda de empleo.
4. De la comprobación de la hipótesis específica 3, se puede establecer que la aplicación de la solución CSM influye en la percepción de accesibilidad e interfaz amigable en la bolsa de trabajo en los estudiantes Millennials, donde la universidad que la aplica la solución CSM tiene mejores niveles de accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo.

5. De la comprobación de la hipótesis específica 4, se puede establecer que el tipo de empleo conseguido influye en la satisfacción de la bolsa de trabajo en los estudiantes Millennials de la universidad, donde los estudiantes que consiguen empleos relacionados con su carrera tienen mejores niveles de satisfacción con la bolsa de trabajo.

5.2. Recomendaciones

Después de nuestro trabajo de investigación sobre los aspectos valorados del uso de la solución Career Service Management en la satisfacción de los estudiantes Millennials respecto al servicio de la bolsa de trabajo universitaria, recomendamos lo siguiente:

Es de gran importancia establecer un mecanismo que permita la vinculación de estudiantes de últimos semestres y egresados al mercado laboral, no es menos relevante el definir medios efectivos que proporcionen un contacto frecuente y eficaz entre estudiantes y empresas, tales como medios virtuales, encuentros, reuniones y ferias laborales virtuales.

El establecer un seguimiento continuo por parte de la Universidad tanto a estudiantes como a egresados, genera una mayor satisfacción de los estudiantes y egresados ya que se ven valorados y representados por su Universidad, lo que hace que ellos prefieran involucrarse de manera más activa con su alma mater.

El óptimo desarrollo y aplicación de la propuesta para la creación de la Bolsa de trabajo, depende en gran parte del apoyo de las altas directivas de la Universidad, y en la forma como esta propuesta pueda insertarse en los proyectos que se desarrolla en las universidades.

Es necesario centralizar el manejo de la Bolsa de Trabajo, dentro de una oficina específica de egresados (Asociación de Egresados) que se convierta en base o punto de partida para una aplicación futura en todas las Universidades

Crear y poner en marcha un mecanismo definido, formalizado y estructurado dentro de las Universidades, que facilite a estudiantes de últimos semestres y egresados, vincularse de manera efectiva al mercado laboral.

Realizar un estudio socioeconómico de los estudiantes de las Universidades, que permita definir aspectos como el estrato económico, rango de edades y otras características que serían de gran utilidad para obtener información relevante para el desarrollo de estudios o investigaciones.

Crear servicios adicionales y complementarios para generar un valor agregado en las Universidades y permitir mejorar la calidad de los servicios, aumentando el reconocimiento de ésta ante la comunidad en general.

Obtener el apoyo de las altas directivas de las Universidades para desarrollar esta propuesta, basándose en el compromiso que existe por parte de estas en búsqueda de afianzar el reconocimiento que ya se tiene en el ámbito educativo a nivel nacional.

Establecer un contacto directo y permanente con las empresas privadas y públicas que sirva como base durante el desarrollo y posterior alineamiento de la bolsa de trabajo.

Bibliografía

- Abbot, L. (13 de Diciembre de 2013). *LinkedIn Talent Blog*. Obtenido de LinkedIn Talent Blog: <https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2013/12/8-millennials-traits-you-should-know-about-before-you-hire-them>
- Alcántara, C., & Almeida, A. (17 de Octubre de 2017). *América Economía*. Obtenido de América Economía: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/descubre-los-resultados-del-ranking-de-universidades-peruanas-2017>
- Alcántara, C., & Almeida, A. (2017). Descubre los resultados del Ránking de Universidades Peruanas 2017. *Mba & educación ejecutiva* .
- América Economía. (2017). Estrategias en evolución. *América Economía*, 58.
- Casani Fernández de Navarrete, F., & Rodríguez Pomedá, J. (Enero de 2015). Cambios y tendencias en la educación superior: los retos para la universidad. *Encuentros Multidisciplinares*, 10. Obtenido de http://www.encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%C2%BA49/Fernando_Casani,_Jes%C3%BAAs_Rdez._%20Pomedá.pdf
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de Recursos Humanos*. 2009: Atlas.
- Chirinos, N. (2009). Características generacionales y los valores: Su impacto en lo laboral . *Observatorio Nacional Revista Venezolana* , 133-153.
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública. (2016). *Perú: Población 2016*. Lima. Recuperado el 29 de Setiembre de 2017
- Compañía Peruana de Estudios de Mercado y Opinión Pública CPI. (agosto de 2016). *Perú: Poblacion 2016*. Recuperado el 10 de septiembre de 2017, de CPI Web page: http://cpi.com.pe/filestore/mr_201608_01.pdf
- Deloitte. (2016). *The 2016 Deloitte Millennial Survey*. Recuperado el 2017
- E&Y. (2017). Redefinición de la industria ¿Ahora todas las industrias son su industria? *Las ventajas de la disrupción: Megatendencias del presente y futuro*, 56. Recuperado el 16 de Noviembre de 2017, de ey.com/PE/EYPeruLibrary
- Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales. (2014). *Estudio de Empleabilidad*. Estudio, Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales, Madrid.
- Goldman Sachs Global Investment Research. (2017). *Goldman Sachs*. Obtenido de Goldman Sachs: <http://www.goldmansachs.com/our-thinking/pages/millennials/>
- Great Place to Work. (2016). *Trabajando para las mejores*. Great Place to Work, Lima.

- Gutiérrez-Rubí, A. (22 de Diciembre de 2014). *Forbes México*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>
- Hobart, B. (s.f). *Understanding Generation Y: What You Need To Know About Millennials*. Obtenido de PrincetonOne: Unified Solutions for a talented world: <http://www.princetonone.com/news/PrincetonOne%20White%20Paper2.pdf>
- <http://www.universia.edu.pe>. (6 de Setiembre de 2017). Obtenido de Portal Universia: <http://noticias.universia.edu.pe/en-portada/noticia/2012/11/30/985901/20-carreras-mas-demandas-peru.html>
- Huff, S. (s.f). *Millennial Marketing*. Recuperado el 07 de Octubre de 2017, de Millennial Marketing: <http://www.millennialmarketing.com/2017/09/the-millennial-employee-mantra-we-work-with-you-not-for-you-2/>
- La Prensa Gráfica. (2017). Los millennials y sus características en el mundo laboral. *La Prensa Gráfica*, 1.
- Ludim, M. (16 de Abril de 2006). *Generación de Veteranos*. Obtenido de <https://colisiongeneracional.wordpress.com/2006/04/16/generacion-de-veteranos/>
- Medved, J. (20 de Febrero de 2014). *Capterra Talent Management Blog*. Obtenido de <https://blog.capterra.com/top-15-recruiting-statistics-2014/>
- Meister, J. C., & Willyerd, K. (Mayo de 2010). *Mentoring Millennials*. Obtenido de Harvard Business Review: https://harvardbusiness.org/sites/default/files/HBR_Mentoring_Millennials.pdf
- Merino Sanz, M. J. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. ESIC. Recuperado el 23 de Noviembre de 2017
- Michael Stephan, D. B. (2017). *2017 Global Human Capital Trends*. Deloitte University Press.
- Millennial Marketing*. (25 de Setiembre de 2017). Obtenido de Millennial Marketing: <http://www.millennialmarketing.com/who-are-millennials/>
- NACE: Asociación Nacional de Universidades y Empleadores . (Junio de 2017). Obtenido de NACE: Asociación Nacional de Universidades y Empleadores : <http://www.naceweb.org/career-development/organizational-structure/case-study-should-career-services-select-students-for-employers/>
- Real Academia Española. (s.f). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <http://dle.rae.es/?id=J3hJP2w>
- Republica, R. L. (1 de Enero de 2018). Administración e Ing. Industrial han sido las carreras más demandadas. *Diario La Republica*, pág. 8.
- Rupérez, F. L. (2014). Fortalecer la profesión docente: un desafío crucial . En F. L. Rupérez, *Fortalecer la profesión docente: un desafío crucial* (pág. 129). Madrid: NARCEA, S.A.

- Simplicity. (s.f). *Simplicity*. Obtenido de <http://simplicity.pe/>
- Span, S. (s.f). *Tolero Solutions*. Recuperado el 07 de Octubre de 2017, de Tolero Solutions: <http://www.tolerosolutions.com/attracting-millennial-talent-recruiting-engaging-geny-talent/>
- Stahl, A. (18 de Mayo de 2016). *Forbes*. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com/sites/ashleystahl/2016/05/18/new-study-reveals-that-millennial-underemployment-is-on-the-rise/#3f5d25c76e5f>
- Tedx (Dirección). (2013). *Career Services" Must Die: Andy Chan at TEDxLawrenceU* [Película].
- Thom, Rainer, T. s., & Rainer, J. W. (2011). *The Millennials: Connecting to America's Targets Generation*. Tennessee: B&H Publishing Group.
- Universidad de Piura. (s.f.). *Página Web de la Universidad de Piura*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de Página Web de la Universidad de Piura: <http://udep.edu.pe/cdcudep/que-ofrecemos/>
- Universidad de Piura. (s.f.). *Página Web de la Universidad de Piura*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de Página Web de la Universidad de Piura: (<http://udep.edu.pe/cdcudep/que-es/>)
- Universidad ESAN. (s.f.). *Página Web de la Universidad ESAN*. Recuperado el 27 de Noviembre de 2017, de <https://www.ue.edu.pe/bienestar-estudiantil/actividades-relaciones-corporativas-practicas-y-empleo/servicios>
- UPC. (15 de Agosto de 2017). *Página Web Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas*. Obtenido de <https://www.upc.edu.pe/postulantes-ingresantes-y-egresados-pregrado>
- UTEC. (s.f.). *Página Web UTEC*. Obtenido de http://www.utec.edu.pe/sites/default/files//estadisticas_admision_-_alumnos_utec.pdf
- Varela, H. (2012). *Los "Y" ó millennials: atributos generacionales versus perfil ideal del extensionista contemporáneo*. Argentina.
- Zurita, R. (2002). *Indicadores Universitarios: Experiencias y desafíos internacionales*. Centro Interuniversitario de Desarrollo- CINDA.

Anexo 1. Cálculo del tamaño de la muestra

Aplicación de la fórmula de población finita para estudio cualitativo:

- **Estudiantes Millennials de ingeniería industrial:** estudiantes de universidades que empleen y no empleen una solución Career Service Management.

Se aplicará la fórmula para hallar la muestra poblacional:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra poblacional.

N: tamaño de la población.

p: probabilidad de incidencia (0.5)

q: 1 - p

Z: nivel de confianza al 95% (1.96)

e: error muestral

Tamaño de muestra para la UPC

N: 300

p: 0.5

q: 0.5

Z: 1.96

e: 0.0404

$$n = \frac{300 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(300 - 1) \times 0.0404^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 199$$

Tamaño de muestra para la UDEP

N: 84

p: 0.5

q: 0.5

Z: 1.96

e: 0.0395

$$n = \frac{84 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{(84 - 1) \times 0.0395^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 74$$

Universidad que emplea CSM: **UDEP 74** estudiantes (Carrera de Ingeniería, estudiantes de Ingeniería Industrial de 8vo ciclo en adelante).

Universidad que no emplea CSM: **UPC 199** estudiantes (Carrera de Ingeniería, estudiantes de Ingeniería Industrial de 8vo ciclo en adelante).

En total se tendrá un muestra de 273 encuestados, los cuales, fueron evaluados en el período del 16 de Octubre al 01 de Noviembre de 2017.

Anexo 2. Modelo de entrevista para reclutadores del área de Recursos Humanos

Breve presentación del entrevistado / experiencia en el cargo

1. ¿Qué técnicas de reclutamiento externo has empleado para realizar la búsqueda de estudiantes Millennials?
2. ¿Cuál es la técnica que te demanda mayor inversión de tiempo y costo para el proceso de búsqueda de candidatos?
3. De acuerdo a las técnicas que empleas, ¿a cuánto asciende tu presupuesto por proceso de reclutamiento?
4. ¿Cuál crees que es la técnica que te ha brindado mejores resultados para encontrar los candidatos idóneos? ¿Por qué?
5. ¿Qué tipo de filtros te permite realizar la técnica que empleas para preseleccionar a los candidatos?
6. Al momento de realizar la búsqueda de candidatos, ¿tiene alguna preferencia por estudiantes de alguna universidad en particular? ¿Por qué?
7. ¿Cuáles son los medios que empleas para reclutar a dichos estudiantes, de la universidad de tu preferencia?
8. ¿Alguna vez has generado algún vínculo o convenio con el Centro de Carreras/Área de Oportunidades Laborales de alguna universidad local? ¿Qué tipo de convenio? ¿impactó en alguno de tus indicadores? ¿qué beneficios le generó al proceso de reclutamiento?
9. ¿Cuál crees que es el mayor problema que existe actualmente en el entorno laboral con respecto a la generación Millennial?
10. Número de entrevistas por reclutamiento

11. ¿Qué indicadores son empleados para medir tus resultados en los procesos de reclutamiento?
12. ¿Qué opinas sobre la existencia de una plataforma que te apoye simplificando la labor de búsqueda de perfiles idóneos para tus puestos de trabajo? ¿Consideras que generaría algún tipo de beneficio a la etapa de reclutamiento?

Anexo 3. Modelo de entrevista para encargados del departamento de oportunidades laborales

1. ¿Cuáles son las funciones que desempeña el departamento de oportunidades laborales?
2. ¿Cuáles son los indicadores del departamento que dirige?
3. ¿Con qué herramientas o plataformas cuenta la universidad hoy en día, para apoyar a su alumnado en la búsqueda de ofertas laborales? ¿Podrías describir sus funcionalidades brevemente?
4. ¿Qué tipo de indicadores y/o reportes te brinda la bolsa de trabajo? ¿Las métricas que obtienes, son efectivas para tu gestión?
5. ¿Qué diferencias notables encuentras con respecto a la herramienta que empleaba antes y la que usa actualmente?
6. ¿Cuáles son las limitaciones que presenta su actual portal de oportunidades laborales/bolsa de trabajo?
7. ¿Cuáles son los pasos que debe seguir una empresa, para realizar una convocatoria a través de tu portal web de ofertas laborales? ¿Cuál es la labor de apoyo que Uds. Brindan a las empresas, con respecto a la selección de candidatos?
8. Tomando en cuenta que la gran fuerza laboral, está compuesta por jóvenes Millennials. ¿Qué innovaciones tecnológicas tienen y/o proyectan tener como departamento de oportunidades laborales, en respuesta a las necesidades de los estudiantes Millennials?

Anexo 4. Encuesta para estudiantes de ingeniería industrial.

BLOQUE I: PERFIL PROFESIONAL

1. Respecto a mi experiencia laboral he desempeñado alguno de los siguientes empleos:
Marque con una "X", una o más de las siguientes opciones:

Experiencia laboral	Marque
Prácticas	
Empleos no relacionados a mi carrera	
Empleos relacionados a mi carrera	
Ninguna	

BLOQUE II: PERCEPCIÓN SOBRE LA BOLSA DE TRABAJO DE TU UNIVERSIDAD

2. ¿Cuán satisfecho te encuentras con respecto a la bolsa de trabajo de tu universidad?

	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
Grado de Satisfacción					

3. ¿Cuán satisfecho te encuentras con respecto a la Diversidad y calidad en las ofertas laborales de la bolsa de trabajo de tu universidad?

	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
Grado de Satisfacción					

4. ¿Cuán satisfecho te encuentras con respecto a la Calidad de los empleadores de la bolsa de trabajo de tu universidad?

	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
Grado de Satisfacción					

5. ¿Cuán satisfecho te encuentras con respecto a la Accesibilidad e interfaz amigable de la bolsa de trabajo de tu universidad?

	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
Grado de Satisfacción					

6. ¿Cuán satisfecho te encuentras con respecto a la Efectividad en la búsqueda de empleo la bolsa de trabajo de tu universidad?

	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho
Grado de Satisfacción					

Datos de Control

Nombre y Apellido: _____

Sexo: () Masculino () Femenino

Edad: ____ Universidad: _____ ¿En qué ciclo estudias?: _____

Gracias por su colaboración

Anexo 5. Matriz de consistencia