



DICTAMEN

TÍTULO:

Del e-commerce al e-recruitment: comportamiento del consumidor digital aplicado a la empleabilidad sostenible 2030

ÁREA / TEMA:

Desarrollo sostenible

PUBLICABLE

☐

NO PUBLICABLE

☐

VALOR ACADÉMICO:

PUBLICABLE CON MODIFICACIONES

☒

5 / 6 / 7 / 8 / **9** / 10

ARGUMENTO o SINÓPSIS:

Este capítulo analiza el encuentro entre el comportamiento del consumidor digital y los procesos de reclutamiento en línea, estableciendo paralelismos entre las decisiones de compra en comercio electrónico (e-commerce) y la selección de oportunidades laborales por parte de las nuevas generaciones. La investigación se enmarca en el Objetivo de Desarrollo Sostenible 8, que promueve el trabajo decente y el crecimiento económico, con especial atención a la meta 8.6 sobre reducción del desempleo juvenil. A través de una revisión de literatura actual y evidencia empírica recopilada desde la gestión de una bolsa universitaria de empleo, se examina cómo los patrones de comportamiento en plataformas digitales influyen en la búsqueda y selección de oportunidades laborales. El estudio aplica teorías consolidadas del comportamiento del consumidor para analizar las preferencias, motivaciones y procesos de decisión de los jóvenes profesionales en entornos de reclutamiento electrónico (e-recruitment). La investigación documenta la evolución de las plataformas digitales de empleo y su impacto en la empleabilidad juvenil, explorando cómo la experiencia de usuario, las interfaces y los

VÍCTOR HUGO BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO
WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX
móvil: +(52) 55 7424 2682 / oficina: +(52) 55 5696 6541 / e-mail:
dircomunicacioncientifica@gmail.com

D.R. © EDICIONES COMUNICACIÓN CIENTÍFICA S.A.DE C.V.



DICTAMEN

algoritmos de coincidencia afectan la eficacia del emparejamiento entre candidatos y empleadores.

MÉRITOS A DESTACAR:

- Presenta las técnicas de recolección de información.
- El análisis de datos es riguroso en la selección y aplicación de la técnica de análisis.
- Se describen apropiadamente los hallazgos del estudio y en su caso la contratación de la hipótesis.

DEFECTOS A SEÑALAR:

Se mencionan más abajo.

OBSERVACIONES CUALITATIVAS A LA ADECUACIÓN DEL CONTENIDO:

¿Son adecuadas, suficientes y actualizadas las referencias bibliográficas?	☒ SÍ	☐ NO
¿Son claros y explícitos los objetivos del trabajo?	☒ SÍ	☐ NO

OBSERVACIONES CUANTITATIVAS A LA ADECUACIÓN DEL CONTENIDO:

¿Es pertinente el material estadístico y visual (mapas, gráficas, esquemas, etc.)?	☒ SÍ	☐ NO
¿Cuenta con introducción desarrollo y conclusión?	☒ SÍ	☐ NO

ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

¿Es congruente y equilibrada la estructura formal del manuscrito?	☒ SÍ	☐ NO
¿Son coherentes y consistentes las secciones entre sí?	☒ SÍ	☐ NO

VÍCTOR HUGO BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX
móvil: +(52) 55 7424 2682 / oficina: +(52) 55 5696 6541 / e-mail:

dircomunicacioncientifica@gmail.com

D.R. © EDICIONES COMUNICACIÓN CIENTÍFICA S.A. DE C.V.



DICTAMEN

¿Existe relación entre el desarrollo del manuscrito con los objetivos planteados?	SI	NO
¿Sigue una metodología congruente con los objetivos?	SI	NO

SUGERENCIAS PARA MEJORAR ORGANIZACIÓN, COHERENCIA Y EXPOSICIÓN DEL CONTENIDO:

Marco teórico-conceptual

- Definición de términos: Es ampliamente recomendable incluir un apartado con definiciones en español de “reclutamiento electrónico” y “consumidor digital”, contrastando al menos dos fuentes académicas recientes y justificando la adoptada.
- Anglicismos: Resulta imperativo reemplazar todos los términos en inglés (“e-recruitment”, “digital consumer behaviour”, etc.) por sus equivalentes en español, incluyendo el original entre paréntesis solo en la primera mención.
- Anclaje interdisciplinar: La comparación entre comprar un producto y postularse a una vacante puede resultar, en un primer momento, intuitiva; aunque está fundamentada resulta necesario plantear más estudios que lo contextualicen en un debate más amplio. El texto salta directamente a enumerar factores comunes (experiencia de usuario, diseño de interfaces, información percibida, redes sociales, algoritmos) sin explicar por qué esos elementos, tan estudiados en el comercio electrónico, son conceptualmente trasladables al reclutamiento digital. Esto deja al lector con la sensación de una lista descriptiva más que de un anclaje teórico sólido.
- Es altamente recomendable consolidar la articulación del marco teórico-conceptual, incluso, establecer una breve discusión del estado del arte. Proponemos considerar las siguientes opciones teóricas: (1) modelos de Marketing Digital (por ejemplo, TAM, Customer Journey Mapping). (2) teorías de recursos humanos (teoría de la Señalización en reclutamiento o

VÍCTOR HUGO BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO
WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX
móvil: +(52) 55 7424 2682 / oficina: +(52) 55 5696 6541 / e-mail:
dircomunicacioncientifica@gmail.com

D.R. © EDICIONES COMUNICACIÓN CIENTÍFICA S.A. DE C.V.



DICTAMEN

modelos de Aceptación Tecnológica aplicados al reclutamiento online como UTAUT), Marca empleadora (Employer Branding). Introducción: observaciones sobre el planteamiento de la población.

- Sugerimos añadir un apartado que defina la población estudiada y su posición en el proeso evolutivo (generacional) en relación a las etapas de la revolución industrial que transitan en el siglo XXI. Es decir, al definir las generaciones en estudio (X, Milenial, Z etc.) Es decir, al describir las características y patrones de interacción con plataformas electrónicas para las generaciones X, Millennials y Z, el análisis de las implicaciones teóricas y metodológicas se consolidarán, ya que sería factible explicar cómo estos cambios generacionales influyen en la adopción de tecnologías, el diseño de interfaces y la respuesta algorítmica, justificando la pertinencia de su inclusión en el análisis. Estudio prospectivo y ODS 8 El objetivo prospectivo hacia 2030 es un acierto que amplía la contribución del estudio, siempre que se complemente con un diseño metodológico robusto de anticipación, es decir, que identifique y defina claramente las tendencias (en cada generación poblacional), criterios de validación y vinculación precisa con las metas del ODS 8. Recomendamos ampliar el desarrollo y discusión de las tendencias en el texto, para retomarlos y construir escenarios prospectivos. Las tendencias emergentes deben vincularse con los constructos teóricos definidos (experiencia de usuario, teorías de señalización) y para cada tendencia se pueden plantear implicaciones concretas para el ODS 8. Por ejemplo: (1) ¿cómo la comunicación de valores corporativos en el proceso de reclutamiento digital puede proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y sin riesgos (ODS 8.8)? (2) ¿De qué modo la digitalización de plataformas promueve la creación de empleo decente y alienta la oficialización y el crecimiento de las miPyMES (ODS 8.3)? Formato y estilo • Respecto al uso de las mormas APA 7 es necesario corregir citas y referencias (orden alfabético, versalitas en volúmenes, mayúsculas/minúsculas, espaciado) y aplicar las directrices de itálicas para voces extranjeras y uniformidad tipográfica.

VÍCTOR HUGO BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO
WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX
móvil: +(52) 55 7424 2682 / oficina: +(52) 55 5696 6541 / e-mail:
dircomunicacioncientifica@gmail.com

D.R. © EDICIONES COMUNICACIÓN CIENTÍFICA S.A.DE C.V.



**COMUNICACIÓN
CIENTÍFICA** PUBLICACIONES
ARBITRADAS

HUMANIDADES, SOCIALES Y CIENCIAS

DICTAMEN

¿HACE UNA APORTACIÓN RELEVANTE A LA DISCIPLINA?

Sí.

¿CUENTA CON RIGOR ACADÉMICO Y FIABILIDAD EN LAS CONCLUSIONES?

Sí.

¿LESIONA A ALGUNA PERSONA O ENTIDAD?

No.

¿POR QUÉ ACONSEJA O DESACONSEJA SU PUBLICACIÓN?

Aceptado condicionado para publicación con correcciones.

Víctor Hugo BALLESTEROS, DIRECTOR ACADÉMICO

WWW.COMUNICACION-CIENTIFICA.COM

Av. Insurgentes Sur 1602, piso 4, suite 400, Crédito Constructor, Benito Juárez, CP 03940, CDMX
móvil: +(52) 55 7424 2682 / oficina: +(52) 55 5696 6541 / e-mail:

dircomunicacioncientifica@gmail.com

D.R. © EDICIONES COMUNICACIÓN CIENTÍFICA S.A.DE C.V.