

# UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



**Título:**

Estrategia de selección y reclutamiento para atraer y evaluar a un vendedor de alto potencial en las empresas automotrices de Manta.

**Modalidad:** Proyecto de Investigación.

**Autor:**

Hermen Alexis Pincay Zavala.

**Tutora:**

ING. Carmen Marieta Bayas Zambrano, MG.

**Facultad de Ciencias Administrativas, Contable y Comercio**

**Carrera de Administración de Empresas**

Manta – Manabí – Ecuador

2025

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO: UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR Y UNIDAD DE TITULACIÓN	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutora de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, **Carrera de Administración de Empresas** de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante **Pincay Zavala Hermen Alexis**, legalmente matriculado en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2025-2026, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es “ESTRATEGIA DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO PARA ATRAER Y EVALUAR A UN VENDEDOR DE ALTO POTENCIAL EN LAS EMPRESAS AUTOMOTICES DE MANTA”

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, 04 de agosto de 2025.

Lo certifico,

  
**Carmen Marieta Bayas Zambrano**  
 Irig. Carmen Bayas Zambrano  
**Docente Tutora Área:**  
**Administración de Empresa**

# CERTIFICADO COMPILATIO – ANTI PLAGIO



## ARTÍCULO FINAL 19-06-05

3%  
Textos sospechosos



0% Similitudes  
0% similitudes entre comillas  
0% entre las fuentes mencionadas  
3% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: ARTÍCULO FINAL 19-06-05.docx  
ID del documento: 24cf972ed4c81d9339e3e7631bef5536b37091a4  
Tamaño del documento original: 219,69 kB

Depositante: Carmen Bayas Zambrano  
Fecha de depósito: 19/6/2025  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 19/6/2025

Número de palabras: 6690  
Número de caracteres: 47.077

Ubicación de las similitudes en el documento:



### Fuente considerada como idéntica

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>ARTÍCULO FINAL 19-06-05.docx</b>   ARTÍCULO FINAL 19-06-05 #6d2990 El documento proviene de mi biblioteca de referencias	100%		Palabras idénticas: 100% (6690 palabras)

### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>ARTICULO PROFESIONAL DE ALTO NIVEL FINAL.docx</b>   ARTICULO PROF... #5ed28c El documento proviene de mi grupo 1 fuente similar	1%		Palabras idénticas: 1% (91 palabras)
2	<b>doi.org</b>   evolución y el beneficio de la tecnología financiera (Fintech) en México <a href="https://doi.org/10.22451/5817.1bj2024.vol8.1.11085">https://doi.org/10.22451/5817.1bj2024.vol8.1.11085</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (49 palabras)
3	<b>ANGELO FLORES.docx</b>   ANGELO FLORES #19dk23 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (49 palabras)
4	<b>www.studocu.com</b>   Dialnet-Tecnicas EInstrumentos Para La Recoleccion De Dat... <a href="https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-de-ingenieria/proyecto-de-tesi...">https://www.studocu.com/pe/document/universidad-nacional-de-ingenieria/proyecto-de-tesi...</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
5	<b>doi.org</b> <a href="https://doi.org/10.22267/rtend.242501.244">https://doi.org/10.22267/rtend.242501.244</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<b>doi.org</b>   Relación entre las Fintech y el marketing financiero <a href="https://doi.org/10.22395/seec.v24n57a9">https://doi.org/10.22395/seec.v24n57a9</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
2	<b>dialnet.unirioja.es</b> <a href="https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383508.pdf">https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8383508.pdf</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (28 palabras)
3	<b>dx.doi.org</b>   IMPACTO DEL FINANCIAMIENTO FINTECH EN LA LIQUIDEZ DE LAS MY... <a href="http://dx.doi.org/10.48209/978-65-5417-160-1">http://dx.doi.org/10.48209/978-65-5417-160-1</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (33 palabras)
4	<b>ARTICULO PROFESIONAL DE ALTO NIVEL JEAN CARLOS VERA.pdf</b>   ARTI... #74f8e7 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)
5	<b>doi.org</b>   IA, entornos virtuales y tecnologías asociados a la disrupción cognitiva e... <a href="https://doi.org/10.59169/pentadiencias.v7i1.1459">https://doi.org/10.59169/pentadiencias.v7i1.1459</a>	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)

**Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)** Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://orcid.org/0000-0001-7137-8033>
- [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46816/1/S2000961_es.pdf)
- <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/agora/article/view/1707/1788>
- <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>

## DECLARACIÓN DE AUDITORIA

Yo, **Hermen Alexis Pincay Zavala**, con cédula de identidad N°**1315738029**, declaro que el presente trabajo de titulación: **“ESTRATEGIA DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO PARA ATRAER Y EVALUAR A UN VENDEDOR DE ALTO POTENCIAL EN LAS EMPRESAS AUTOMOTRICES DE MANTA”** cumple con los requerimientos que la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



---

**Hermen Alexis Pincay Zavala**

**C.I.: 1315738029**

**E-mail: e1315738029@live.ulead.edu.ec**

**Tel: 0989909001**

## APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado de la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema: **“El Rol Del Marketing Digital En El Éxito De las MiPymes De Postres En Manta.”**, elaborado por la egresada Pin Castro Verónica Natasha, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y de Comercio, de la Carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firman:



Presidente del tribunal

Ing. Calderón Zamora Marjorie



Miembro del tribunal

Ing. García Loor Ana



Miembro del tribunal

Ing. Alcívar Mero Jessenia

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a quienes me han inspirado y apoyado a lo largo de este camino, a Dios por darme las fuerzas y la sabiduría.

A mis padres, Hermen Pincay y Ligia Zavala que con su amor y apoyo constante han sido el pilar de mi vida. Esta tesis es un testimonio de su dedicación y todo lo que han hecho por mí, gracias por siempre estar para mí.

A mi hermana, Alejandra Macias por ser una fuente de alegría y motivación, me siento afortunado de tenerte a mi lado en este viaje y gracias por todo el apoyo que me has dado.

A mis hermanos Cindy Pincay y Cristhian Macias, cada logro y paso que doy están dedicados a ustedes. Aunque no pueda verlos, sus memorias me han dado las fuerzas para seguir adelante.

A mi familia y amigos, que han compartido risas a lo largo de este camino, gracias por su apoyo incondicional y por estar siempre allí motivándome.

Finalmente, a mí mismo, por la perseverancia y el esfuerzo continuo que han llevado hasta aquí. Esta tesis es el resultado de creer en mis sueños y mis capacidades para alcanzarlo.

*Pincay Zavala Hermen Alexis*

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, expreso mi más sincero agradecimiento a Dios, fuente de fortaleza y guía en cada paso de este arduo viaje, gracias a su sabiduría y luz que han iluminado mi camino para superar los desafíos y alcanzar este logro.

A mi padre y madre, el corazón de mi vida y mi mayor inspiración. Su amor incondicional, sacrificio y apoyo constante sobre el cual he construido mis sueños. Gracias por creer en mí incluso cuando las dudas me abrumaban y por darme el apoyo para seguir adelante.

A mi hermana, gracias por tu comprensión y apoyo que han sido fuente de inspiración para ser el mayor ejemplo que puedas seguir. Cada conversación y momento compartido han sido un aliento constante en este proceso.

A mis tías, que han sido un pilar de apoyo. Su cariño y apoyo han sido invaluable para mí y su fe en mis capacidades han sido una fuente constante de motivación y a mis familiares cercanos, cuyo amor y apoyo han sido un abrazo cálido, que han hecho que cada desafío sea más llevadero y cada éxito más significativo.

A mi tutora la Ing. Carmen Bayas, cuyo compromiso y orientación ha sido fundamental para el desarrollo de este trabajo y a mis docentes que han compartido sus conocimientos y sus enseñanzas han sido fundamental para el desarrollo de esta tesis y por supuesto a la Universidad, que ha sido escenario de mi crecimiento académico y personal.

Finalmente, a todos los que de una u otra manera han contribuido, gracias por cada palabra de aliento y cada crítica constructiva que han servido de apoyo. No tengo palabra para expresar mis agradecimientos, pero gracias por formar parte de esta travesía y por su apoyo incondicional.

*Pincay Zavala Hermen Alexis*

## RESUMEN

La selección y el reclutamiento de personal fueron considerados factores determinantes para el éxito empresarial, dado que incidieron directamente en la productividad, competitividad y permanencia en mercados altamente cambiantes. Esta investigación tuvo como objetivo diseñar una estrategia de selección y reclutamiento que permitiera atraer y evaluar vendedores con alto potencial en empresas automotrices de la ciudad de Manta, a fin de mejorar sus procesos de gestión del talento humano. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, aplicando entrevistas semiestructuradas a directivos y responsables de recursos humanos en cuatro empresas del sector, complementadas con la revisión documental de procesos internos y políticas de contratación. Esta metodología permitió identificar las prácticas utilizadas, sus limitaciones y los principales retos que enfrentaron las organizaciones al momento de captar personal idóneo para las funciones de ventas. Los resultados evidenciaron que los procesos de reclutamiento y selección existentes carecieron de estandarización y criterios homogéneos, lo que dificultó la identificación de candidatos con competencias técnicas y habilidades comerciales alineadas a las necesidades organizacionales. Asimismo, se detectó que la falta de herramientas de evaluación objetivas y el uso limitado de tecnología en la gestión del talento incidieron negativamente en la eficiencia de los procesos. A partir de estos hallazgos, se diseñó una propuesta estructurada de reclutamiento y selección, orientada a optimizar la identificación de perfiles idóneos y garantizar mayor equidad, transparencia y efectividad en la incorporación de nuevos colaboradores. En conclusión, se demostró que la implementación de procesos formales y sistemáticos contribuyó significativamente a fortalecer la productividad y competitividad del sector automotriz local.

**Palabras clave:** Administración de personal, Decisiones de empleo en la empresa, Gestión laboral, habilidades; productividad, Automóviles

## ABSTRACT

Personnel recruitment and selection were considered key factors for business success, since they directly influenced productivity, competitiveness, and permanence in highly dynamic markets. This research aimed to design a recruitment and selection strategy to attract and evaluate high-potential sales representatives in automotive companies located in the city of Manta, in order to improve human talent management processes. The study was developed under a qualitative approach, applying semi-structured interviews to managers and human resources officers in four companies of the sector, complemented with documentary review of internal processes and hiring policies. This methodology allowed the identification of current practices, their limitations, and the main challenges organizations faced when selecting suitable candidates for sales functions. The findings showed that existing recruitment and selection processes lacked standardization and homogeneous criteria, making it difficult to identify applicants with technical competencies and commercial skills aligned with organizational needs. It was also detected that the absence of objective evaluation tools and the limited use of technology in talent management negatively affected process efficiency. Based on these results, a structured recruitment and selection proposal was designed to optimize the identification of suitable profiles and to ensure greater equity, transparency, and effectiveness in the incorporation of new employees. In conclusion, the research demonstrated that the implementation of formal and systematic processes significantly contributed to strengthening productivity and competitiveness in the local automotive sector.

**KEYWORDS:** Personnel Management, Firm Employment Decisions, Labor Management, Human Capital, Automobiles

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN.....	1
CERTIFICADO COMPILATIO – ANTI PLAGIÓ.....	2
DECLARACIÓN DE AUDITORIA.....	3
APROBACIÓN DEL TRABAJO .....	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTO.....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN.....	15
CAPITULO I.....	19
1. Perspectiva Teórica .....	19
1.1 Antecedentes .....	19
1.2 Planteamiento del problema.....	24
1.3 Formulación del problema Científico General y Problema Específico.....	26
<b>1.3.1 Problema Científico General.</b> .....	26
<b>1.3.2 Problema Específico.</b> .....	26
1.4 Formulación del Objeto de la Investigación.....	26
1.5 Formulación de los Objetivos de la Investigación.....	26
<b>1.5.1 Objetivo General.</b> .....	26
<b>1.5.2 Objetivo Específico.</b> .....	26
1.6 Delimitación.....	27
<b>1.6.1 Delimitación espacial.</b> .....	27
<b>1.6.2 Delimitación temporal.</b> .....	27
<b>1.6.3 Delimitación conceptual.</b> .....	27
1.7 Determinación de la Variable.....	27
<b>1.7.1 Variable Independiente.</b> .....	27

1.8	Operacionalización de la variable.....	27
1.9	Justificación de la investigación.....	31
1.10	Diseño metodológico.....	33
CAPITULO II.....		39
2.	Marco Teórico.....	39
2.1.	Los medios de comunicación y su importancia en el reclutamiento.....	39
2.2.	Los criterios de evaluación en el reclutamiento interno para vendedores en el área automotriz.....	42
2.3.	Prácticas para motivar y atraer al talento externo a las empresas automotrices. ....	44
2.4.	Técnicas para la selección de personal y su consecuencia en el personal inadecuado. 47	
CAPITULO III.....		49
3.	Diagnostico.....	49
3.1.	<b>Reclutamiento interno.....</b>	49
3.2.	<b>Medios de reclutamientos .....</b>	53
3.3.	<b>Entrevista de selección.....</b>	55
3.4.	<b>Pruebas de selección.....</b>	57
3.5.	<b>Contratación .....</b>	57
CAPITULO IV.....		59
4.	Diseño de la Propuesta.....	59
4.1.	Título de la propuesta.....	59
4.2.	Importancia de la propuesta.....	60
4.3.	Formulación de los objetivos de la propuesta.....	60
4.3.1.	<i>Objetivo general.....</i>	60
4.3.2.	<i>Objetivo específico.....</i>	60
4.4.	Planteamiento de la propuesta.....	60
4.4.1.	<i>Objetivo 1.....</i>	60
4.4.2.	<i>Objetivo 2.....</i>	61

4.4.3. <i>Objetivo 3.</i> .....	62
4.5. Esquematización de la propuesta. ....	62
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES. ....	67
Bibliografía.....	69
Anexos.....	73

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de las variables .....	28
Tabla 2: Medios utilizados para comunicar vacantes internas en las empresas automotrices de Manta.....	49
Tabla 3.....	49
Tabla 4: Criterios utilizados para evaluar a los candidatos internos en las empresas automotrices de Manta.....	50
Tabla 5: Procesos clave aplicados en el reclutamiento externo por las empresas automotrices de Manta.....	51
Tabla 6: Estrategias empleadas para atraer talento externo en las empresas automotrices de Manta.....	52
Tabla 7: Mecanismos utilizados para verificar la calidad del proceso de selección externa en las empresas automotrices de Manta .....	53
Tabla 8: Medios de reclutamiento más utilizados en las empresas automotrices de Manta ....	53
Tabla 9: Papel de las redes sociales en el proceso de reclutamiento en las empresas automotrices de Manta.....	54
Tabla 10: Prácticas utilizadas para redactar anuncios de empleo atractivos en las empresas automotrices de Manta .....	55
Tabla 11: Aspectos clave considerados en la entrevista de selección en las empresas automotrices de Manta .....	55
Tabla 12: Tipos de preguntas realizadas en las entrevistas de selección en las empresas automotrices de Manta .....	56
Tabla 13: Pruebas utilizadas en el proceso de selección en las empresas automotrices de Manta .....	57

Tabla 14: Duración de los contratos ofrecidos a los aspirantes en las empresas automotrices de Manta.....	57
Tabla 16: Responsables de la entrevista final en el proceso de contratación en las empresas automotrices de Manta .....	58
Tabla 17. Esquematización de la propuesta .....	62
Tabla 18. Matriz de consistencia.....	73

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1.</b> Entrevista empresa 1 .....	74
<b>Ilustración 2.</b> Entrevista empresa 1 .....	75
<b>Ilustración 3.</b> Entrevista empresa 2 .....	76
<b>Ilustración 4.</b> Entrevista empresa 2 .....	77
<b>Ilustración 5.</b> Entrevista empresa 3 .....	78
<b>Ilustración 6.</b> Entrevista empresa 3 .....	79
<b>Ilustración 7.</b> Entrevista empresa 4 .....	80
<b>Ilustración 8.</b> Entrevista empresa 4 .....	81
<b>Ilustración 9.</b> Evidencia de entrevista .....	82
<b>Ilustración 10.</b> Evidencia de entrevista .....	83

## INTRODUCCIÓN

La selección y el reclutamiento del personal constituyen uno de los procesos más importantes en cualquier organización, ya que a través de ellos se logra escoger a los candidatos idóneos que permitirán cumplir con los objetivos y metas propuestas. En este sentido, resulta indispensable que toda organización cuente con mecanismos formales y estructurados de selección y reclutamiento que apoyen la búsqueda de talento y faciliten la incorporación de los individuos más aptos a cada puesto. Estos procesos no solo determinan la conformación del capital humano, sino que también inciden directamente en la productividad, la motivación laboral y la competitividad de las empresas en el mercado.

A nivel mundial, el reclutamiento y la selección se han convertido en temas estratégicos, considerados por los especialistas en administración y recursos humanos como factores clave para el éxito organizacional. En entornos empresariales caracterizados por la innovación tecnológica, la globalización y la creciente demanda de servicios de calidad, la identificación de candidatos potenciales con habilidades técnicas y competencias blandas se ha transformado en una prioridad. De esta forma, las organizaciones han destinado mayores recursos a la captación de talento, reconociendo que contar con trabajadores comprometidos y motivados no solo contribuye al cumplimiento de las metas, sino que también asegura la permanencia en mercados altamente competitivos.

Diversos estudios sostienen que el éxito de las empresas depende en gran medida de la manera en que gestionan sus procesos de reclutamiento y selección. Autores como Negro Cruz (2023) destacan que la administración adecuada del talento humano se ha consolidado como un factor crítico de éxito. En palabras de este autor, los empleados representan el corazón y el alma de las empresas, pues con sus habilidades, cooperación y motivación hacen posible el desarrollo de proyectos y la consecución de resultados. Bajo esta perspectiva, una de las responsabilidades más cruciales de los departamentos de recursos humanos es precisamente la gestión del talento,

que implica asegurar que la contratación de nuevos empleados se realice de manera objetiva, eficiente y transparente a lo largo del tiempo.

En el plano internacional, organismos como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) han enfatizado que las políticas de selección y reclutamiento influyen directamente en los índices de productividad y en la calidad de vida laboral. Las empresas que implementan sistemas estructurados de contratación muestran menores niveles de rotación, mayor motivación en los trabajadores y mejores resultados financieros. Además, la tendencia global apunta hacia la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos de reclutamiento, tales como plataformas digitales, inteligencia artificial y sistemas de evaluación por competencias, lo cual permite optimizar el tiempo, reducir costos y garantizar mayor objetividad en la selección de candidatos.

En Ecuador, la situación presenta particularidades que reflejan tanto avances como desafíos. Si bien muchas empresas han adoptado modelos de gestión de talento humano más estructurados, aún persisten casos en los que la contratación de personal no se realiza con base en competencias, sino en recomendaciones informales o influencias externas. Esta falta de transparencia ha derivado en escándalos que afectan la imagen de las organizaciones y, en algunos casos, incluso su sostenibilidad. La ausencia de criterios técnicos y la carencia de procesos estandarizados han limitado la posibilidad de captar personal verdaderamente capacitado, lo que repercute negativamente en la productividad y en la competitividad de las empresas.

De ahí que se haga indispensable insistir en que toda organización, independientemente de su tamaño o sector, debe contar con procesos de reclutamiento y selección bien estructurados, basados en las capacidades, habilidades y competencias de los postulantes. Solamente de esta manera es posible garantizar la eficiencia y la eficacia organizacional, aspectos fundamentales para competir en un mercado cada vez más exigente y dinámico.

En el sector automotriz, los procesos de reclutamiento y selección adquieren una relevancia aún mayor. Este sector demanda vendedores altamente capacitados, no solo en términos técnicos, sino también con competencias blandas como la comunicación efectiva, la empatía y la orientación al cliente. Dichas habilidades resultan indispensables para generar confianza en los consumidores y cerrar procesos de venta exitosos. Encontrar candidatos con estas características representa un desafío considerable para las empresas automotrices, dado que se requiere identificar perfiles integrales capaces de responder a las exigencias del mercado y a los objetivos organizacionales.

La contratación de vendedores en el sector automotriz no puede dejarse al azar ni a procesos empíricos. Las empresas de este sector enfrentan una competencia cada vez más agresiva, donde la calidad del servicio, la asesoría al cliente y la capacidad de persuasión de los vendedores se convierten en elementos diferenciadores. Un error en la selección de personal puede derivar en pérdidas económicas, disminución de la cartera de clientes y afectación directa a la imagen corporativa. Por ello, el diseño de estrategias de reclutamiento y selección específicas para este sector resulta imprescindible.

En la ciudad de Manta, las empresas automotrices han manifestado dificultades al momento de captar vendedores de alto potencial. La falta de procesos sistemáticos y la escasa incorporación de herramientas modernas de evaluación han generado una brecha entre las necesidades reales de las organizaciones y las competencias de los candidatos contratados. Esto ha ocasionado una alta rotación laboral, bajo rendimiento en el área de ventas y dificultades para alcanzar las metas comerciales.

Ante esta realidad, el presente trabajo de investigación se propuso analizar las prácticas actuales de reclutamiento y selección de vendedores en las empresas automotrices de Manta, con el propósito de diseñar una estrategia que permita atraer y evaluar candidatos de alto potencial. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, utilizando entrevistas

semiestructuradas que posibilitaron recoger información directa de los responsables de talento humano y gerentes de dichas empresas. El análisis de esta información permitió identificar fortalezas y debilidades en los procesos actuales, así como oportunidades para introducir mejoras significativas.

El objetivo general de la investigación fue diseñar una estrategia de selección y reclutamiento que permitiera atraer y evaluar vendedores de alto potencial en las empresas automotrices de Manta. A partir de este se derivaron los objetivos específicos, orientados a analizar los procesos actuales, identificar las prácticas que influyen en la productividad y describir las metodologías utilizadas en el reclutamiento de personal de ventas.

La relevancia de esta investigación puede entenderse en tres niveles. Desde un plano científico, el estudio aportó al conocimiento de la administración de empresas al evidenciar cómo los procesos de selección y reclutamiento inciden en la productividad de un sector específico. Desde un plano social, la investigación contribuyó a generar oportunidades laborales más justas y transparentes, fortaleciendo la relación entre empleadores y trabajadores. Finalmente, desde un plano práctico, se brindó a las empresas automotrices una herramienta concreta para mejorar la contratación de vendedores, reducir la rotación laboral y aumentar la competitividad en el mercado.

En conclusión, el proceso de reclutamiento y selección se consolidó como un factor estratégico en el éxito de las organizaciones modernas. La investigación realizada en las empresas automotrices de Manta buscó responder a un problema concreto y aportar soluciones viables que permitan mejorar la gestión del talento humano en este sector clave para la economía local.

# CAPITULO I

## 1. Perspectiva Teórica

### 1.1 Antecedentes

La selección del personal es un factor importante para las empresas, esto les permite realizar un arduo trabajo para poder encontrar una persona idónea que labore en dicha empresa, este proceso les permite conocer más sobre el postulante y poder tomar una decisión antes que inicie sus actividades dentro de la empresa.

En la actualidad, existen varios métodos y herramientas de reclutamiento que ayudan que el encargado de este proceso pueda seleccionar a los candidatos que estén aptos para el puesto en la cual se requiere dicho personal.

Cortez Núñez del Prado (2019) en su tesis titulada “Proceso de reclutamiento y selección de personal en la Empresa Automotriz Andina”, cuyo objetivo fue establecer como son los procesos de Reclutamiento y Selección del personal, ejecutando un trabajo de investigación no-experimental y tipo descriptivo, la información se consiguió de 52 trabajadores en la ciudad de Cusco a quienes el autor aplicó un cuestionario personal, anónimo y voluntario, los valores de proceso de reclutamiento se trataron en 2 escalas que fueron: el reclutamiento interno y reclutamiento externo, situando a los encuestados que el proceso es “inadecuado”. Mientras que los valores de proceso de selección se trataron de 2 escalas que fueron: entrevista y pruebas, situando a los encuestados que el proceso es “poco adecuada”. Se concluye que el proceso de reclutamiento es considerado inadecuado, esto se lleva a cabo por la falta de planificación al momento de realizar la formulación de requisitos para cubrir el puesto disponible, en el proceso de selección es un poco adecuada, porque se realizan ciertas actividades, pero la falta de conocimiento y experiencia necesaria para desempeñar

correctamente dicha actividad al momento de realizar la entrevista es lo que hace que la selección sea un poco adecuada.

Attamah, Okolo, Okoro, Ikpo, & Nnadi (2023) en su artículo titulado “El efecto del reclutamiento y selección en el desempeño de los vendedores de una empresa de fabricación de vehículos en Nigeria”, cuyo objetivo es determinar la clasificación educativa, la experiencia en ventas y la capacidad de persuasión de un vendedor y su efecto en el desempeño del vendedor en Innoson Motors Manufacturing Company Ltd. Se adopto un método de encuesta para la recopilación de datos, la encuesta se la realizo a 131 miembros del personal técnico y administrativo y solo se llenar 120 correctamente, el estudio cubrió la clasificación educativa del vendedor, la experiencia en ventas, su capacidad de persuasión y desempeño. Se realizo el alfa de Cronbach para comprobar la confiabilidad del instrumento y se obtuvo 0,982 lo que indica consistencia interna. Se concluye que el desempeño de los vendedores con capacidad de ventas persuasivas mejorará cuando sean reclutados, a diferencia del reclutamiento sin considerar los rasgos persuasivos encontrados en los vendedores.

Pérez Nisthal (2014) en su tesis titulada “El proceso de reclutamiento y selección como herramienta para contratar personal idóneo” cuyo objetivo es determinar se le proceso de reclutamiento y selección actual es el adecuado para la institución educativa y el cumplimiento de objetivos de recursos humanos, usando la metodología tipo evaluativo y descriptivo con un estudio descriptivo-retrospectivo, la información se consiguió de 16 maestros nuevos por medio de entrevistas. Se concluye que las consecuencias de no contar con procesos de reclutamiento y selección de personal puede reflejarse en la calidad laboral y por consiguiente inconformidad en la recepción del servicio que se preste.

Aponte Pomasoncco & Hernandez Naupay (2021) en su tesis titulada “Selección de personal y el desempeño laboral de la empresa automotriz A.S.T.S.A.C, 2019”, cuyo objetivo es analizar como la selección de personal influye en el desempeño laboral, ejecutando un

estudio de investigación de enfoque cuantitativo, de método hipotético deductivo en un nivel descriptivo y de diseño no experimental, correlacional y de corte transversal y tipo básica, la información se consiguió con una población de 20 trabajadores, cuya muestra es la misma, a quienes el autor aplicó una encuesta con un cuestionario de 16 preguntas, los valores de selección de personal se trató 3 escalas que fueron: Integración, Desarrollo y Evaluación, situando a los trabajadores que están de “acuerdo”. Mientras el valor de desempeño laboral trató 3 escalas que fueron: Identificación, Medición y Gestión, situando que están “totalmente de acuerdo”. Se concluyó que la selección del personal influye significativamente en el desempeño laboral de la empresa Automotriz A.S.T S.A.C, 2019.

Torres Flórez, Velasquez Díaz, & Hernández González (2020) en su artículo titulado “Importancia de reclutamiento y la selección del personal en el sector hotelero” cuyo objetivo es analizar las prácticas de reclutamiento y selección que se dan en los hoteles Pymes en la ciudad de Villavicencio, con un método descriptivo y un enfoque cuantitativo, el instrumento fue el cuestionario, se obtuvo la contribución de 28 hoteles con un tamaño de 8 a 49 colaboradores pequeña empresa y 50 a 200 colaboradores mediana empresa. Se concluye que los hoteles Pymes de la ciudad de Villavicencio tiene una tendencia marcada a no brindarle la importancia que requiere el proceso de reclutamiento, la informalidad y la falta de recursos destinados a la correcta ejecución del reclutamiento pone en evidencia varias situaciones que están impidiendo que dichos hoteles logren atraer a los candidatos más idóneos para los diferentes cargos.

Sejje Condori (2023) en su tesis titulada “Reclutamiento y selección de personal en la empresa Promart Homecenter Juliaca”, cuyo objetivo fue determinar la relación entre el reclutamiento y la selección del personal de la empresa, ejecutando un trabajo de investigación de diseño no-experimental, nivel correlacional y enfoque cuantitativo, la información se consiguió con una población de 106 con una muestra de 80 colaboradores a quienes el autor

aplico un cuestionario, el valor de reclutamiento se trató de 3 escala en las que se encuentra: el reclutamiento interno y externo, la descripción del puesto y las habilidades específicas y transferibles, situando que los colaboradores están “en desacuerdo” con el 95,0%. Mientras que el valor de selección de personal se trató de 2 escalas que fueron: la entrevista de selección y la prueba de selección, situando que los colaboradores están “en desacuerdo” con el 58,8%. Como conclusión se revelo que la relación con el objetivo principal de la investigación muestra que existe una relación significativa entre el reclutamiento y la selección del personal y se obtiene un coeficiente de 0,250 en correlación positiva media.

Flores Díaz (2016) en su artículo titulado “Estrategia para mejorar el proceso de reclutamiento y selección de personal en la Dirección de Teleinformática de la Gobernación del Estado de Mérida”, cuyo objetivo es proponer estrategia para el mejoramiento de reclutamiento y selección de personal en la Dirección de Teleinformática de la Gobernación del Estado de Mérida, este trabajo de investigación se desarrolló bajo el criterio de modalidad de proyecto factible, apoyado en una investigación de campo de carácter descriptivo. La población y muestra fue conformada de 66 personas y se utilizó la técnica de encuesta y como el instrumento de cuestionario. Con los resultados obtenidos, se concluye que en la Dirección de Teleinformática no se ejecuta un proceso de reclutamiento y selección ajustado a los paradigmas gerenciales de administración de personal.

Rodríguez Palomino (2022) en su tesis titulada “Selección del personal Administrativo en la Universidad Andina de Cusco 2021”, cuyo objetivo fue describir cómo es la selección del personal administrativo en la Universidad Andina de Cusco, ejecutando un estudio de enfoque cuantitativo con alcance descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por el personal administrativo de la oficina general de Dirección de Recursos Humanos de la Universidad Andina del Cusco; el muestreo fue de tipo no probabilístico con un total de 9 administrativos, con la técnica de encuesta, el valor de selección

de personal se trató de 3 escalas que fueron: Selección Inicial, Selección Sustancial y Selección Contingente, situando a la calificación como malo por el 44,4% de los encuestados, asimismo en relación a la dimensión de selección inicial resulto regular 44,4%, la selección sustancial buena 44,4 con tendencia a muy mala 22,2% y la selección contingente regular 44,4% también con tendencia malo o muy mala. Se concluye que esto se debe a que el personal encargado del proceso de selección aun presenta debilidades en la selección inicial y de contingente, para lo que se requiere una comprobación de antecedentes, carta de recomendación y contactos personales.

Vega Pérez & Salguero Chiluisa (2016) en su trabajo titulado “El reclutamiento y selección de personal en el desempeño laboral de los colaboradores en la empresa INGECOMTHSA de la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha”, cuyo objetivo es determinar las falencias existentes en el proceso de reclutamiento y selección, el cual afectaba al desempeño laboral de los colaboradores de la institución, con un tipo de investigación correlacional y descriptiva, con una población de 40 personas de las cuales 35 fueron de sexo masculino y 5 de sexo femenino, el sistema que utilizo para recabar información fue la encuesta, y se concluyó que el proceso de reclutamiento y selección es defectuoso y ambiguo y también por no contar con un perfil de competencias y un proceso de reclutamiento y selección ejecutable.

Zamora González (2022) en su tesis titulada “Plan de mejora del proceso de selección de personal por competencias conductuales en asesores comerciales de Asiauto S.A.”, cuyo objetivo es desarrollar un plan de mejora del proceso de selección de personal por competencia conductuales en asesores comerciales, ejecutando un trabajo de investigación exploratorio y descriptivo, se utilizó el método inductivo-deductivo y método analítico-sintético, siendo un estudio cualitativo. La información se consiguió de 50 asesores comerciales. Se concluye que la propuesta del proceso de selección generara un impacto en el resultado de tiempo y

optimización de recursos para la compañía, buscando eliminar los cuellos de botella y una definición de búsqueda de perfiles idóneos para el puesto de Asesores Comerciales.

## **1.2 Planteamiento del problema.**

El reclutamiento y la selección de personal han sido considerados a nivel mundial como procesos fundamentales para garantizar la competitividad y sostenibilidad de las organizaciones. En un mercado globalizado, caracterizado por la innovación tecnológica y el dinamismo de los consumidores, las empresas se ven obligadas a contratar personal altamente calificado que les permita mantener una posición estratégica en sus respectivos sectores. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (2020), aquellas organizaciones que implementan procesos estructurados de reclutamiento logran mejorar la productividad en un 30 %, reducen la rotación y fortalecen el compromiso laboral.

En países desarrollados, la selección de personal se apoya en herramientas digitales, pruebas psicométricas y procesos por competencias que buscan garantizar la objetividad y la transparencia en la contratación. Sin embargo, en contextos como América Latina aún prevalecen prácticas empíricas que limitan la identificación de los candidatos más idóneos. Esta situación se traduce en la contratación de personal poco calificado, pérdida de eficiencia y debilitamiento de la imagen organizacional.

En Ecuador, la realidad empresarial evidencia grandes retos en la gestión del talento humano. A pesar de los avances normativos, muchas organizaciones continúan contratando a través de mecanismos informales basados en recomendaciones personales, favoritismos o vínculos externos. Esta falta de estandarización afecta directamente el desempeño de las empresas, ya que los puestos estratégicos son ocupados por personas que no cuentan con las competencias necesarias para cumplir las metas corporativas (Negro Cruz, 2023).

El sector automotriz, por su parte, se ha consolidado como uno de los pilares de la economía ecuatoriana, especialmente en ciudades portuarias como Manta, donde se concentra

una importante red de concesionarias y distribuidoras de vehículos. En este sector, los vendedores cumplen un papel decisivo, pues son responsables de generar ingresos, fortalecer la relación con los clientes y mantener la competitividad frente a una oferta diversificada. Sin embargo, las empresas automotrices locales enfrentan dificultades al momento de atraer y seleccionar vendedores de alto potencial.

En la ciudad de Manta, la problemática se refleja en la ausencia de procesos formales de reclutamiento y selección. Muchas empresas automotrices carecen de procedimientos claros y objetivos, lo que genera contrataciones inadecuadas, alta rotación de personal y bajo desempeño en las áreas de ventas. La falta de criterios homogéneos para evaluar a los candidatos ha limitado la posibilidad de contar con vendedores capaces de responder a las exigencias del mercado y de fidelizar a los clientes.

Si esta situación no se atiende oportunamente, las empresas del sector automotriz corren el riesgo de disminuir su productividad, perder participación en el mercado y debilitar su competitividad frente a empresas de otras ciudades con procesos más modernos de gestión de talento humano.

Por estas razones, surge la necesidad de formular la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué estrategia de selección y reclutamiento permite atraer y evaluar vendedores de alto potencial en las empresas automotrices de la ciudad de Manta?

La respuesta a esta interrogante orientará el presente estudio y permitirá diseñar una propuesta metodológica que optimice los procesos de contratación en el sector automotriz local

### **1.3 Formulación del problema Científico General y Problema Específico.**

#### ***1.3.1 Problema Científico General.***

Para mostrar de manera más específica el problema a investigar, se plantea la siguiente interrogante:

¿Qué estrategia de selección y reclutamiento ayuda a atraer a un vendedor de alto potencial en las empresas automotrices de Manta?

#### ***1.3.2 Problema Específico.***

- ¿De qué manera las empresas automotrices llevan a cabo la selección y reclutamiento de su personal?
- ¿Cómo los procesos de selección y reclutamiento de personal ayudan a aumentar la productividad en las empresas automotrices?
- ¿Cuáles son los procedimientos de reclutamiento y selección del personal que llevan las empresas automotrices?

### **1.4 Formulación del Objeto de la Investigación.**

**Objetivo:** Empresas Automotrices.

**Campo de acción:** Selección y Reclutamiento.

### **1.5 Formulación de los Objetivos de la Investigación.**

#### ***1.5.1 Objetivo General.***

Diseñar una estrategia de selección y reclutamiento para atraer y evaluar a un vendedor de alto potencial en las empresas automotrices de Manta.

#### ***1.5.2 Objetivo Específico.***

- Analizar la actuación de los procesos de selección y reclutamiento del personal en las empresas automotrices.
- Identificar los procesos de selección y reclutamiento que ayuden a aumentar la productividad en las empresas automotrices.

- Describir los procedimientos de reclutamiento y selección del personal que lleven las empresas automotrices.

## **1.6 Delimitación.**

### ***1.6.1 Delimitación espacial.***

Esta investigación se llevó a cabo para el área de venta en las empresas automotrices de la Parroquia Tarqui, de la Ciudad de Manta, Provincia de Manabí.

### ***1.6.2 Delimitación temporal.***

Es determinado en un periodo comprendido de 28 de agosto de 2023 hasta 30 de julio de 2024.

### ***1.6.3 Delimitación conceptual.***

Esta investigación se llevó cabo con un enfoque teórico y práctico, para examinar sobre la variable de selección de personal.

## **1.7 Determinación de la Variable.**

### ***1.7.1 Variable Independiente.***

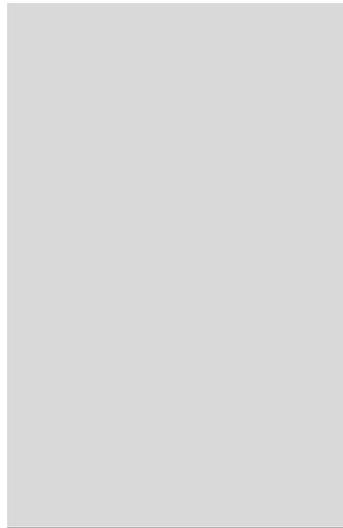
Reclutamiento y selección.

## **1.8 Operacionalización de la variable.**

Tabla 1: Operacionalización de las variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN</b>	Reclutamiento interno:	<p>El reclutamiento interno permite identificar talento existente dentro de la organización. Es fundamental conocer cómo se comunican las vacantes y se aprovechan las capacidades internas, partiendo de aquel postulado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿Cuénteme cómo informan a los empleados acerca de nuevas vacantes y qué importancia les dan a los requisitos solicitados??</li> </ul> <p>¿Cuáles son los criterios utilizan para evaluar a los candidatos internos y tomar decisiones de contratación?</p>
	Reclutamiento externo	<p>El reclutamiento externo abre la posibilidad de captar nuevos perfiles. Resulta clave comprender los pasos, medios y criterios que las empresas utilizan para seleccionar candidatos externos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿Explique cómo llevan a cabo el reclutamiento externo y qué pasos consideran más importantes en este proceso?</li> <li>▪ ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que utilizan para atraer el talento externo a la empresa?</li> <li>▪ ¿Cómo usted verifica si el reclutador realizo un proceso de selección externa siguiendo los parámetros de selección?</li> </ul>
	Medios de reclutamiento	<p>Los medios de reclutamiento facilitan la difusión de vacantes. Es necesario analizar qué canales emplean las empresas y cómo influyen en la atracción de aspirantes potenciales.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desde su experiencia, ¿qué rol cumplen las redes sociales en la búsqueda de candidatos y de qué manera las utilizan en la práctica?</li> <li>▪ ¿Qué papel juegan las redes sociales en el reclutamiento y cómo las aprovechan?</li> <li>▪ ¿Qué prácticas utilizan para redactar anuncios de empleos atractivos y persuasivos?</li> </ul>
Entrevista de selección	<p>La entrevista constituye un momento decisivo en la evaluación del candidato. Se busca comprender cómo se desarrolla, qué aspectos se consideran relevantes y qué objetivos persigue.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿Describame cómo se desarrollan las entrevistas de selección y qué aspectos se busca indagar en los candidatos?</li> <li>▪ ¿Qué tipo de preguntas se suelen hacer durante la entrevista y con qué objetivo?</li> </ul>
Pruebas de selección	<p>Las pruebas permiten valorar competencias técnicas y habilidades blandas. Es importante explorar qué tipos utilizan, cómo se aplican y qué utilidad tienen en la contratación final.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿Podría contarme qué pruebas aplican para evaluar a los aspirantes y cómo deciden cuáles son pertinentes para cada puesto?</li> <li>▪ ¿Cuáles son las mejores prácticas para garantizar la validez y la confiabilidad de las pruebas de selección?</li> </ul>



### Contratación

La contratación formaliza la relación laboral y define condiciones. Es necesario indagar en las modalidades utilizadas, los criterios aplicados y la duración promedio de los contratos

¿Quién es la última persona que entrevista a los aspirantes que quedaron seleccionados?

- ¿Hábleme sobre la duración de los contratos que suelen ofrecer y qué criterios consideran para definir si serán temporales o indefinidos?
  - ¿Cuándo un contrato se convierte indefinido?
  - ¿Cómo hacen la evaluación al nuevo personal para saber si fue efectivo?
- 

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

## 1.9 Justificación de la investigación.

La presente investigación se justifica por la importancia de analizar y fortalecer los procesos de selección y reclutamiento en las empresas automotrices de Manta, dado que la adecuada contratación de vendedores de alto potencial influye directamente en la productividad, la competitividad y el crecimiento empresarial. Además, el estudio aporta valor en los ámbitos social, disciplinario y profesional, generando conocimientos aplicables y propuestas prácticas para optimizar la gestión del talento humano.

**Social.** El proceso de selección y reclutamiento de personal constituye un eje estratégico dentro de cualquier organización, pues de él depende en gran medida la posibilidad de contar con trabajadores competentes, motivados y capaces de aportar al cumplimiento de los objetivos institucionales. En el caso del sector automotriz de Manta, la adecuada contratación de vendedores resulta indispensable, ya que son ellos quienes mantienen el contacto directo con los clientes, generan ingresos y fortalecen la competitividad en un mercado cada vez más exigente.

La presente investigación reviste importancia social porque busca ofrecer a las empresas automotrices un diagnóstico real de cómo están aplicando sus procesos de selección y reclutamiento, identificando debilidades y oportunidades de mejora. Contar con información clara sobre estas prácticas permitirá a las organizaciones diseñar procedimientos más justos, transparentes y eficaces, reduciendo la incidencia de favoritismos o contrataciones empíricas que terminan afectando tanto a la empresa como a los trabajadores.

Además, los resultados podrán servir como referencia para otras empresas del mismo sector o incluso de diferentes áreas productivas, ya que las estrategias propuestas podrán adaptarse a distintos contextos. De esta forma, el estudio contribuye a la

construcción de un tejido empresarial más sólido, donde se priorice la meritocracia y se promueva la generación de empleos dignos y estables, lo que repercute directamente en el bienestar de la comunidad local.

**Disciplinaria.** Desde la perspectiva académica y disciplinaria, el estudio se justifica porque aporta al desarrollo del campo de la gestión del talento humano y de la psicología organizacional. La literatura científica reconoce que los procesos de reclutamiento y selección no son meramente administrativos, sino que forman parte de las estrategias globales de la organización. Sin embargo, en el contexto ecuatoriano existen pocos estudios aplicados al sector automotriz que analicen con rigor cómo estas prácticas impactan en la productividad y en la sostenibilidad empresarial.

La investigación, al centrarse en las empresas automotrices de Manta, no solo genera un aporte teórico, sino también práctico, pues ofrece insumos que pueden ser replicados en la formación universitaria, especialmente en carreras de administración, gestión del talento humano y áreas afines. Asimismo, constituye una base de conocimiento que permitirá a futuros investigadores profundizar en líneas como la evaluación por competencias, el uso de herramientas tecnológicas para la selección de personal y la implementación de políticas organizacionales más alineadas a estándares internacionales.

**Profesional.** En el plano profesional, esta investigación se justifica porque permitirá a los estudiantes y a los futuros egresados adquirir competencias especializadas en selección y reclutamiento de personal, con un enfoque particular en el sector automotriz. Al analizar de manera crítica los procesos actuales y proponer estrategias de mejora, se desarrollan habilidades de observación, análisis cualitativo, interpretación de información y toma de decisiones fundamentadas. Estas competencias resultan clave para desempeñarse eficazmente en áreas de recursos humanos y administración de personal.

Asimismo, el estudio ofrece una oportunidad para vincular el conocimiento académico con la práctica real de las organizaciones. La interacción con gerentes y responsables de talento humano en las entrevistas permitirá comprender las dinámicas específicas del sector, fortaleciendo la formación profesional de quienes participen en la investigación. Al mismo tiempo, los resultados aportarán a las empresas una herramienta práctica para optimizar sus procedimientos de contratación, reduciendo costos asociados a la rotación, incrementando la permanencia de personal calificado y mejorando los indicadores de productividad.

Finalmente, esta investigación constituye un ejercicio académico de gran valor, ya que no solo responde a los requisitos de titulación, sino que también genera un impacto positivo en tres niveles: en la sociedad, al mejorar las oportunidades laborales y la calidad de los servicios; en la disciplina, al enriquecer el campo de la gestión del talento humano; y en lo profesional, al fortalecer las competencias investigativas y prácticas de los futuros administradores de empresas.

### **1.10 Diseño metodológico**

El diseño metodológico constituye un componente esencial de la presente investigación, ya que establece las directrices que orientaron el proceso de estudio y garantizaron la coherencia entre los objetivos planteados y los resultados obtenidos. En este caso, se definió un enfoque cualitativo con alcance descriptivo, orientado a comprender las prácticas de reclutamiento y selección en las empresas automotrices de la parroquia Tarqui, ciudad de Manta. La metodología permitió identificar limitaciones, describir procedimientos aplicados y fundamentar la propuesta final, apoyándose en técnicas e instrumentos de recolección de información adecuados al contexto investigado.

#### **Alcance de la investigación**

El presente estudio se desarrolló con un alcance descriptivo, pues se orientó a detallar y caracterizar los procesos de selección y reclutamiento aplicados en las empresas automotrices de la parroquia Tarqui, en la ciudad de Manta. Este tipo de alcance se justifica en la medida en que el propósito principal no fue establecer relaciones causales ni probar hipótesis mediante procedimientos estadísticos, sino observar, analizar y describir las prácticas actuales que implementan estas organizaciones para atraer y seleccionar vendedores de alto potencial.

En este contexto, la investigación buscó ofrecer un panorama general de cómo se desarrollan los procesos de gestión del talento humano en el sector automotriz local, identificando fortalezas y debilidades presentes en dichos procedimientos. Al adoptar un alcance descriptivo, se obtuvo información detallada que permitió comprender la realidad investigada desde la perspectiva de los propios actores involucrados, como gerentes y responsables de recursos humanos. Este enfoque resultó adecuado porque la investigación pretendió generar un diagnóstico de la situación actual, aportando insumos que sirvan como base para diseñar estrategias de mejora y propuestas prácticas, sin pretender manipular variables ni medir efectos cuantitativos.

### **Diseño de la investigación**

El diseño metodológico adoptado fue no experimental, transversal y de enfoque cualitativo. Fue no experimental porque no se manipularon las variables de estudio, sino que se observó la situación en su contexto natural. Esto significó que los procesos de selección y reclutamiento en las empresas automotrices fueron estudiados tal como ocurren en la práctica, sin alterar su desarrollo. El carácter transversal se debió a que la recolección de la información se realizó en un único momento, lo que permitió obtener una fotografía precisa de la situación vigente durante el periodo 2023-2024.

El enfoque cualitativo resultó el más apropiado porque permitió acceder a las percepciones, experiencias y significados atribuidos por los responsables de talento humano sobre sus prácticas de selección. La investigación cualitativa ofrece una visión holística y profunda de los fenómenos sociales, siendo especialmente útil cuando se pretende comprender realidades complejas y subjetivas. En este sentido, el diseño metodológico posibilitó explorar cómo se conciben, ejecutan y evalúan los procesos de contratación, lo cual no podría haberse logrado plenamente mediante instrumentos cuantitativos. El diseño elegido aseguró, por tanto, la coherencia entre el problema, los objetivos y la estrategia de investigación.

La población de esta investigación estuvo conformada por las empresas automotrices ubicadas en la parroquia Tarqui, ciudad de Manta. Según los registros municipales y bases de datos empresariales disponibles, se estima que existen aproximadamente 12 concesionarias y distribuidoras de vehículos que operan en este sector, ofreciendo servicios de comercialización de automotores, repuestos y mantenimiento. Estas empresas cumplen con las características que definen la población objetivo, ya que poseen áreas de ventas activas y requieren procesos de reclutamiento y selección de personal de forma constante.

No obstante, una de las principales limitaciones de la investigación fue la dificultad para acceder a todas las empresas de la población total, debido a factores como la confidencialidad en los procesos internos de contratación, la disponibilidad limitada de tiempo de sus directivos y, en algunos casos, la poca apertura para participar en investigaciones académicas. Estas restricciones impidieron la inclusión de la totalidad de las concesionarias registradas. A pesar de ello, se logró identificar un número representativo de organizaciones dispuestas a colaborar, lo que permitió garantizar la

validez del estudio en relación con los objetivos planteados. La delimitación de la población respondió, así, a criterios de pertinencia y viabilidad investigativa.

### **Muestra**

La muestra estuvo integrada por cuatro empresas automotrices de la parroquia Tarqui, seleccionadas bajo un criterio de conveniencia. Este tipo de muestreo no probabilístico se justificó porque, en el marco de una investigación cualitativa descriptiva, el propósito no es obtener representatividad estadística, sino acceder a experiencias y percepciones significativas que permitan comprender el fenómeno estudiado en profundidad. En este caso, las cuatro empresas elegidas aceptaron participar activamente y brindaron la apertura necesaria para llevar a cabo entrevistas semiestructuradas a sus responsables de talento humano y gerentes.

La selección por conveniencia respondió a la necesidad de superar las limitaciones mencionadas en la población. Si bien existían alrededor de 12 empresas automotrices en la parroquia Tarqui, solo algunas mostraron disposición para compartir información sensible vinculada con sus procesos de contratación. Aun así, la muestra permitió cubrir diferentes perspectivas dentro del sector, pues incluyó tanto concesionarias de gran trayectoria como empresas distribuidoras más pequeñas. Este criterio enriqueció la investigación, ya que ofreció una visión más diversa y permitió identificar coincidencias y divergencias en las prácticas de selección y reclutamiento en el ámbito local.

### **Técnicas de recolección de información**

La técnica principal utilizada fue la entrevista semiestructurada, la cual resulta especialmente adecuada para investigaciones cualitativas de alcance descriptivo. Este tipo de entrevista combina preguntas previamente diseñadas con la flexibilidad necesaria para profundizar en aspectos emergentes durante la conversación. Así, se favoreció un diálogo

abierto entre el investigador y los informantes clave, lo que permitió obtener información detallada, experiencias personales y percepciones sobre los procesos de selección y reclutamiento.

El uso de entrevistas semiestructuradas permitió explorar de manera profunda cómo las empresas automotrices de Manta conciben, planifican y ejecutan la contratación de vendedores. Al tratarse de una técnica flexible, se pudieron ajustar las preguntas al contexto de cada empresa y, en algunos casos, formular preguntas adicionales que surgieron de las respuestas iniciales. Esto garantizó un nivel de detalle que difícilmente podría haberse alcanzado mediante cuestionarios cerrados o encuestas estandarizadas.

Además, las entrevistas se realizaron directamente con gerentes y responsables de recursos humanos, lo que aseguró la pertinencia y confiabilidad de la información. Esta técnica, al centrarse en el discurso de los actores, permitió captar matices importantes relacionados con los criterios de selección, los retos enfrentados y las estrategias aplicadas para atraer talento de alto potencial.

### **Instrumentos de recolección de información**

El instrumento diseñado fue una guía de entrevista semiestructurada, construida a partir de la operacionalización de la variable independiente “Reclutamiento y selección”. Esta guía estuvo organizada en torno a seis dimensiones: reclutamiento interno, reclutamiento externo, medios de reclutamiento, entrevista de selección, pruebas de selección y contratación. Cada dimensión incluyó preguntas abiertas que invitaron a los entrevistados a relatar sus experiencias y prácticas en relación con cada aspecto del proceso.

El diseño del instrumento tuvo en cuenta los criterios de una investigación cualitativa descriptiva, privilegiando la formulación de preguntas abiertas y exploratorias

en lugar de interrogantes cerrados. Por ejemplo, en lugar de preguntar “¿Cuáles son los medios que utiliza para comunicar vacantes?”, se planteó: “Cuénteme cómo informan a los empleados acerca de nuevas vacantes y qué importancia le otorgan a los requisitos solicitados”. Este enfoque garantizó respuestas más amplias, narrativas y contextualizadas.

La guía de entrevista fue validada a través de la revisión de expertos y un pilotaje inicial, lo que permitió realizar ajustes en la redacción y el orden de las preguntas. Con este instrumento se aseguró la recolección de información pertinente, confiable y directamente relacionada con los objetivos de la investigación.

## CAPITULO II

### 2. Marco Teórico

El marco teórico constituye la base conceptual que orienta el desarrollo de la presente investigación, ya que permite sustentar académicamente los procesos de selección y reclutamiento en las empresas automotrices de la ciudad de Manta. A través de este apartado se analizan los principales enfoques, teorías y antecedentes relacionados con la gestión del talento humano, considerando tanto aportes clásicos como propuestas contemporáneas que destacan la importancia de implementar prácticas estratégicas de contratación. Asimismo, se revisan estudios previos desarrollados a nivel internacional, nacional y local, que evidencian cómo los procesos de reclutamiento y selección inciden en la productividad, competitividad y sostenibilidad de las organizaciones. Este análisis no solo permite establecer un marco de referencia, sino también identificar vacíos de conocimiento que justifican la pertinencia del estudio. De esta manera, el marco teórico brinda fundamentos sólidos para comprender la problemática y construir una propuesta metodológica adaptada al sector automotriz de Manta.

#### 2.1. Los medios de comunicación y su importancia en el reclutamiento.

Las empresas recurren a una amplia gama de herramientas y canales, que abarcan desde los medios impresos tradicionales hasta las plataformas digitales más innovadoras, para dar a conocer sus vacantes y atraer al talento que necesitan. Esta estrategia de comunicación en el reclutamiento no solo incluye los periódicos y revistas especializadas que han sido utilizados durante años, sino que también aprovecha el poder de las bolsas de trabajo en línea, las redes sociales profesionales y las páginas web de empleo, que se han convertido en recursos esenciales para conectar a empleadores y candidatos en el panorama laboral actual (Cabrera, 2022).

Se destaca la evolución de las estrategias de comunicación en el reclutamiento de personal. Las empresas han ampliado su abanico de herramientas, incorporando plataformas digitales a los medios impresos tradicionales. Esta diversificación busca maximizar el alcance de las ofertas laborales y atraer a candidatos idóneos. La inclusión de bolsas de trabajo en línea, redes sociales profesionales y páginas web especializadas refleja la adaptación de las empresas a las nuevas dinámicas del mercado laboral, donde la presencia en línea es crucial para conectar con el talento potencial.

Según (Cisneros, Holguin, Aguirre, & Ogaz, 2022) destacan que los medios de comunicación, si bien son un canal poderoso para ampliar el alcance de una oferta laboral y atraer a más candidatos, requieren de una descripción minuciosa y precisa del puesto para asegurar la calidad de las solicitudes. Detallar las competencias, experiencia y requisitos específicos en la oferta es crucial para filtrar y evitar recibir candidaturas de personas que no se ajustan al perfil buscado, optimizando así el proceso de selección.

Los autores subrayan el papel crucial de los medios de comunicación en la difusión de ofertas laborales, pero enfatizan la necesidad de descripciones detalladas y precisas para garantizar la pertinencia de las solicitudes. Según los autores, detallar las competencias, experiencia y requisitos específicos en la oferta laboral actúa como un filtro eficaz, evitando la recepción de candidaturas inadecuadas y optimizando el proceso de selección de personal.

De acuerdo con (Hanze Andrade, 2020) los métodos tradicionales de contratación de personal han experimentado una transformación gracias a la incorporación de herramientas tecnológicas alineadas con las tendencias actuales en Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Estas TIC, que nos brindan acceso ilimitado a las redes sociales, han revolucionado la forma en que interactuamos en la sociedad actual, incluyendo la manera en que las organizaciones reclutan talento.

Se observa una evolución en los métodos de contratación de personal, impulsada por la integración de herramientas tecnológicas alineadas con las tendencias actuales en TIC. El autor también destaca el papel de estas tecnologías, especialmente las redes sociales, en la transformación de las interacciones sociales y, por ende, en la manera en que las empresas buscan y atraen talento. Esta perspectiva subraya la importancia de las TIC en la modernización de los procesos de reclutamiento y selección, adaptándolos a la era digital y a las nuevas dinámicas sociales.

Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en el proceso de reclutamiento, ya que permiten a las empresas llegar a un público más amplio y diverso, atrayendo talento específico y mejorando su imagen de marca. Al utilizar plataformas digitales especializadas, las empresas pueden agilizar el proceso de contratación, reduciendo costos y tiempo, al tiempo que establecen una comunicación directa y transparente con los candidatos, brindándoles información relevante sobre la empresa y el puesto. Además, algunas herramientas en línea ofrecen funciones para evaluar y hacer seguimiento a los candidatos, facilitando la toma de decisiones y optimizando el proceso de selección (Barzallo, 2023).

Se destaca la importancia de los medios de comunicación en el reclutamiento moderno. Destaca su capacidad para ampliar el alcance de las empresas, atrayendo así una gama más diversa de candidatos potenciales. Además, resalta la eficiencia de las plataformas digitales especializadas, que no solo reducen los costos y el tiempo de contratación, sino que también fomentan una comunicación transparente y directa entre empleadores y candidatos. El estudio también enfatiza el valor de las herramientas en línea para evaluar y monitorear a los candidatos, lo que agiliza la toma de decisiones y optimiza todo el proceso de selección.

## **2.2. Los criterios de evaluación en el reclutamiento interno para vendedores en el área automotriz.**

Como indica (Carrillo, 2023) en el competitivo sector automotriz, el reclutamiento interno para vendedores representa una oportunidad estratégica para impulsar el crecimiento y fortalecer la cultura empresarial. Sin embargo, para garantizar la selección del candidato idóneo, es fundamental establecer criterios de evaluación rigurosos y objetivos. Estos criterios deben abarcar una amplia gama de competencias y habilidades, desde el conocimiento técnico del producto hasta las habilidades interpersonales y de negociación. Entre ellos están:

En primer lugar, el conocimiento técnico del producto es un criterio esencial para cualquier vendedor en el área automotriz. Esto incluye un profundo entendimiento de las características técnicas de los vehículos, como el motor, la transmisión, la suspensión y los sistemas de seguridad. Además, el vendedor debe estar familiarizado con las últimas tendencias y tecnologías en la industria, como los vehículos eléctricos e híbridos, los sistemas de asistencia al conductor y las opciones de conectividad. Un conocimiento sólido del producto permite al vendedor responder con confianza a las preguntas de los clientes, ofrecer soluciones personalizadas y generar confianza en la marca.

En segundo lugar, las habilidades interpersonales y de comunicación son fundamentales para el éxito de un vendedor en el área automotriz. Esto implica la capacidad de establecer una relación de confianza con los clientes, escuchar activamente sus necesidades y preocupaciones, y comunicar de manera clara y persuasiva los beneficios de los productos. Además, el vendedor debe ser capaz de manejar objeciones de manera efectiva, negociar precios y condiciones de venta, y cerrar tratos de manera exitosa. La empatía, la paciencia y la capacidad de adaptación son también habilidades

interpersonales clave para construir relaciones duraderas con los clientes y generar lealtad a la marca.

En tercer lugar, el historial de ventas y el desempeño previo son indicadores importantes del potencial de un candidato en el reclutamiento interno. Esto incluye el análisis de métricas como el volumen de ventas, el margen de beneficio, la satisfacción del cliente y la capacidad de alcanzar objetivos. Además, es relevante evaluar la experiencia del candidato en el manejo de diferentes tipos de clientes, desde particulares hasta empresas, y su capacidad para adaptarse a diferentes situaciones de venta. Un historial de ventas sólido y un desempeño consistente demuestran la capacidad del candidato para generar resultados y contribuir al crecimiento de la empresa.

En cuarto lugar, la motivación, la actitud y el compromiso son factores intangibles pero cruciales en la evaluación de un vendedor. Esto implica la pasión por el sector automotriz, el entusiasmo por los productos, la disposición para aprender y mejorar continuamente, y el compromiso con los objetivos de la empresa. Un vendedor motivado y comprometido es más propenso a superar obstáculos, buscar soluciones creativas y perseverar en la consecución de metas. Además, la actitud positiva y el espíritu de equipo son fundamentales para crear un ambiente de trabajo colaborativo y productivo, donde todos los miembros del equipo se apoyen mutuamente para alcanzar el éxito (Torres, 2024).

De acuerdo con estos criterios, el reclutamiento interno para vendedores en el área automotriz requiere un enfoque integral que considere una amplia gama de criterios de evaluación. Desde el conocimiento técnico del producto hasta las habilidades interpersonales y de negociación, pasando por el historial de ventas y la motivación personal, cada criterio juega un papel crucial en la selección del candidato idóneo. Al establecer criterios claros y objetivos, las empresas pueden garantizar la contratación de

vendedores altamente capacitados y comprometidos, capaces de impulsar el crecimiento y fortalecer la posición de la marca en el mercado.

### **2.3. Prácticas para motivar y atraer al talento externo a las empresas automotrices.**

En el competitivo panorama laboral actual, la compensación se erige como un pilar fundamental para atraer a los profesionales más destacados. No se trata únicamente de ofrecer un salario que esté a la par con los estándares del mercado, sino de diseñar un paquete integral que responda a las necesidades y aspiraciones de los potenciales candidatos. Este paquete, además del salario base, debe incluir beneficios tangibles como cobertura médica de calidad, planes de jubilación que aseguren un futuro financiero estable, y oportunidades de inversión en la empresa a través de opciones sobre acciones. Esta combinación estratégica no solo atrae talento, sino que también fomenta un sentido de pertenencia y compromiso a largo plazo, factores esenciales para el éxito sostenido de cualquier organización (Hrider, 2024).

El autor sostiene que la compensación laboral es un factor determinante en la atracción y retención de talento en el actual mercado competitivo. Pero también hay que destacar que un paquete de compensación atractivo debe ir más allá del salario base e incluir beneficios tangibles como seguros médicos, planes de jubilación y opciones sobre acciones. Según Hrider, esta estrategia no solo atrae a profesionales de alto nivel, sino que también fomenta su compromiso y lealtad a largo plazo, contribuyendo así al éxito sostenido de la organización.

Las personas con talento y habilidades profesionales destacadas buscan activamente empresas que no solo valoren su experiencia actual, sino que también inviertan en su futuro. Para atraer y retener a estos individuos de alto rendimiento, las

organizaciones deben crear un entorno que fomente el crecimiento continuo. Esto se puede lograr mediante programas de capacitación integrales que amplíen sus conocimientos y habilidades, programas de mentoría que les brinden orientación y apoyo de profesionales experimentados, y planes de carrera personalizados que les permitan visualizar un camino claro hacia el éxito dentro de la empresa. Este enfoque no solo satisface el deseo de desarrollo personal de los empleados, sino que también beneficia a la empresa al contar con una fuerza laboral altamente capacitada y motivada, lista para asumir nuevos desafíos y contribuir al crecimiento de la organización a largo plazo (Ispring, 2023).

La importancia de que las empresas inviertan en el desarrollo profesional de sus empleados talentosos para atraerlos y retenerlos. Más allá de reconocer la experiencia actual, las organizaciones deben centrarse en fomentar el crecimiento continuo a través de programas de capacitación, mentoría y planes de carrera personalizados. Este enfoque no solo satisface las aspiraciones de los empleados, sino que también fortalece la empresa al contar con un equipo altamente capacitado y motivado, preparado para enfrentar desafíos y contribuir al éxito a largo plazo. La inversión en el desarrollo profesional se convierte así en una estrategia clave para el crecimiento y la competitividad de las organizaciones.

Según (Rivera, 2023) una cultura empresarial vibrante, que celebre la innovación, fomente la colaboración y valore el trabajo en equipo, se convierte en un faro para los profesionales más brillantes. Al cultivar un entorno donde las ideas fluyen libremente, la autonomía individual se nutre y el éxito colectivo se recompensa, la empresa no solo atrae talento, sino que lo magnetiza. Este tipo de ambiente estimulante y desafiante se convierte en el caldo de cultivo perfecto para aquellos que buscan no solo un trabajo, sino un espacio donde puedan crecer, innovar y dejar su huella.

Hay que destacar que una cultura empresarial vibrante, se caracterizada por la celebración de la innovación, el fomento de la colaboración y la valoración del trabajo en equipo actúa como un poderoso imán para atraer a los profesionales más destacados. Al crear un entorno donde las ideas fluyen libremente, se fomenta la autonomía individual y se recompensa el éxito colectivo, la empresa no solo atrae talento, sino que lo retiene y lo impulsa a dar lo mejor de sí. Este tipo de ambiente estimulante y desafiante se convierte en el escenario ideal para aquellos que buscan no solo un empleo, sino un espacio donde puedan desarrollarse profesionalmente, innovar y dejar una marca duradera en la organización y en la industria.

Citando a (Guaman, 2020) la marca empleadora es la percepción que se genera en torno a una empresa como espacio laboral, es decir, la reputación que tiene como empleador. Esta imagen se construye a partir de diversos elementos, como los valores que promueve, su misión y la cultura organizacional que la caracteriza.

Hay que destacar que Guamán resalta la marca empleadora como un constructo multifacético que va más allá de la simple reputación empresarial. La define como la percepción integral que los individuos tienen de una empresa en su rol de empleador, una imagen moldeada por diversos factores como los valores, la misión y la cultura organizacional. Esta perspectiva subraya la importancia de considerar la marca empleadora como un activo estratégico para atraer y retener talento, ya que influye directamente en la decisión de los candidatos de unirse y permanecer en una organización.

Una marca empleadora sólida y atractiva, que comunique eficazmente estos aspectos, puede convertirse en un imán para aquellos candidatos que se sientan alineados con esos valores y principios, y que aspiren a formar parte de una organización que los refleje. En otras palabras, la marca empleadora funciona como un potente mensaje que

atrae a aquellos talentos que buscan un entorno laboral que se ajuste a sus expectativas y aspiraciones profesionales (Brasil, 2023).

El autor enfatiza el papel crucial de una marca empleadora sólida y atractiva en la atracción de talento. Al comunicar eficazmente los valores y principios de la organización, se crea un imán para aquellos candidatos que buscan un entorno laboral alineado con sus propias expectativas y aspiraciones profesionales. La marca empleadora actúa como un mensaje poderoso que resuena con aquellos talentos que desean formar parte de una organización que refleje sus valores, convirtiéndose en un factor determinante en la elección de un lugar de trabajo.

#### **2.4. Técnicas para la selección de personal y su consecuencia en el personal inadecuado.**

(Chiavenato, 2009) referente en la gestión del talento humano, advierte sobre la subjetividad inherente a las entrevistas. Si bien son herramientas comunes, su eficacia depende en gran medida de la habilidad del entrevistador para interpretar respuestas y detectar sesgos inconscientes. Un enfoque excesivamente intuitivo puede llevar a la contratación de candidatos carismáticos pero incompetentes, mientras que aquellos con habilidades sólidas, pero menos extrovertidos podrían ser pasados por alto. Chiavenato aboga por complementar las entrevistas con evaluaciones objetivas y pruebas de habilidades para mitigar este riesgo.

Chiavenato señala la naturaleza subjetiva de las entrevistas como herramienta de selección. Reconoce su uso extendido, pero enfatiza que su efectividad radica en la capacidad del entrevistador para analizar respuestas y reconocer sesgos personales. Advierte que una confianza excesiva en la intuición puede resultar en la contratación de candidatos con habilidades sociales destacadas pero carentes de competencias reales,

mientras que aquellos con talento genuino, pero menos extrovertidos, podrían ser ignorados. Para contrarrestar este riesgo, Chiavenato recomienda complementar las entrevistas con evaluaciones objetivas y pruebas de habilidades, garantizando así una selección más precisa y basada en méritos.

(Sanchez & Saavedra, 2016) exploran el uso de pruebas psicotécnicas en la selección de personal. Si bien estas herramientas pueden medir rasgos como la inteligencia y la personalidad, su aplicación indiscriminada puede resultar en la exclusión de candidatos valiosos. Las autoras enfatizan la importancia de utilizar pruebas validadas y relevantes para el puesto, interpretando los resultados con cautela y evitando generalizaciones simplistas. El peligro radica en etiquetar a los candidatos en función de un puntaje, ignorando su potencial de crecimiento y adaptación.

Se presentan una visión crítica sobre el uso de pruebas psicotécnicas en la selección de personal. Reconociendo su capacidad para evaluar aspectos como la inteligencia y la personalidad, advierten sobre los riesgos de su aplicación indiscriminada. Los autores destacan la importancia de seleccionar pruebas validadas y pertinentes al cargo, interpretando los resultados con precaución y evitando conclusiones simplistas. El estudio subraya el peligro de reducir a los candidatos a una mera puntuación, obviando su potencial de desarrollo y adaptabilidad.

## CAPITULO III.

### 3. Diagnostico.

El diagnóstico constituye una fase fundamental en el desarrollo de la presente investigación, ya que permite analizar la realidad actual de los procesos de reclutamiento y selección implementados por las empresas automotrices de la parroquia Tarqui, en la ciudad de Manta. A través de esta etapa se busca contrastar la teoría revisada con la práctica empresarial, identificando las fortalezas, debilidades y vacíos existentes en las estrategias utilizadas para captar y evaluar a vendedores de alto potencial. De esta manera, se obtiene una visión clara y objetiva sobre las prácticas vigentes y su impacto en la productividad y competitividad de las organizaciones.

Para la construcción del diagnóstico se aplicaron entrevistas semiestructuradas a gerentes y responsables de talento humano de cuatro empresas automotrices seleccionadas. Los resultados obtenidos se organizaron en dimensiones que corresponden a la operacionalización de la variable “Reclutamiento y selección”: reclutamiento interno, reclutamiento externo, medios de reclutamiento, entrevistas, pruebas y contratación. Este análisis descriptivo permitió comprender cómo se ejecutan los procesos de selección en la práctica y qué factores influyen en su efectividad, aportando así información valiosa para sustentar la propuesta metodológica que se desarrollará en el capítulo posterior.

#### 3.1. Reclutamiento interno.

**Pregunta 1.** ¿Cuáles son los medios que utilizan para comunicarle a los empleados sobre las vacantes internas y los requisitos necesarios?

*Tabla 2: Medios utilizados para comunicar vacantes internas en las empresas automotrices de Manta*

<b>Tabla 3. Empresas</b>	<b>Correo</b>	<b>Teléfono Empresarial</b>
1	X	x
2	X	
3	X	
4	X	x

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

Los medios por los cuales las empresas se comunican con sus empleados sobre las nuevas vacantes para realizar un reclutamiento interno son, CORREO (100%) y por último el TELÉFONO EMPRESARIAL (50%), esto quiere decir, que el medio más utilizado para informar sobre las vacantes es el correo, ya que muestra más formalidad y credibilidad al momento de realizar cualquier tipo de comunicado, además estas empresas pueden estructurar su mensaje de manera que refleje la seriedad y la importancia de la vacante, también los correos que se envían desde una dirección oficial de la empresa, proporcionan la confianza y además permite alcanzar a todos los empleados de manera simultánea y efectiva. Mientras que el teléfono empresarial también tiene su lugar en la comunicación interna, el correo electrónico es una mejor opción en términos de eficiencia y efectividad para informar sobre las vacantes.

**Pregunta 2.** ¿Cuáles son los criterios que utilizan para evaluar a los candidatos internos y tomar decisiones de contratación?

*Tabla 4: Criterios utilizados para evaluar a los candidatos internos en las empresas automotrices de Manta*

<b>Empresas</b>	<b>Responsabilidad y Puntualidad</b>	<b>Atención al Cliente</b>	<b>Conocimiento</b>	<b>Facilidad de Palabra</b>
1	X	x		x
2		x	x	x
3	X	x		x
4	X	x		x

**Elaborado por:** *Hermen Alexis Pincay Zavala*

Los aspectos que el reclutador utiliza para escoger a un empleado y contratarlo en otro puesto son, la ATENCIÓN AL CLIENTE y la FACILIDAD DE PALABRAS (100%), la RESPONSABILIDAD Y PUNTUALIDAD (75%) y el CONOCIMIENTO (25%), lo que nos quiere decir es que todas las empresas buscan que sus empleados tengan una buena atención al cliente y facilidad de palabra, ya que son habilidades esenciales

buscadas por las empresas debido a un impacto directo en la satisfacción del cliente y las ventas, además, la responsabilidad y la puntualidad son atributos que contribuyen a un ambiente de trabajo eficiente y confiable. Aunque el conocimiento tiene su importancia, las habilidades son cruciales para asegurar que los empleados no solo cumplan con las expectativas del puesto, sino que también contribuyan al éxito general de la organización mediante interacciones positivas y productivas tanto interna como externamente.

### **Reclutamiento externo**

**Pregunta 3.** ¿Cuáles son los procesos clave que siguen al realizar un reclutamiento externo?

*Tabla 5: Procesos clave aplicados en el reclutamiento externo por las empresas automotrices de Manta*

<b>Empresas</b>	<b>RRHH</b>	<b>Abrir Vacantes</b>	<b>Publicar en Páginas</b>
1	X	x	
2	X	x	
3	X	x	X
4	X	x	X

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

Las empresas no cuentan con procesos bien estructurados para realizar un reclutamiento externo exitoso, pero los pasos claves que las empresas tienen para realizar un reclutamiento externo son, comunicar a RRHH para que abran las VACANTES, después 2 empresas comunicaron que ellos publican en las PÁGINAS, para que los interesados con el puesto se puedan postular, ya que el reclutamiento externo es un proceso crítico para las empresas, esto les permite acceder a talento nuevo y fresco que puede aportar nuevas ideas y habilidades a la organización. Al seguir los pasos clave mencionados, las empresas pueden asegurarse de atraer y seleccionar a los mejores

candidatos disponibles en el mercado laboral externo, contribuyendo así al crecimiento y éxito continuo de la empresa. La combinación de comunicación efectiva con RRHH, publicación estratégica de vacantes y un proceso de selección riguroso son fundamentales para optimizar el reclutamiento externo y asegurar la contratación de talento de alta calidad.

**Pregunta 4.** ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que utilizan para atraer el talento externo a la empresa?

*Tabla 6: Estrategias empleadas para atraer talento externo en las empresas automotrices de Manta*

<b>Empresas</b>	<b>Salario</b>	<b>Desarrollo Personal y Profesional</b>	<b>Ambiente Laboral</b>
1	x	x	X
2	x	x	X
3	x	x	X
4	x	x	X

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

Para las empresas las estrategias claves para atraer un buen candidato son, un SALARIO COMPETITIVO, AMBIENTE LABORAL y DESARROLLO PERSONAL Y LABORAL (100%), esto hace que las ofertas sean más atractivas, estas estrategias no solo hacen que las ofertas laborales sean más atractivas, sino que también mejoran la competitividad de la empresa en el mercado laboral. Atraer y retener talento calificado no solo es crucial para el crecimiento de la empresa, sino que también fortalece la cultura organizacional y promueve un ambiente de trabajo positivo y productivo. Esto puede llevar a una mayor satisfacción de los empleados, menor rotación y una reputación mejorada como empleador preferido en la industria.

**Pregunta 5.** ¿Cómo usted verifica si el reclutador realizó un proceso de selección externa siguiendo los parámetros de selección?

Tabla 7: Mecanismos utilizados para verificar la calidad del proceso de selección externa en las empresas automotrices de Manta

Empresas	Proceso	Pruebas de Conocimiento	Opiniones de Clientes
1	x	x	x
2	x	x	x
3	x	x	x
4	x	x	x

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

En este caso, las empresas aseguran que un reclutamiento externo es un éxito cuando, los empleados pasaron la SELECCIÓN, las PRUEBAS DE CONOCIMIENTO y que las OPINIONES DE LOS CLIENTES sean muy buenas (100%), ya que en un reclutamiento externo no solo asegura que los empleados cumplan con las expectativas y requisitos del puesto, sino que también contribuyen positivamente al crecimiento y éxito continuo de la empresa. Al integrar cuidadosamente estos criterios y consideraciones en el proceso de reclutamiento, las empresas pueden maximizar la probabilidad de éxito y asegurar que las nuevas contrataciones agreguen valor significativo a la organización a largo plazo.

### 3.2. Medios de reclutamientos

**Pregunta 6.** ¿Cuáles son los medios de reclutamiento más comunes utilizados por la empresa en la actualidad?

Tabla 8: Medios de reclutamiento más utilizados en las empresas automotrices de Manta

Empresas	LinkedIn	Multitrabajos	WhatsApp
1	X	x	
2	X	x	x
3	X	x	
4	X		x

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

Los medios más comunes que utilizan estas empresas son, LINKEDIN (100%), MULTITRABAJOS (75%) y WhatsApp (50%), en la actualidad estos medios ayudan hacer un reclutamiento mucha más rápido y así encontrar al candidato perfecto para el puesto de vendedor, ya que LinkedIn es una de las plataformas que hace que las publicaciones de las vacantes lleguen a muchas más personas y desde ahí se pueden optimizar algunos procesos ya que permite que los candidatos realicen algunas pruebas desde sus casas y sea más rápido.

**Pregunta 7.** ¿Qué papel juegan las redes sociales en el reclutamiento y cómo las aprovechan?

*Tabla 9: Papel de las redes sociales en el proceso de reclutamiento en las empresas automotrices de Manta*

<b>Empresas</b>	<b>Rapidez</b>	<b>Facilidad</b>	<b>Funcionamiento</b>
1	x	x	x
2	x	x	x
3	x	x	
4	x		

**Elaborado por:** *Hermen Alexis Pincay Zavala*

Las empresas aprovechan las redes sociales para poder tener un reclutamiento RAPIDO (100%), ya que esto también puede tener un beneficio para los candidatos al poder postularse desde cualquier lado que se encuentren, en las empresas también ayuda a tener una FACILIDAD (75%) al momento de buscar un candidato idóneo ya que, por medio de las redes sociales, las vacantes de los puestos llegan a candidatos de otros lugares y por último también aprovechan que las redes sociales tienen un BUEN FUNCIONAMIENTO (50%) para el reclutamiento.

**Pregunta 8.** ¿Qué prácticas utilizan para redactar anuncios de empleos atractivos y persuasivos?

Tabla 10: Prácticas utilizadas para redactar anuncios de empleo atractivos en las empresas automotrices de Manta

Empresas	Beneficios Laborales	Sencillos y Concretos
1	x	X
2	x	X
3	x	X
4	x	x

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

Las prácticas que las empresas utilizan para que los anuncios sean atractivos son las BENEFICIOS LABORALES (100%) y que los anuncios sean SENCILLOS Y CONCRETOS (100%), las empresas utilizan estos dos métodos ya que, al tener los beneficios laborales, los candidatos pueden ver qué los beneficios que tienen en dicho puesto, ya que esto también hace que los candidatos estén informados al momento de llegar a una entrevista y también al utilizar estos dos métodos hacen que el anuncio sean legible y llamativos para atraer candidatos potenciales con habilidades y capacidades que se requiere para el puesto ofertado.

### 3.3. Entrevista de selección.

**Pregunta 9.** ¿Cuáles son los aspectos claves que el entrevistador mira en su entrevistado?

Tabla 11: Aspectos clave considerados en la entrevista de selección en las empresas automotrices de Manta

Empresas	Puntualidad	Actitud	Conocimiento	Honestidad	Desempeño
1	x		x	x	x
2	x			x	
3	x		x	x	x
4	x	x	x		

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

La PUNTUALIDAD (100%) es uno de los aspectos más importantes al momento de realizar la entrevista, seguida por el CONOCIMIENTO y la HONESTIDAD (75%) ya que el candidato debe tener conocimientos en el área que está postulando y deber ser honesto con sus clientes, también algunas empresas hacen saber que el DESEMPEÑO (50%) es uno de los factores que influye, ya que debe tener un buen desenvolvimiento para para así poder llegar a los clientes y poder concretar con las ventas y por ultimo tener una buena ACTITUD (25%) ya que esto hace que los clientes salgan satisfecho y así puedan tener ventas exitosas.

**Pregunta 10.** ¿Qué tipo de preguntas se suelen hacer durante la entrevista y con qué objetivo?

*Tabla 12: Tipos de preguntas realizadas en las entrevistas de selección en las empresas automotrices de Manta*

<b>Empresas</b>	<b>Personal y Familiar</b>	<b>Fortaleza y Debilidad</b>	<b>Horario</b>	<b>Salario</b>	<b>Experiencia</b>
1	X	X	x	x	X
2	X	X	x	x	X
3	X	X	x	x	X
4	X	X	x	x	X

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

Las preguntas en la entrevista no solo cumplen el propósito de evaluar al candidato para el puesto, sino que también proporcionan una oportunidad invaluable para conocer al candidato en un nivel más personal, profesional y familiar, esto, a su vez, facilita la toma de decisiones informadas de contratación que beneficien tanto a la empresa como al candidato seleccionado, las preguntas en la entrevista asegura un proceso de selección efectivo y transparente, mejorando las posibilidades de éxito y satisfacción tanto para los empleadores como para los candidatos.

### 3.4. Pruebas de selección

**Pregunta 11.** ¿Qué tipo de pruebas se suelen utilizar durante el proceso de selección y cómo se eligen?

Tabla 13: Pruebas utilizadas en el proceso de selección en las empresas automotrices de Manta

Empresas	Test de Personalidad	Pruebas Numéricas	Prueba de Conocimiento	Pruebas Psicotécnicas
1	X	x	X	X
2	X	x	X	X
3	X	x	X	X
4	X	x	X	X

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

La integración de estas pruebas en el proceso de selección no solo ayuda a evaluar adecuadamente las habilidades y actitudes de los candidatos, sino que también juega un papel crucial en la prevención de contrataciones incorrectas que podrían impactar negativamente en la empresa, ya que al no tener este tipo de pruebas se puede realizar una mala contratación y esto afectaría a las empresas en temas de costos y tiempo.

### 3.5. Contratación

**Pregunta 12.** ¿Por qué tiempo son los contratos que la empresa da a los aspirantes?

Tabla 14: Duración de los contratos ofrecidos a los aspirantes en las empresas automotrices de Manta

Empresas	3 mese prueba	1 años	Ocasionales
1	x	x	
2		x	x
3	x		
4		X	x

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

El tiempo aproximado de los contratos para los aspirantes es de 1 AÑO (75%), esto se debe a que los aspirantes en este año van a estar en un periodo de prueba, en caso de alguna contratación no haya sido exitosa, al terminar el contrato se puede realizar otro proceso de selección y reclutamiento y volver a buscar un candidato para dicho puesto, en cambio al realizar un contratado de 3 MESES PRUEBAS Y OCASIONALES (50%), el candidato se esmera en su trabajo y puede sacar su máximo potencial y así demostrar que puede seguir laborando en dicha empresa.

**Pregunta 13.** ¿Quién es la última persona que entrevista a los aspirantes que quedaron seleccionados?

*Tabla 15: Responsables de la entrevista final en el proceso de contratación en las empresas automotrices de Manta*

<b>Empresas</b>	<b>Jefe de Agencia</b>	<b>RRHH</b>
1	x	X
2	x	X
3	x	X
4	x	x

**Elaborado por:** *Hermen Alexis Pincay Zavala*

La decisión de contratación la hace RECURSOS HUMANOS conjunto con el JEFE DE AGENCIA, la colaboración entre Recursos Humanos y el Jefe de Agencia en la toma de decisiones de contratación no solo fortalece el proceso de selección, sino que también promueve una cultura organizacional saludable y alineada, esta sinergia asegura que cada contratación sea estratégica, efectiva y contribuya positivamente al éxito continuo de la agencia, además, permite mitigar los riesgos asociados con las malas contrataciones y optimiza el uso de recursos humanos y financieros de manera eficiente.

## **CAPITULO IV.**

### **4. Diseño de la Propuesta.**

La propuesta que se presenta en este capítulo constituye el resultado del proceso investigativo desarrollado en las empresas automotrices de la parroquia Tarqui, en la ciudad de Manta, y responde a la necesidad de mejorar los procesos de reclutamiento y selección de vendedores de alto potencial. El diagnóstico realizado en el capítulo anterior permitió identificar que las prácticas actuales carecen de criterios homogéneos y de procedimientos sistemáticos, lo que genera deficiencias en la contratación, incremento en la rotación laboral y dificultades para alcanzar los objetivos comerciales.

En este contexto, se plantea una propuesta que busca establecer un proceso estructurado y adaptado a las particularidades del sector automotriz local. La estrategia diseñada integra dimensiones clave como reclutamiento interno y externo, medios de difusión de vacantes, entrevistas de selección, pruebas de evaluación y procedimientos de contratación. Cada uno de estos elementos se articula de manera coherente con el objetivo de garantizar mayor objetividad, transparencia y eficiencia en la incorporación de nuevos colaboradores.

La propuesta no solo pretende mejorar los resultados empresariales en términos de productividad y competitividad, sino también aportar a la profesionalización de la gestión del talento humano en el ámbito local. Asimismo, constituye un instrumento práctico que las empresas pueden aplicar de manera inmediata, con el fin de atraer candidatos idóneos, fortalecer sus equipos de ventas y asegurar la sostenibilidad organizacional. De esta manera, el presente capítulo se orienta a exponer los fundamentos, objetivos, estructura y beneficios de la estrategia diseñada.

#### **4.1. Título de la propuesta.**

Establecer un proceso de reclutamiento y selección para captar a vendedores potenciales para las empresas automotrices de Manta.

## **4.2. Importancia de la propuesta.**

Para las empresas del sector automotriz, la importancia de mejorar sus procesos de reclutamiento es crucial para obtener un equipo de ventas eficaz y orientado a resultados. Un proceso de reclutamiento y selección bien diseñado no solo garantiza la selección de candidatos con las habilidades y técnicas adecuadas para dicho puesto, si no que también mejora la calidad del servicio al cliente y las tasas de aumento en las ventas, esto hace que reduzca la rotación de personal y los costos relacionados con el reclutamiento. Además, fortalece la reputación de la empresa en el mercado local, atrayendo y reteniendo el talento de las empresas del sector automotriz en Manta.

## **4.3. Formulación de los objetivos de la propuesta.**

### **4.3.1. *Objetivo general.***

Diseñar un proceso de reclutamiento y selección que ayude a identificar vendedores talentosos para las empresas automotrices en Manta.

### **4.3.2. *Objetivo específico.***

- Implementar nuevas herramientas de evaluación durante el proceso de selección como las pruebas de simulación de ventas.
- Desarrollar capacitación de reclutamiento y selección por competencias para los reclutadores de las empresas automotrices.
- Evaluar periódicamente la efectividad del proceso implementado mediante métricas de rendimiento y retroalimentación de los candidatos y empleados.

## **4.4. Planteamiento de la propuesta.**

### **4.4.1. *Objetivo 1.***

Diseñar una nueva herramienta de simulación de ventas para incorporar en el proceso de selección de vendedores en las empresas automotrices de Manta.

- **Beneficio esperado.**

Con la implementación de esta nueva herramienta de evaluación, las empresas mejorar su calidad de contratación, porque se seleccionarán candidatos con habilidades sólidas, además de conocer sus capacidades de enfrentar situaciones reales de ventas.

- **Responsables.**

Los responsables de la implementación de esta estrategia es el departamento de recursos humano, porque ellos liderarían el diseño e implementación de la estrategia, además el departamento de sistemas contratara a un ingeniero de sistema para que implemente esta herramienta y haga los mantenimientos correspondientes.

#### **4.4.2. Objetivo 2.**

Capacitar a la persona encargada del proceso de reclutamiento y selección por competencias para mejorar las decisiones de contratación.

- **Beneficio esperado.**

Con esta capacitación los reclutadores mejorarán sus habilidades para identificar y evaluar a los candidatos más adecuados, lo que conducirá a contrataciones más acertadas y a la incorporación del talento más idóneo, además se agilizará el proceso de selección y se reducirán los tiempos de contratación.

- **Responsable.**

El responsable para la implementación de esta capacitación es el director de recursos humano, ya que él se debe asegurar de que el programa de capacitación esté alineado con los objetivos organizacionales y las necesidades específicas del reclutamiento.

#### **4.4.3. Objetivo 3.**

Evaluar periódicamente la efectividad del proceso implementado mediante métricas de rendimiento y retroalimentación de los candidatos y empleados.

- **Beneficio esperado.**

Con la evaluación periódica en los procesos a través de métricas de rendimiento permitirá identificar áreas de mejora, corregir posibles fallos y optimizar la efectividad del proceso de reclutamiento y selección, y además a través de las encuestas, permitirá conocer la percepción de los candidatos y empleados respecto al proceso de reclutamiento y selección.

- **Responsable.**

Los responsables para la implementación de esta evaluación es el director de recursos humanos, porque él debe tener experiencia en gestión de talento, análisis de datos y diseño e implementación de procesos estratégicos.

#### **4.5. Esquematización de la propuesta.**

*Tabla 16. Esquematización de la propuesta*

Propuestas	Estrategia	Actividades	Plazo	Recurso Necesario	Presupuesto
Implementar nuevas herramientas de evaluación durante el proceso de selección como las pruebas de simulación de ventas.	Mejorar la selección de personal mediante la implementación de pruebas de simulación de ventas para evaluar habilidades específicas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Investigar las herramientas de simulación adecuadas.</li> <li>▪ Desarrollar los escenarios de simulación.</li> <li>▪ Implementar las pruebas en el proceso de selección.</li> <li>▪ Evaluar resultados y ajustar las pruebas según sea necesario.</li> </ul>	1 año.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Software de simulación de ventas.</li> <li>▪ Equipo informático adecuado.</li> <li>▪ Espacio físico para realizar las pruebas.</li> </ul>	\$800
Capacitar a la persona encargada del proceso de reclutamiento y selección por competencias para mejorar las decisiones de contratación.	Mejorar las habilidades de los reclutadores mediante un programa estructurado de capacitación en selección por competencias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificar las competencias clave para el reclutamiento.</li> <li>▪ Diseñar un plan de capacitación.</li> <li>▪ Programar sesiones formativas y talleres prácticos.</li> <li>▪ Evaluar el impacto del programa mediante pruebas de conocimiento y retroalimentación.</li> </ul>	1 año.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Material educativo y de apoyo.</li> <li>▪ Espacio físico para capacitación.</li> <li>▪ Capacitadores y expertos en selección de personal.</li> </ul>	\$1500

<p>Evaluar periódicamente la efectividad del proceso implementado mediante métricas de rendimiento y retroalimentación de los candidatos y empleados.</p>	<p>Implementar un sistema de evaluación continua para mejorar y ajustar el proceso de selección basado en métricas de rendimiento y retroalimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definir las métricas clave para evaluar la efectividad.</li> <li>▪ Recopilar datos a través de encuestas y entrevistas estructuradas.</li> <li>▪ Analizar los resultados e identificar áreas de mejora.</li> <li>▪ Implementar cambios basados en los hallazgos.</li> </ul>	<p>1 año.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Herramientas de encuestas y análisis de datos.</li> <li>▪ Personal capacitado para análisis estadístico.</li> </ul>	<p>\$150</p>
---	--	--	---------------	--	--------------

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

## **CONCLUSIONES.**

Las conclusiones representan el punto culminante de la presente investigación, en la medida en que sintetizan los hallazgos obtenidos a partir del diagnóstico y del análisis realizado sobre los procesos de reclutamiento y selección en las empresas automotrices de la parroquia Tarqui, en la ciudad de Manta. Este apartado recoge de manera ordenada las ideas principales que emergieron del estudio, vinculando los objetivos planteados con los resultados alcanzados. Asimismo, las conclusiones permiten valorar el cumplimiento de la investigación y demostrar cómo el diseño de una estrategia de selección y reclutamiento puede constituirse en una herramienta clave para la mejora de la productividad y la competitividad empresarial en el sector automotriz local.

En conclusión, la implementación de procesos estructurados de selección, reclutamiento y evaluación de vendedores en las empresas automotrices de Manta, resulta fundamental para asegurar la contratación de personal idóneo y con las competencias necesarias para desempeñar efectivamente sus funciones. La falta de proceso de selección y reclutamiento en las empresas automotrices de Manta, hace que las empresas se vean afectadas en el funcionamiento por no contar con procesos que ayuden a encontrar candidatos idóneos ya que las organizaciones no cuentan con un personal competitivo. Además, esto les ayuda a mitigar los costos relacionados con la rotación del personal y el tiempo improductivo.

La importancia de los medios de comunicación en el reclutamiento, el desarrollo de criterios de evaluación y la utilización de técnicas adecuadas para la selección de personal son elementos clave que influyen en la calidad y el desempeño del equipo de ventas, así como en la productividad y competitividad de las empresas automotrices de Manta. Es fundamental que las organizaciones apliquen estrategias planificadas y

desarrolladas para garantizar una contratación de personal calificado, motivado y comprometido, evitando consecuencias negativas que pueden afectar a la selección de un vendedor.

Con la información obtenida, se pudo percatar que las cuatro empresas estudiadas del sector automotriz, tiene un problema en común, que es la falta de procesos al momento de realizar la selección y el reclutamiento. Además, la realización del reclutamiento y selección de personal en el sector automotriz no solo impulsa el rendimiento del equipo de ventas, sino que también garantiza la mejora constante en la calidad del servicio brindado a los clientes y consolida la posición competitiva de las empresas en el mercado.

Un punto importante que hay que destacar, son los contratos de pruebas. Asegura que las empresas puedan reclutar a los vendedores más idóneos para desempeñar sus funciones de manera eficiente y efectiva. Sin embargo, la implementación de este tipo de contratos puede resultar en una pérdida de tiempo para la empresa y organizaciones, como en una mayor rotación de personal debido a los contratos temporales y provisionales. Es importante encontrar un equilibrio entre la rigurosidad de las pruebas de selección y la eficiencia en la gestión del personal para así garantizar un flujo de trabajo adecuado y sostenible en el tiempo.

Pero la implementación de la propuesta ayuda a las organizaciones y empresas a estructurar los procesos de selección y reclutamiento, para así optimizar y ahorrar tiempo en las decisiones de contratación. La implementación de este nuevo diseño capta a los candidatos más idóneos y adecuados con habilidades, capacidades y técnicas que requieren las empresas para así poder competir en un mercado muy competitivo.

## **RECOMENDACIONES.**

Las recomendaciones que se presentan en este capítulo surgen como respuesta a las debilidades y oportunidades identificadas en los procesos de reclutamiento y selección analizados en las empresas automotrices de la parroquia Tarqui, en la ciudad de Manta. Este apartado no solo propone acciones correctivas, sino que también ofrece alternativas prácticas orientadas a fortalecer la gestión del talento humano y garantizar la contratación de vendedores de alto potencial. Las recomendaciones buscan orientar a los directivos y responsables de recursos humanos hacia la aplicación de procedimientos más efectivos, transparentes y adaptados al contexto empresarial local, contribuyendo con ello a la eficiencia organizacional y al desarrollo sostenido del sector automotriz. Con base a los resultados de la investigación, se recomienda:

Que, Las empresas automotrices de Manta diseñen una herramienta de software de simulación que ayude a aumentar la eficiencia en los procesos de selección y reclutamiento para así contratar a un vendedor con mucho potencial y habilidades. Esto ayudara a mejorar el desempeño de la empresa y así poder mantenerse en un mercado muy competitivo.

Que, Es imprescindible que las empresas automotrices de Manta implementen programas de capacitación sobre la selección y reclutamiento de personal por competencia. Estos programas permitirán a los reclutadores mejorar sus habilidades para identificar a los candidatos idóneos para los puestos vacantes, agilizando así los procesos de selección y garantizando una contratación más acertada.

Que, se Realice evaluaciones periódicas, para comprobar que los procesos de selección y reclutamiento se están cumpliendo adecuadamente. Esta actividad ayudara a disminuir la rotación del personal y los costos asociados, además de que al estar

evaluando periódicamente ayudara a conocer que percepción tienen los trabajadores con base al proceso de selección y reclutamiento.

Que, las empresas automotrices desarrollen procedimientos estandarizados y estructurados para el reclutamiento y selección de vendedores, con el fin de garantizar la contratación con habilidades y competencia específica de negociación, captación de clientes y comunicación efectiva. La adopción de estos procesos estructurados permitirá a los reclutadores a optimizar tiempo de contratación, alineando de manera efectiva a las necesidades de la vacante.

Que, las empresas automotrices de Manta implementen evaluaciones de desempeño anualmente para el personal contratado a través de procesos estructurados. Estas evaluaciones identificarán oportunidades de mejora y realizar retroalimentación, con el objetivo de maximizar su rendimiento que ayuden a contribuir los objetivos de ventas de la empresa. Además, que favorecerá el crecimiento profesional de los vendedores y fortalecerá la competitividad de la organización en el sector automotriz-

## Bibliografía

- Aponte Pomasoncco, E. S., & Hernandez Naupay, L. E. (2021). *Selección de personal y el desempeño laboral de la empresa Automotriz A.S.T S.A.C, 2019 [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de las Americas]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1474>
- Attamah, I., Okolo, V. O., Okoro, D., Ikpo, K., & Nnadi, N. (2023). El efecto del reclutamiento y selección en el desempeño de los vendedores de una empresa de fabricación de vehículos en Nigeria. *Business Perspectives*, 115-128. doi:[http://dx.doi.org/10.21511/im.19\(2\).2023.10](http://dx.doi.org/10.21511/im.19(2).2023.10)
- Barzallo, M. (2023). El proceso de reclutamiento hibrido de personal a nivel mundial. *Universidad del Azuay* . Obtenido de <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/12627/1/18154.pdf>
- Brasil, L. (2023). Employer Branding: ¿Qué Es Y Cómo Aplicarlo En Tu Empresa? Obtenido de <https://jobconvo.com/blog/es/employer-branding-que-es-y-como-aplicarlo-en-tu-empresa/>
- Cabrera, M. (2022). Propuesta de mejora al proceso de reclutamiento y seleccion del personal para la compañía seguros Alianza S.A en la agencia de la ciudad de Cuenca en el periodo Noviembre 2021 - marzo 2022. *Universidad Politecnica Salesiana* . Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23986/1/UPS-CT010257.pdf>
- Carrillo, D. (2023). Gestion de ventas para el sector automotriz. Caso Outlet Assa. *Escuela de Administracion de empresas* . Obtenido de <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b07df49f-22ff-4561-8d8b-846863f5c632/content>

- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>
- Cisneros, A., Holguin, K., Aguirre, J., & Ogaz, M. (2022). Importancia de las redes sociales en el reclutamiento de personal en la industria maquiladora en la ciudad de Chihuahua. *Revista Multidisciplinar Ciencia Latina*. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/3547-Texto%20del%20art%C3%ADculo-13900-2-10-20221207.PDF>
- Cortez Núñez del Prado, D. J. (2019). *Procesos de reclutamiento y selección de personal en la Empresa Automotriz Andina S.A. Cusco – 2018. [Tesis de Licenciatura, Universidad Andina del Cusco]*. Repositorio Digital. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/2769>
- Flores Díaz, J. E. (2016). Estrategias para mejorar el proceso de reclutamiento y selección de personal en la Dirección de teleinformática de la gobernación del estado Mérida. *Sapienza Organizacional*, 79-102. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=553057362005>
- Guaman, D. (2020). Una revisión conceptual a la Marca Empleadora como generador estratégico de captación y retención de talentos. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7765/1/T3354-MDTH-Guam%C3%A1n-Una%20revisión.pdf>
- Hanze Andrade, E. (2020). El reclutamiento a través de redes sociales como nueva tendencia en la selección de personal y su aplicación en la empresa Tata Consultancy Services Ecuador. *Universidad Andina Simón Bolívar*. Obtenido de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7873/1/T3408-MDTH-Hanze%20-El%20reclutamiento.pdf>

- Hrider. (2024). Compensación competitiva. Obtenido de <https://www.hrider.net/es/diccionario/compensacion-competitiva.html>
- Ispring. (2023). Qué es la gestión de talento humano en una empresa. Obtenido de <https://www.ispring.es/blog/gestion-talento-humano>
- Negro Cruz, Y. Y. (2023). *Cultura organizacional y la gestión del talento humano [Tesis de Licenciatura, Univerddidad Galileo]*. Repositorio Vitual Institucional, Guatemala. Obtenido de <http://biblioteca.galileo.edu/tesario/handle/123456789/1529>
- Pérez Nisthal, G. J. (2014). *El proceso de reclutamiento y selección como herramienta para contratar personal idóneo. [Tesis de Maestria, Universidad Panamericana]*. Repositorio Digital, Guatemala. Obtenido de <https://glifos.upana.edu.gt/opac/record/28285?&query=@titulo=El%20proceso%20de%20reclutamiento%20y%20selecci%C3%B3n%20como%20herramienta%20para%20contratar%20personal%20id%C3%B3neo@searchtype=on&recnum=1>
- Rivera, I. (2023). Innovación: factor clave en la cultura organizacional de una empresa. Obtenido de <https://blog.egade.tec.mx/innovacion-factor-clave-en-la-cultura-organizacional-de-una-empresa>
- Rodríguez Palomino, N. (2022). *Selección del personal administrativo en la Universidad Andina del Cusco - cusco - 2021. [Tesis de Licenciatura, Universidad Andina del Cusco]*. Repositorio Digital. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/handle/20.500.12557/5370>
- Sanchez, A., & Saavedra, I. (2016). La evaluacion psicologica en el proceso de seleccion de personal: un estudio retrospectivo en una consultora de Lima. Obtenido de

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/82d0945d-55c3-4ce8-b774-4b8a7bf35b20/content>

Sejje Condori, Y. B. (2023). *Reclutamiento y selección de personal en la empresa Promart Homecenter Juliaca – 2022. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]*. Repositorio Digital Institucional. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/107441>

Torres Flórez, D., Velasquez Díaz, J. S., & Hernández González, J. W. (2020). Importancia del reclutamiento y la selección del personal en el sector hotelero: Caso Villavicencio-Colombia. [Tesis de. *Desarrollo Gerencial*, 1 - 23 . Obtenido de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/3619>

Torres, D. (2024). Cómo evaluar el desempeño del vendedor. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/evaluar-desempeno-vendedor>

Vega Pérez, J. G., & Salguero Chiluisa, J. F. (2016). *El reclutamiento y selección de personal en el desempeño laboral de los colaboradores en la empresa Ingecomthsa de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha. [Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica de Ambato]*. Repositorio Digital. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/23499>

Zamora González, P. G. (2022). *Plan de mejora del proceso de selección de personal por competencias conductuales en asesores comerciales de Asiauto S.A. [Tesis de Maestría, Universidad de las Américas]*. Repositorio Institucional, Quito. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/14512>

## Anexos.

*Tabla 17. Matriz de consistencia*

<b>ESTRATEGIA DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO PARA ATRAER Y EVALUAR A UN VENDEDOR DE ALTO POTENCIAL EN LAS EMPRESAS AUTOMOTRICES DE MANTA.</b>			
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>
¿Qué estrategia de selección y reclutamiento ayuda a atraer y evaluar a un vendedor de potencial en las empresas automotrices de Manta?	Diseñar una estrategia de selección y reclutamiento para atraer y evaluar a un vendedor de alto potencial en las empresas Automotrices de Manta.	<b>RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN</b>	Reclutamiento interno
			Reclutamiento externo
<b>PROBLEMA ESPECIFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>		Medios de reclutamiento
¿Cómo están las empresas automotrices con relación a los procesos de selección y reclutamiento de personal?	Analizar la actuación de los procesos de selección y reclutamiento del personal en las empresas automotrices.		Entrevista de selección
¿Cómo los procesos de selección y reclutamiento de personal ayudan a aumentar la productividad en las empresas automotrices?	Identificar los procesos de selección y reclutamiento que ayudan a aumentar la productividad en las empresas automotrices.		Pruebas de selección
¿Cuáles son los procedimientos de reclutamiento y selección del personal que llevan las empresas automotrices?	Describir los procedimientos de reclutamiento y selección del personal que llevan las empresas automotrices.		Contratación

*Elaborado por: Hermen Alexis Pincay Zavala*

Ilustración 1. Entrevista empresa 1


**Uleam**  
 UNIVERSIDAD LAICA  
 ELOY ALFARO DE MANABI

Facultad de Ciencias Administrativas,  
 Contables y Comercio  
*Carrera de Administración de Empresas*

**ESTRATEGIA DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO PARA ATRAER Y EVALUAR A UN VENDEDOR DE ALTO POTENCIAL EN LAS EMPRESAS AUTOMOTRICES DE MANTA.**

**Preguntas de Entrevista**

**Reclutamiento de personal**

**Reclutamiento Interno**

1. ¿Cómo se comunican con los empleados sobre las vacantes internas y los requisitos necesarios para postularse?  
 Nuestros colaboradores se enteran de la nueva vacante por Correos y Teléfonos empresariales.
2. ¿Qué criterios utilizan para evaluar a los candidatos internos y tomar decisiones de contratación?  
 Los criterios que se evalúan son: Responsabilidad, Puntualidad, atención al Cliente y facilidad de palabra.

**Reclutamiento Externo**

3. ¿Cuáles son los pasos clave que siguen al realizar un reclutamiento externo?  
 Los pasos que se siguen es informar a Recursos Humanos y abren las vacantes.
4. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que utilizan para atraer el talento externo a la empresa?  
 Las estrategias que se utilizan son: Salarios, desarrollo personal y profesional y ambiente laboral.
5. ¿Cómo se aseguran que el reclutamiento externo fue un éxito?  
 Se aseguran por medio de los procesos, Pruebas de conocimiento y opiniones de clientes.

**Medios de Reclutamiento**

6. ¿Cuáles son los medios de reclutamiento más comunes utilizados por la empresa en la actualidad?  
 Los medios de reclutamiento son: LinkedIn y Multitrabajos.
7. ¿Qué papel juegan las redes sociales en el reclutamiento y cómo las aprovechan?  
 Las redes sociales juegan un papel y se las aprovechan por su rapidez, facilidad y funcionamiento.
8. ¿Qué prácticas utilizan para redactar anuncios de empleos atractivos y persuasivos?  
 Las prácticas que se utilizan son los beneficios laborales y que los anuncios sean sencillos y concretos.

ESTILO

**Ilustración 2. Entrevista empresa 1**


Facultad de Ciencias Administrativas,  
Contables y Comercio  
Carrera de Administración de Empresas

**Selección de personal**  
**Entrevista de Selección**

9. ¿Cuáles son los aspectos claves que el entrevistador mira en su entrevistado?  
 Los aspectos que se buscan son: puntualidad, conocimiento, honestidad y desempeño.

10. ¿Qué tipo de preguntas se suelen hacer durante la entrevista y con qué objetivo?  
 Las preguntas que se suelen hacer son: personales familiares fortalezas y debilidades, horarios salarios y experiencias.

**Pruebas de Selección**

11. ¿Qué tipo de pruebas se suelen utilizar durante el proceso de selección y cómo se eligen?  
 El tipo de pruebas que se utilizan son: test personalidad, pruebas numéricas, de conocimiento y psicotécnicas.

12. ¿Cuáles son las mejores prácticas para garantizar la validez y la confiabilidad de las pruebas de selección?  
 Las mejores prácticas son por medio de resultados y conocimiento en el área.

**Contratación**

13. ¿Quién es la última persona que entrevista a los aspirantes que quedaron seleccionados?  
 Las últimas personas son: el jefe de agencia conjunto con recursos humanos.

14. ¿Por qué tiempo son los contratos que la empresa da a los aspirantes?  
 Los contratos son por 3 meses y 1 año.

15. ¿Cuándo un contrato se convierte indefinido?  
 Un contrato se convierte en indefinido después de de los 3 meses de prueba o un año laboral.

16. ¿Cómo hacen la evaluación al nuevo personal para saber si fue efectivo?  
 Las evaluaciones se hacen mediante pruebas y entrevistas personales.

ESTILO

Ilustración 3. Entrevista empresa 2


Facultad de Ciencias Administrativas,  
Contables y Comercio  
*Carrera de Administración de Empresas*

**ESTRATEGIA DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO PARA ATRAER Y EVALUAR A UN VENDEDOR DE ALTO POTENCIAL EN LAS EMPRESAS AUTOMOTRICES DE MANTA.**

**Preguntas de Entrevista** 2

**Reclutamiento de personal**

**Reclutamiento Interno**

1. ¿Cómo se comunican con los empleados sobre las vacantes internas y los requisitos necesarios para postularse?  
- Correos
2. ¿Qué criterios utilizan para evaluar a los candidatos internos y tomar decisiones de contratación?  
- Atención      - Conocimiento      - Facilidad Palabras

**Reclutamiento Externo**

3. ¿Cuáles son los pasos clave que siguen al realizar un reclutamiento externo?  
- RRHH      - Vacantes.
4. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que utilizan para atraer el talento externo a la empresa?  
- Salarios      - Desarrollo P. y Pro.      - Ambiente Laboral
5. ¿Cómo se aseguran que el reclutamiento externo fue un éxito?  
- Clientes      - Procesos      - Pru. de Conocimiento

**Medios de Reclutamiento**

6. ¿Cuáles son los medios de reclutamiento más comunes utilizados por la empresa en la actualidad?  
- LinkedIn      - Multitrabajo      - WhatsApp.
7. ¿Qué papel juegan las redes sociales en el reclutamiento y cómo las aprovechan?  
- Rapidez      - Facilidad      - Funciones.
8. ¿Qué prácticas utilizan para redactar anuncios de empleos atractivos y persuasivos?  
- Beneficios      - Que sean Sencillos.

ESTILO

Ilustración 4. Entrevista empresa 2


**Uleam**  
 UNIVERSIDAD LAICA  
 ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Ciencias Administrativas,  
 Contables y Comercio  
*Carrera de Administración de Empresas*

**Selección de personal**

**Entrevista de Selección**

9. ¿Cuáles son los aspectos claves que el entrevistador mira en su entrevistado?

- Puntualidad - Honestidad

10. ¿Qué tipo de preguntas se suelen hacer durante la entrevista y con qué objetivo?

- Personal - Familiar - Salario - Horarios  
 - Experiencia - Fortalezas - Debilidades.

**Pruebas de Selección**

11. ¿Qué tipo de pruebas se suelen utilizar durante el proceso de selección y cómo se eligen?

- Psicotécnicas.  
 - Personalidad - Numéricas - Conocimiento

12. ¿Cuáles son las mejores prácticas para garantizar la validez y la confiabilidad de las pruebas de selección?

- Resultados.

**Contratación**

13. ¿Quién es la última persona que entrevista a los aspirantes que quedaron seleccionados?

- Jefe - RRHH

14. ¿Por qué tiempo son los contratos que la empresa da a los aspirantes?

- 1 año - Ocasionales.

15. ¿Cuándo un contrato se convierte indefinido?

- Después del año o los ocasionales.

16. ¿Cómo hacen la evaluación al nuevo personal para saber si fue efectivo?

- Mediante test.

ESTILO

Ilustración 5. Entrevista empresa 3


**Uleam**  
 UNIVERSIDAD LAICA  
 ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Ciencias Administrativas,  
 Contables y Comercio  
*Carrera de Administración de Empresas*

**ESTRATEGIA DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO PARA ATRAER Y EVALUAR A UN VENDEDOR DE ALTO POTENCIAL EN LAS EMPRESAS AUTOMOTRICES DE MANTA.**

**Preguntas de Entrevista** 3.

**Reclutamiento de personal**

**Reclutamiento Interno**

- ¿Cómo se comunican con los empleados sobre las vacantes internas y los requisitos necesarios para postularse?  
- Correos.
- ¿Qué criterios utilizan para evaluar a los candidatos internos y tomar decisiones de contratación?  
- Responsabilidad y Puntualidad.  
- Atención  
- Facilidad de Palabras.

**Reclutamiento Externo**

- ¿Cuáles son los pasos clave que siguen al realizar un reclutamiento externo?  
- RRHH                      - Abrir las Vacantes                      - Publicar.
- ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que utilizan para atraer el talento externo a la empresa?  
- Salario                      - Ambiente Laboral                      - Desarrollo.
- ¿Cómo se aseguran que el reclutamiento externo fue un éxito?  
- Procesos, Conocimiento y Opiniones Clientes.

**Medios de Reclutamiento**

- ¿Cuáles son los medios de reclutamiento más comunes utilizados por la empresa en la actualidad?  
- LinkedIn y Multitrabajos.
- ¿Qué papel juegan las redes sociales en el reclutamiento y cómo las aprovechan?  
- Rapidez  
- Facilidad.
- ¿Qué prácticas utilizan para redactar anuncios de empleos atractivos y persuasivos?  
- Beneficios Laborales.  
- Sencillos.

ESTILO

*Ilustración 6. Entrevista empresa 3*



**Facultad de Ciencias Administrativas,  
Contables y Comercio**  
*Carrera de Administración de Empresas*

**Selección de personal**  
Entrevista de Selección

9. ¿Cuáles son los aspectos claves que el entrevistador mira en su entrevistado?

- Puntualidad
- Conocimiento
- Desempeño
- Honestidad.

10. ¿Qué tipo de preguntas se suelen hacer durante la entrevista y con qué objetivo?

- Personal, Familiar, Horarios, Salario, Experiencia, Fortalezas y Debilidades.

**Pruebas de Selección**

11. ¿Qué tipo de pruebas se suelen utilizar durante el proceso de selección y cómo se eligen?

- Pruebas Numéricas
- Pruebas Psicotécnicas.
- Test Personalidad
- Test Conocimiento.

12. ¿Cuáles son las mejores prácticas para garantizar la validez y la confiabilidad de las pruebas de selección?

- Número de ventas.

**Contratación**

13. ¿Quién es la última persona que entrevista a los aspirantes que quedaron seleccionados?

- Jefe y RRHH

14. ¿Por qué tiempo son los contratos que la empresa da a los aspirantes?

- 3 meses de prueba.

15. ¿Cuándo un contrato se convierte indefinido?

- Después de los 3 meses.

16. ¿Cómo hacen la evaluación al nuevo personal para saber si fue efectivo?

- Inducción
- Resultados.

ESTILO

Ilustración 7. Entrevista empresa 4


Facultad de Ciencias Administrativas,  
Contables y Comercio  
*Carrera de Administración de Empresas*

**ESTRATEGIA DE SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO PARA ATRAER Y EVALUAR A UN VENDEDOR DE ALTO POTENCIAL EN LAS EMPRESAS AUTOMOTRICES DE MANTA.**

**Preguntas de Entrevista**

**Reclutamiento de personal**

**Reclutamiento Interno**

1. ¿Cómo se comunican con los empleados sobre las vacantes internas y los requisitos necesarios para postularse?

*Por medio de teléfonos empresariales y correos electrónicos*

2. ¿Qué criterios utilizan para evaluar a los candidatos internos y tomar decisiones de contratación?

*La atención al cliente, facilidad de palabra, responsabilidad y puntualidad.*

**Reclutamiento Externo**

3. ¿Cuáles son los pasos clave que siguen al realizar un reclutamiento externo?

*Recursos humanos abre las vacantes y las publica en las páginas.*

4. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que utilizan para atraer el talento externo a la empresa?

*Las estrategias son buenos salarios, desarrollo personal y profesional y buen ambiente laboral.*

5. ¿Cómo se aseguran que el reclutamiento externo fue un éxito?

*Se verifican por medio de los procesos, las pruebas de conocimiento y las opiniones de los clientes.*

**Medios de Reclutamiento**

6. ¿Cuáles son los medios de reclutamiento más comunes utilizados por la empresa en la actualidad?

*Por medio de LinkedIn y WhatsApp.*

7. ¿Qué papel juegan las redes sociales en el reclutamiento y cómo las aprovechan?

*Las redes sociales son muy rápidas.*

8. ¿Qué prácticas utilizan para redactar anuncios de empleos atractivos y persuasivos?

*Beneficios laborales y anuncios sencillos.*

ESTILO

**Ilustración 8. Entrevista empresa 4**


**Uleam**  
 UNIVERSIDAD LAICA  
 ELOY ALFARO DE MANABÍ

Facultad de Ciencias Administrativas,  
 Contables y Comercio  
*Carrera de Administración de Empresas*

**Selección de personal**

**Entrevista de Selección**

9. ¿Cuáles son los aspectos claves que el entrevistador mira en su entrevistado?

El entrevistador mira la puntualidad, ~~su~~ actitud y el conocimiento.

10. ¿Qué tipo de preguntas se suelen hacer durante la entrevista y con qué objetivo?

Sobre la experiencia, los horarios, el salario, fortalezas y debilidades y personales y familiares.

**Pruebas de Selección**

11. ¿Qué tipo de pruebas se suelen utilizar durante el proceso de selección y cómo se eligen?

Las pruebas de conocimiento, numéricas desde personalidad y pruebas psicotécnicas.

12. ¿Cuáles son las mejores prácticas para garantizar la validez y la confiabilidad de las pruebas de selección?

Por medio de los resultados de venta.

**Contratación**

13. ¿Quién es la última persona que entrevista a los aspirantes que quedaron seleccionados?

Recursos humanos acompañado con el jefe de agencia.

14. ¿Por qué tiempo son los contratos que la empresa da a los aspirantes?

Contratos ocasionales y por un año.

15. ¿Cuándo un contrato se convierte indefinido?

Después de los contratos ocasionales.

16. ¿Cómo hacen la evaluación al nuevo personal para saber si fue efectivo?

Por medio de entrevistas personales.

ESTILO

*Ilustración 9. Evidencia de entrevista*



*Ilustración 10. Evidencia de entrevista*

