



República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Trabajo de Titulación
Para la Obtención del Título de:

Licenciada en Gestión Empresarial Mención Marketing y Ventas

Tema:
Propuesta Estratégica De Branding Aplicado A “Ecuaseap” Para Un Impacto
Positivo En La Retención De Talentos.

Autora:
Solange Carolina Barrezueta Arroyo

Director del Trabajo de Titulación:
Ec. Andrés Hernández, MSc.

2021

Guayaquil - Ecuador

AGRADECIMIENTO

Para realizar este artículo científico he recurrido a muchas personas que han colaborado con sus ideas, tiempo y aquello se ve plasmado en mi trabajo. Agradezco infinitamente a Dios, mi familia, mi tutor y a los demás docentes que han ayudado y apoyado a realizar este tema y supieron guiarme en el proceso de este proyecto.

DEDICATORIA

Este proyecto de grado se lo dedico a Dios, quién supo guiarme por el camino correcto, enseñándome a encarar las adversidades y no permitirme desfallecer en el intento.

A mi Familia, principalmente a mis padres (Irma/ Jorge) por su apoyo, por ayudarme con los recursos económicos necesarios para continuar con mis estudios, a quienes les debo absolutamente todo. A mis hermanas (Viviana/ Gabriela) y a mi novio (Daniel Zambrano) por su ayuda incondicional, quienes siempre estuvieron cuando lo necesité, que me han colaborado con tiempo, ideas, sugerencias en mis estudios universitarios, el cual para mí ha sido un proceso complejo y arduo de conseguir.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados y conclusiones pertenece exclusivamente a la autora.

Solange Carolina Barrezueta Arroyo

PROPUESTA ESTRATEGICA DE BRANDING APLICADO A ECUASEAP LOGRANDO IMPACTO POSITIVO EN LA RETENCIÓN DE TALENTOS

Solange Carolina Barrezueta Arroyo
solange.cba92@hotmail.com

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo general diseñar una propuesta estratégica basada en el employer branding para la retención del talento humano de la empresa Ecuaseap S.A. de la ciudad de Guayaquil, para el cumplimiento de este objetivo se utilizó una metodología basada en una investigación de tipo descriptiva ya que se desea diagnosticar el actual modelo de gestión de talento humano en la empresa Ecuaseap de la ciudad de Guayaquil y para ello es necesario buscar información mucho más relevante en el lugar de los hechos para así poder analizar las situaciones dentro de su contexto natural. Por otra parte, para la recolección de información se utilizaron técnicas como la encuesta y la entrevista. Como resultados se pudo identificar que Ecuaseap S.A. no cancelan puntualmente los sueldos a sus trabajadores, adicionalmente, muchas personas contratadas son jóvenes y sin experiencia ellos normalmente no pasan la prueba, por ende, la gerencia opta por tomar la decisión de rotar el personal, es por esto que se propuso darles incentivos a los trabajadores. Finalmente, se concluyó que existe una inadecuada selección de personal existe una inadecuada practica en la gestión de recursos humanos.

Palabras claves: Branding Interno, Retención de Talentos, Employer Branding, Estrategias.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones están cada vez más interesadas en tener los mejores talentos y las personas para pertenecer al equipo laboral de las empresas más valiosas, por tanto, la elección del lugar de trabajo es afectada por la imagen y la reputación corporativa, pero también por las acciones conjuntas de las áreas de marketing y el departamento de recursos humanos, departamentos que deben esforzarse por atraer y retener al mejor talento en el mercado laboral (Castillo & Ceballos, 2020). Los recursos humanos y el marketing están estrechamente vinculados donde las funciones más importantes de ambas es construir relaciones. El resultado del branding es una relación entre los trabajadores y la administración que aporta beneficios económicos, sociales y psicológicos a ambas partes (Salvador, 2018).

El employer branding es una de las técnicas usadas para retener al talento humano, esta herramienta representa el proceso de administrar e influir en la reputación como empleador entre los solicitantes de empleo, los empleados y las partes interesadas clave (Salvador, 2018). Abarca todo lo que hace la gerencia para posicionar a su organización en el sector en el que compete, creando un atractivo a la empresa, que tiene como efecto captar potenciales trabajadores para la organización y retener al actual talento humano.

A nivel mundial las grandes empresas posicionadas en todo el mundo, han optado por seleccionar y retener dentro de su talento humano a los mejores trabajadores, cuyos resultados hayan incidido en el alcance de los objetivos corporativos de estas grandes empresas, las mismas han creado en principio valor en sus marcas (Revista Semana, 2020).

En lo que respecta al Ecuador, pocas son las empresas nacionales, independientemente del tamaño de las mismas y del sector en el que compiten que aplican estrategias de branding para generar un valor en sus marcas y así captar y retener talento humano, por ello muchas de

estas organizaciones al no tener la posibilidad de retener a sus mejores trabajadores, deben comenzar con un nuevo proceso de selección de personal, donde al momento de seleccionar al nuevo talento, el mismo debe pasar por un proceso de adaptación que tienda a originar pérdidas de producción e ingresos para estas empresas nacionales.

La empresa Ecuaseap S.A. no está exenta de esta situación, el problema radica en que el objeto de estudio, en los últimos tres periodos fiscales ha rotado en más de una ocasión a su actual talento humano sobretodo del área de ventas, pues muchos de sus trabajadores han decidido continuar sus experiencias laborales en organizaciones de más renombre e incluso competidoras directas de Ecuaseap S.A., esto se ha debido a la falta de creación de valor en la marca.

La importancia del tema radica en que al momento de implementar un correcto branding no sólo se dará posicionamiento a la empresa Ecuaseap sino también se enfocará a la retención de talentos para garantizar que sus profesionales por encima de la media permanezcan en ella por mucho más tiempo. Finalmente, es necesario mencionar que el propósito general de este artículo es diseñar una propuesta estratégica basada en el employer branding para la retención del talento humano de la empresa Ecuaseap S.A. de la ciudad de Guayaquil. Con ello, es posible construir una ventaja diferencial y competitiva que la hará ver atractiva ante su actual talento humano y ante las personas que busquen una oportunidad laboral.

OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una propuesta estratégica basada en el employer branding para la retención del talento humano de la empresa Ecuaseap S.A. de la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

1. Recopilar información teórica sobre la relación entre el branding y la retención del talento humano que sustente el desarrollo del presente artículo.
2. Diagnosticar mediante una investigación de campo la situación actual de la empresa Ecuaseap S.A. en lo que respecta a la retención de su talento humano
3. Definir estrategias basada en el employer branding para la retención del talento humano de la empresa Ecuaseap S.A. de la ciudad de Guayaquil.

DESARROLLO TEMÁTICO

Estrategia de Branding

El branding es una de las herramientas más poderosas en el arsenal de marketing, de modo que blandir ésta herramienta tiene la responsabilidad de usarla éticamente. Recientemente, el branding ha sido objeto de importantes críticas, particularmente en el popular libro No Logo de Naomi Klein (Bassat, 2017). Al respecto, Klein sostiene que las empresas utilizan la marca de una manera imperialista, alimentándose de los deseos de la base de los consumidores mientras ignoran los temas de bienestar social. Tales críticas tienen una larga historia en todo el mundo debajo de esa crítica está la cuestión del poder. El branding es una forma retórica, un instrumento para persuadir a las personas a pensar de manera diferente.

La marca exitosa permite a las empresas cobrar más por sus productos o vender más al precio existente o alguna combinación de ellos. La corriente futura de ganancias producida por este desplazamiento de la curva de demanda atribuida a la marca se denomina patrimonio de marca (Perez, Burillo, & Sanchez, 2018). Para muchas empresas, la marca tiene un tremendo impacto en las ganancias. Por lo tanto, las marcas son algunos de los activos más importantes que posee la corporación.

Cabe destacar que la percepción de marca es un resultado especial de las experiencias de un consumidor con una marca. De tal modo es muy importante para una estrategia de marketing, ya que a menudo es lo que convierte a un producto o compañía simple en una marca: lo mismo que ponerle una cara a un nombre (Bassat, 2017). Hay muchas etapas de una marca, comenzando con la conciencia y terminando con la lealtad a la marca. Cuando un consumidor se da cuenta de una marca, sus experiencias e interacciones con ella finalmente culminan en la percepción de la marca. Si se producen las experiencias correctas, podría establecer una vida de capital de marca. Además, si una empresa puede posicionarse estratégicamente en lo que respecta a la percepción de la marca desde el primer momento, puede generar lealtad a la misma. Pero antes de embarcarse en ese desafío, es fundamental comprender qué es la percepción de la marca y por qué es tan importante (Perez, Burillo, & Sanchez, 2018).

Con relación a la definición de la percepción de la marca, se define como una impresión mental de algo como resultado de su interpretación a través de los sentidos. Combinada con nuestra comprensión de lo que es una marca, la percepción de la marca es cómo los consumidores interpretan una marca basándose en la información sensorial obtenida a través de las interacciones con ella (Montoya, 2019). En pocas palabras, así es como los consumidores piensan, sienten y reaccionan ante una marca en función de sus experiencias con ella. Como resultado, la percepción de la marca puede adquirir una gran variedad de interacciones. Por ejemplo, una experiencia con una marca puede implicar todo, desde una conversación con un amigo, leer una reseña en línea, hasta ver un anuncio. Toda esta información sensorial se traduce luego en una impresión mental de una marca y determina las percepciones de la calidad, el valor y la reputación de esa marca en la mente del consumidor.

La forma en que un consumidor interpreta la información recopilada sobre una marca determina el sentimiento o qué tipo de percepción de marca es probable que resulte:

- Positivo: las experiencias han mejorado la percepción de una marca y es más probable que esa marca se convierta en una de las favoritas o las mejores para el consumidor.
- Negativo: desagrado o evitación general de una marca como resultado de una experiencia negativa con ella
- Neutral: no se ha obtenido ninguna forma de experiencia emocional, lo que lleva a un consumidor a no tener sentimientos de una forma u otra acerca de una marca.

En todo caso al parecer, nada es más importante que lo que los consumidores piensan de una marca, pero es incluso más que eso. De hecho, la percepción de la marca influye en gran medida en las elecciones de un consumidor en el mercado (Bassat, 2017). Las percepciones del consumidor sobre su marca, además de la marca de su competidor, pueden influir mucho en su intención de compra de una forma u otra. Además, con el mundo actual de las redes sociales, adquiere aún más importancia.

Branding interno

La teoría del branding apoya a la empresa en el sentido de que para el crecimiento de Ecuaseap S.A. la aplicación del employer branding se utiliza para presentar a la empresa como un gran lugar para trabajar, adicionalmente, para comunicarse con los empleados actuales, así como para atraer nueva fuerza laboral, generalmente pasiva.

La gestión para la retención de empleados implica acciones estratégicas para mantener a los empleados motivados y enfocados, de modo que elijan los empleados permanecer completamente productivos en beneficio de la organización. Un programa integral de retención de empleados puede desempeñar un papel vital tanto en la atracción como en la retención de

empleados clave, así como en la reducción de la rotación y los costos relacionados. Todo esto contribuye a la productividad de una organización y al desempeño comercial general. Es más eficiente retener a un empleado de calidad que contratar, capacitar y orientar a un empleado de reemplazo de la misma calidad. La equidad y la transparencia son conceptos fundamentales pero poderosos que pueden causar una impresión duradera en los empleados. Las puertas de la oportunidad son abiertas, los empleados identificaron estos cinco factores como los principales contribuyentes a la satisfacción laboral:

- Trato respetuoso de todos los empleados en todos los niveles.
- Compensación / pago.
- Confianza entre empleados y alta dirección.
- Seguridad en el empleo.
- Oportunidades para utilizar sus habilidades y habilidades en el trabajo.

La satisfacción laboral de los empleados y los factores de compromiso son ingredientes clave de los programas de retención de empleados (Castillo & Ceballos, 2020). La importancia de abordar estos factores es obvia, pero en realidad hacerlo lleva tiempo y estas tareas a menudo se dejan para otro día. Sin embargo, la recompensa de enfocarse en la retención de empleados, en términos de mayor desempeño, productividad, moral de los empleados y calidad del trabajo, además de una reducción tanto en la rotación como en los problemas relacionados con los empleados, bien vale la pena el tiempo y la inversión financiera. La conclusión es que, al gestionar la retención de empleados, las organizaciones retendrán empleados talentosos y motivados que realmente quieren ser parte de la empresa y que están enfocados en contribuir al éxito general de la organización (Cegarra, 2017).

Por lo consiguiente para el proceso de atracción y fidelización del talento los empleadores consideran varios factores durante el proceso de atracción, que incluyen, entre otros, la selección de talento de acuerdo con estándares claros que se pueden medir utilizando métodos científicos confiables, con un enfoque en la igualdad de oportunidades de empleo y desarrollo para ambos sexos. Las personas con discapacidad se volverán grandes (Rowland, 2018). Se les prestará atención para que se beneficien de sus habilidades en servicios sin fines de lucro y puedan proporcionar a los jóvenes y empleados con experiencia todos los medios para ayudarlos a alcanzar sus ambiciones prácticas). Con respecto a la fidelización de empleados talentosos y competentes, los empleadores descubrieron que los empleados no solo se esfuerzan por obtener ganancias financieras, sino que también buscan un ambiente de trabajo que ofrezca un equilibrio entre la vida laboral y la vida laboral y oportunidades para el desarrollo profesional.

Al momento de implementar un correcto branding no sólo se dará posicionamiento a la empresa Ecuaseap sino también se enfocará a la retención de talentos para garantizar que sus profesionales por encima de la media permanezcan en ella por mucho más tiempo. Con ello, es posible construir una ventaja diferencial y competitiva que la hará ver atractiva ante su actual talento humano y ante las personas que busquen una oportunidad laboral.

El branding en el proceso de atracción y fidelización del talento

Los empleadores consideran varios factores durante el proceso de atracción, que incluyen, entre otros, la selección de talento de acuerdo con estándares claros que se pueden medir utilizando métodos científicos confiables, con un enfoque en la igualdad de oportunidades de empleo y desarrollo para ambos sexos. Las personas con discapacidad se volverán grandes (Rowland, 2018). Se les prestará atención para que se beneficien de sus habilidades en servicios

sin fines de lucro y puedan proporcionar a los jóvenes y empleados con experiencia todos los medios para ayudarlos a alcanzar sus ambiciones prácticas.)

Con respecto a la fidelización de empleados talentosos y competentes, los empleadores descubrieron que los empleados no solo se esfuerzan por obtener ganancias financieras, sino que también buscan un ambiente de trabajo que ofrezca un equilibrio entre la vida laboral y la vida personal y oportunidades para el desarrollo profesional.

La planificación estratégica de recursos humanos es un elemento clave para identificar el tipo de trabajos y talentos específicos que tiene la empresa. Como resultado, los planes de contratación y el presupuesto de trabajo se desarrollan utilizando una metodología clara basada en el plan estratégico de la compañía. La experiencia y las expectativas del empleado con respecto al comienzo de su primera experiencia en la fase de atracción.

Los posibles candidatos tienen diferentes necesidades. Algunos luchan por salarios más altos y un mejor desempeño, otros por un desempeño personal y profesional sobresaliente, y otros por planes de trabajo flexibles. Por lo tanto, los departamentos de recursos humanos de las empresas deben conocer las necesidades de los solicitantes y aplicar el mecanismo de selección y reclutamiento en consecuencia.

Se ha demostrado que, para crear una verdadera atmósfera de confianza en las empresas, debe prevalecer una filosofía de tolerancia a fallas, un fuerte espíritu de crítica oportuna y constructiva, el reconocimiento entre los expertos y una práctica sistemática de apoyo a las esferas.

Las nuevas tendencias en la atracción y fidelización del talento.

El reconocimiento no financiero es un método de identificación de empleados o equipos individuales para evaluar un elogio o reconocimiento particular. El tamaño, el alcance y la formalidad de los sistemas de reconocimiento no financiero varían ampliamente (Del Rio, 2017).

La parte más importante de esta definición se relaciona con el término no monetario. Es importante tener en cuenta que el concepto de reconocimiento no financiero no necesariamente significa que no tiene valor monetario, solo que todo lo que se compensa no solo debe estar en moneda de curso legal; También hay activos intangibles, emocionales, no financieros, expresados como: tarjetas de cortesía, tarjetas de regalo, beneficios pagados por adelantado por la empresa (Vasquez & Gabalan, 2015).

La crítica negativa puede matar la motivación incluso de los trabajadores más productivos. Hay un momento y un lugar para la crítica constructiva, pero se debe tener cuidado de cómo lo presenta y cómo lo comunica a los empleados (Cegarra, 2017). Las revisiones anuales suelen ser un proceso precipitado e ingenuo. Debe renovar sus informes de fin de año o reemplazarlos por una forma más directa y honesta de comunicarse. Las reuniones constantes, personales y personales son una excelente manera de darle a su talento críticas constructivas, comentarios, consejos y elogios.

Los empleados pasan un promedio de cuatro horas a la semana simplemente buscando la información correcta. Esto no solo es frustrante, también es un abuso de tu tiempo. Eliminar las barreras de información innecesarias en el lugar de trabajo es una de las nuevas tendencias que equipa a sus empleados con las herramientas, el equipo y el acceso correctos. Enlace las métricas que se imponen a los resultados comerciales para contar una historia y dar ideas proactivas a los tomadores de decisiones de la compañía para ayudarlos a hacer su trabajo de manera más efectiva y efectiva.

Para atraer y fidelizar el talento, los gerentes de contratación deben cumplir con las expectativas de contratación, reclutamiento y carrera de los trabajadores, y proporcionar los beneficios que necesitan, el equilibrio entre la vida laboral y la vida profesional (Bonales & Paola, Competitividad y comercio internacional, 2017). En general, es importante atraer y fidelizar al personal adecuado, ya que esto garantiza que el cliente se asegure de que el servicio se cumpla de manera eficiente, y que el servicio al cliente también se lleve a cabo por iniciativa propia del empleado.

METODOLOGÍA

Método

El presente artículo científico es una investigación de tipo descriptiva ya que se desea diagnosticar el actual modelo de gestión de talento humano en la empresa Ecuaseap de la ciudad de Guayaquil y para ello es necesario buscar información mucho más relevante en el lugar de los hechos para así poder analizar las situaciones dentro de su contexto natural. También será de tipo exploratoria puesto que se dará irán recolectando para conocer las posibles causas de la situación problemática y del tema de investigación en general, se pretende obtener información que va más allá de los sujetos de estudios para comprender la relación existente entre el modelo de gestión de talento humano y la productividad del personal.

Enfoque

La investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo. Es cualitativo porque utiliza técnicas de recolección de información como entrevista, las cuales describen en detalle la problemática de la investigación, que es precisamente la falta de retención de los actuales trabajadores de la empresa Ecuaseap S.A., por otro lado, es de tipo cuantitativo porque se utilizó

una encuesta, la cual es un instrumento que permite en detalle presentar perspectivas de los trabajadores con respecto a su situación de los mismos en la empresa objeto de estudio.

Diseño

El presente estudio tiene un diseño no experimental, puesto que, no se manipularán deliberadamente las variables presentes en el tema de investigación, es decir, se analizará la situación actual de la empresa Ecuaseap en un contexto natural. Es el tipo de investigación que no implica la manipulación de control o variable independiente, siendo así, en este trabajo se miden las variables como ocurren naturalmente sin ninguna manipulación adicional.

Alcance

El alcance de la investigación está relacionado directamente con la finalidad de conocer como es el modelo de gestión de talento humano que actualmente se lleva a cabo en la empresa para así conocer de qué manera dicha empresa podrían mejorar la gestión del talento humano y retener a sus trabajadores.

Unidad de análisis

Los datos cuantitativos incluyen información cerrada, como la encontrada para medir actitudes, comportamientos del personal de la empresa, adicionalmente de las acciones que se realizan en la empresa para retener a sus actuales clientes internos es decir los trabajadores. El análisis de este tipo de datos se lo realiza estadísticamente con las puntuaciones recopiladas en instrumentos.

Población y muestra

En el caso del presente artículo científico la población de estudio será el total de trabajadores actuales de la empresa Ecuaseap S.A. de la ciudad de Guayaquil, que actualmente cuenta con 30 trabajadores distribuidos en las distintas áreas de la compañía objeto de estudio del presente trabajo, para el cálculo del universo muestral se aplicara el muestreo por conveniencia,

el cual indica que un investigador selecciona su universo muestral de acuerdo a su beneficio, por ende se toma como muestra el total de la población de estudio.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Encuestas

La encuesta será realizada a los trabajadores de la empresa Ecuaseap S.A. quienes, a través de sus respuestas, permitirán tener una visión más clara de la situación actual de la empresa objeto de estudio en cuanto a la retención de su talento humano.

Entrevistas

En el caso de la presente investigación, la entrevista será realizada al Gerente general y al supervisor del área de talento humano de la empresa objeto de estudio Ecuaseap S.A. de la ciudad de Guayaquil.

RESULTADOS

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

Muchos trabajadores tienen problemas familiares que afectan su desempeño laboral, y factores económicos, porque algunos activos de la empresa se cancelan al mismo tiempo y los trabajadores no llegan a tiempo, lo cual también es una opinión personal. El factor más importante en la incidencia de la productividad es la seguridad, si los trabajadores no tienen estabilidad laboral, el deseo de cumplir con las expectativas del empleador puede afectar el cumplimiento de sus funciones u objetivos.

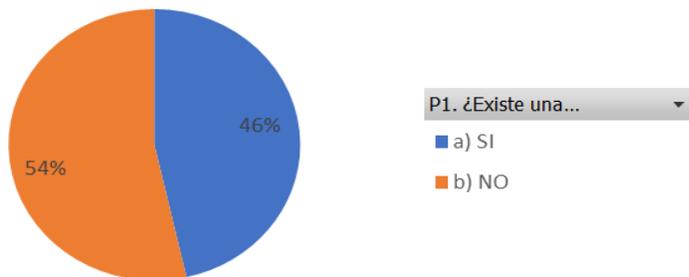
Como parte del proceso de reclutamiento actual de la empresa se escoge a toda persona que venga a postular para laborar con la empresa, se presentan a una prueba de 90 días, si en este tiempo tienen resultados positivos se quedarán, sin embargo, mucha de la gente que se prueba es

joven y sin experiencia ellos normalmente no pasan la prueba, por ende, la gerencia opta por tomar la decisión de rotar el personal.

Por otra parte, la empresa objeto de estudio, Ecuaseap S.A., según los resultados de la encuesta, se pudo conocer que no cancelan puntualmente los sueldos a sus trabajadores, adicionalmente, aquellos que tienen más tiempo de antigüedad como trabajadores de la empresa se les debe incluso decimos y utilidades.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

1. ¿Existe una adecuada comunicación entre el personal que labora en el área de ventas de la empresa Ecuaseap S.A.?

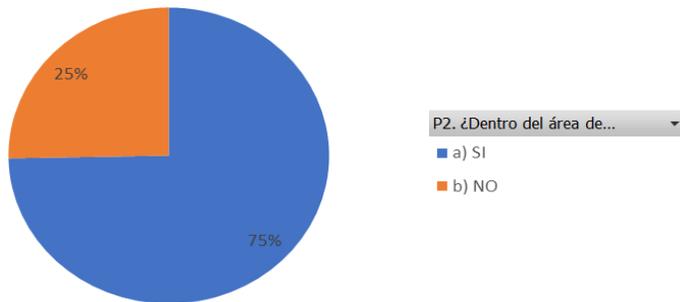


Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Solange Barrezueta

Los datos de esta pregunta muestran que el 54% de los trabajadores indican que, no existe una adecuada comunicación entre el personal que labora en el área de ventas de la empresa, el 46% se mostró contrario a la mayoría.

2. ¿Dentro empresa Ecuaseap S.A. percibe usted una constante rotación del personal?

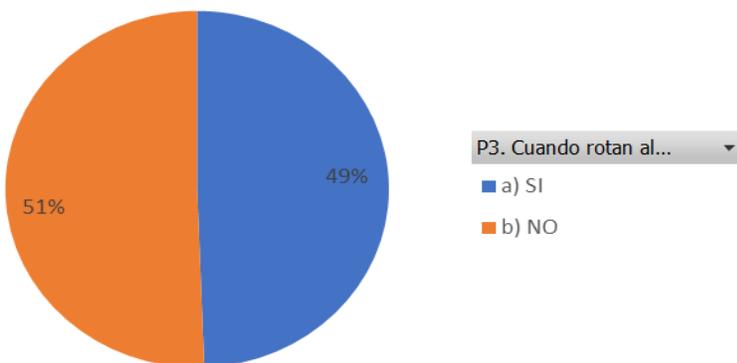


Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

Los datos de esta pregunta muestran que el 75% de los trabajadores indican que, si existe una alta rotación de personal en el área de ventas de la empresa, el 25% se mostró contrario a la mayoría.

3. Cuando rotan empresa Ecuaseap S.A., ¿Nota usted que se presentan situaciones de conflicto?

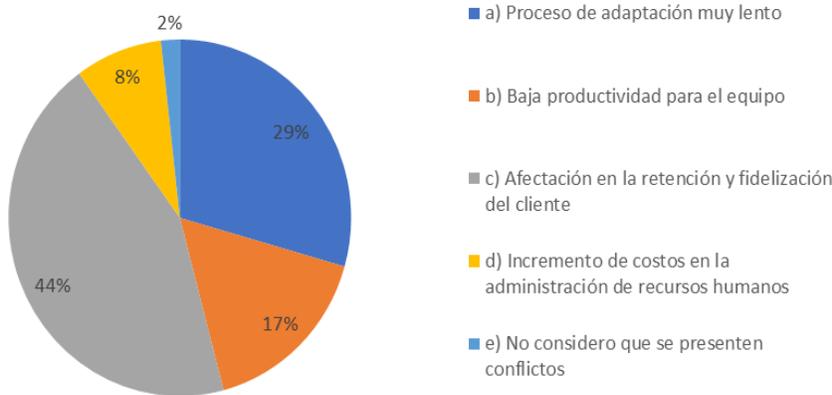


Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

Los datos de esta pregunta muestran que el 51% de los trabajadores indican que no se presentan situaciones de conflicto por rotación del personal, el 49% restante se mostró contrario a la mayoría.

4. ¿Qué conflictos considera usted que se presentan con la rotación del personal?

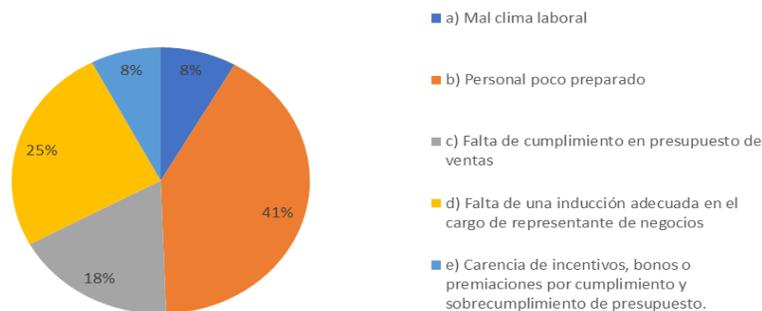


Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

Los datos de esta pregunta muestran que el 44% de los trabajadores indican que el principal conflicto por alta rotación se genera en la afectación en la retención y fidelización del cliente, el 49% restante se mostró contrario a la mayoría, el 29% considero el proceso de adaptación muy lento.

5. ¿Cuáles son las causas que considera usted que intervienen en la alta rotación?

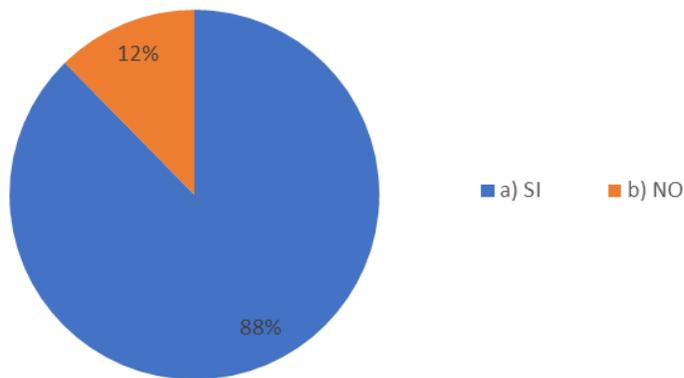


Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

Los datos de esta pregunta muestran que el 41% de los trabajadores creen que la principal causa por alta rotación es un personal poco preparado, el 25% optó que la falta de una inducción adecuada en el cargo de representante de negocios es la principal causa, el 18% considero la falta de cumplimiento en presupuesto de ventas.

6. ¿Considera que la rotación del personal afecta la sinergia y trabajo en equipo con las otras áreas de la empresa Ecuaseap S.A.?

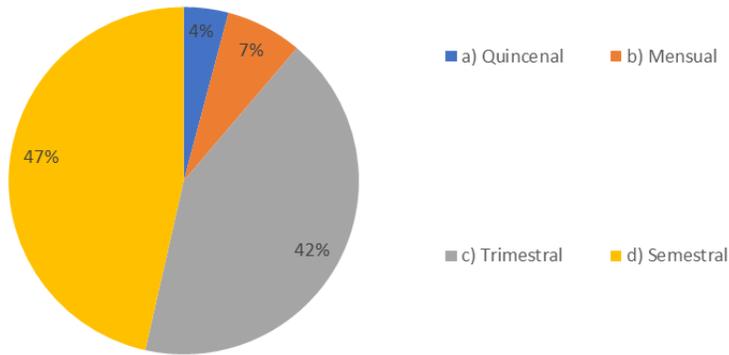


Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

Los datos de esta pregunta muestran que el 88% de los trabajadores considera que la rotación del personal si afecta la sinergia y trabajo en equipo con las otras áreas de la compañía, el 12% restante se mostró contrario a la mayoría.

7. ¿Con que frecuencia se realizan las evaluaciones respectivas acerca de la productividad de los trabajadores en la empresa Ecuaseap S.A.?

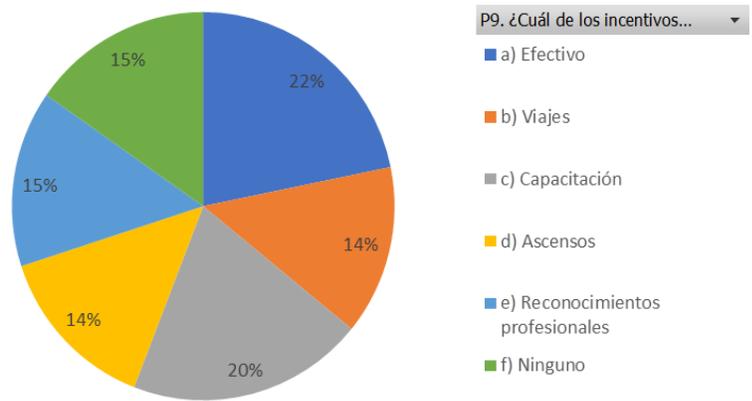


Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

El 42% de los trabajadores mencionaron que se realizan las evaluaciones respectivas acerca de la productividad de los trabajadores de manera trimestral, el 47% indicó que se lo hacía de manera semestral, tan solo el 7% indicó que se realizaba de forma manual.

8. ¿Cuál de los incentivos recibe usted por el trabajo que realiza en la empresa Ecuaseap S.A.?

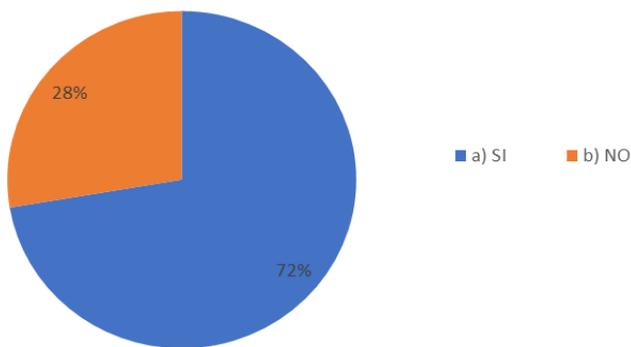


Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

El 22% de los trabajadores mencionaron que reciben como incentivo dinero en efectivo adicional a su sueldo, el 20% indicó que recibía las capacitaciones, el 30% de trabajadores dividido en 15% cada uno menciono que recibían reconocimientos profesionales y otros indicaron no recibir ningún incentivo.

9. ¿Está de acuerdo con las funciones que actualmente le exige su cargo actual dentro de la empresa Ecuaseap S.A.?

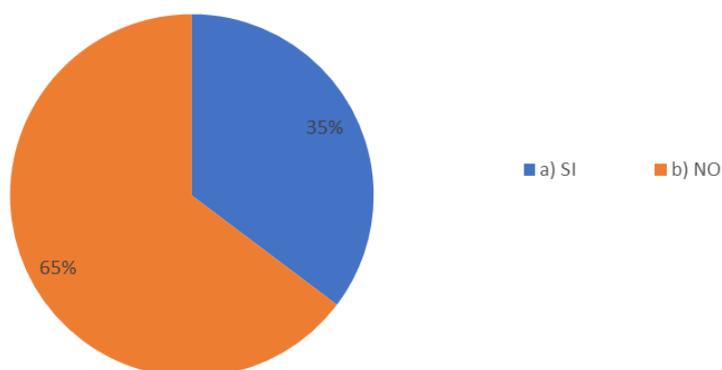


Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

Los datos de esta pregunta muestran que el 72% de los trabajadores manifiesta sentirse conforme con las funciones que cumple actualmente en la compañía, el 28% restante se mostró contrario a la mayoría.

10. ¿Ha cumplido con todas sus actividades laborales y sus funciones a cabalidad en la empresa Ecuaseap S.A.?

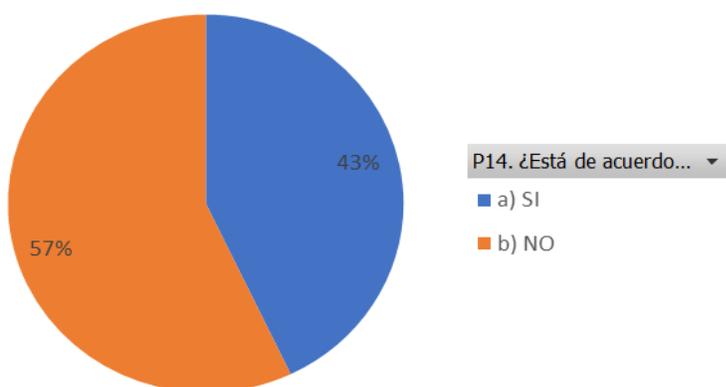


Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

Los datos de esta pregunta muestran que el 45% de los trabajadores manifiesta que cumple actualmente con las metas mínimas impuestas en la compañía, el 65%, es decir la gran mayoría, se mostró contrario a la mayoría.

11. ¿Está de acuerdo con el porcentaje actual que recibe por concepto de comisiones?



Elaborado por: Solange Barrezueta

Fuente: Investigación de campo

Los datos de esta pregunta muestran que el 57% de los trabajadores manifiesta no estar de acuerdo con el porcentaje de comisiones actuales que se manejan en la empresa, el 43% se mostró contrario a la mayoría.

PROPUESTA

La propuesta tiene como objetivo solucionar las diferentes carencias de la empresa en la selección y gestión del talento, y al cubrir distintas necesidades, se puede desarrollar en el plazo de un año, por tanto, cada actividad considera planes de incentivos, como los que se detallan a continuación.

- Los responsables de impartir talleres, cursos o conferencias deben estar capacitados en el campo de trabajo.
- El tiempo para el desarrollo de estas actividades debe organizarse de acuerdo con las necesidades de los empleados y formadores.
- Se debe dar prioridad a la infraestructura adecuada para llevar a cabo estas actividades.
- Establecer un grupo de trabajo para cumplir con el cronograma de implementación.
- Al otorgar premios, recompensas, reconocimientos u otros aspectos, se debe evaluar el desempeño laboral de cada persona que constituye los talentos de la empresa y se debe autorizar por la gerencia.

Otra implementación que es beneficiosa para los empleados y la empresa es brindarles incentivos que los motiven a desempeñarse mejor en las tareas asignadas. A continuación, se mencionarán algunos incentivos que se pueden implementar.

- Los empleados pueden elegir vacaciones y vacaciones: esta medida es muy beneficiosa, principalmente para las personas con niños, porque pueden elegir vacaciones en función de sus hijos, para que tengan más tiempo para acompañarlos.

- Reconocimiento de logros: Es bueno que los empleados sean reconocidos por sus logros, porque los anima a mejorar en su próximo trabajo. Esto significa mucho para los trabajadores.
- Establecer un buen clima laboral: Se debe establecer un clima de colaboración y confianza en la empresa porque fomenta la relajación y cuida el clima laboral. Es muy importante ser amable con todos. En el caso de culpar a los errores, debe hacerse en privado y los logros siempre deben ser reconocidos en público.

CONCLUSIONES

Se concluye que existe una inadecuada selección de personal existe una inadecuada practica en la gestión de recursos humanos por la ausencia de un proceso técnico en la integración de los nuevos candidatos que permitan elegir mejor al personal en esta área de la empresa Ecuaseap S.A.

Se concluye que el área comercial de la compañía Ecuaseap S.A. está dividida en varias formas diferentes de retención de sus trabajadores, sin embargo, no son efectivas, puesto que, no existen estrategias de branding, ante esta situación se crean los diversos inconvenientes existentes en el objeto de estudio.

Es factible que Ecuaseap S.A. desarrolle un plan de incentivos porque su aplicación establece parámetros para su ejecución, permite una adecuada gestión, es fácil de entender y lograr su objetivo de mejorar el desempeño y la eficiencia de los empleados de la empresa.

ANEXOS

Cuestionario de entrevistas

Entrevista al gerente general

1. ¿Cuáles son los objetivos de la empresa Ecuaseap S.A.?

El objetivo de la empresa es brindar un producto de calidad para la exportación del camarón a mercados internacionales, comprometidos con el cumplimiento de sus requisitos, normas legales y reglamentarias

2. ¿Las actividades que actualmente se realizan en la empresa están enfocadas a los objetivos de la misma?

En efecto toda actividad que se realiza en la empresa se la hace pensando en el cumplimiento de las metas corporativas.

3. ¿La empresa cuenta con personal de experiencia en el área de ventas dentro de lo que es la industria?

Si se contrata de preferencia trabajadores con experiencia en el sector de los alimentos procesados, por ende, se maneja diferentes perfiles y candidatos que se busca reclutar al talento humano de Ecuaseap S.A.

4. ¿Considera que el trabajo en equipo es importante para el cumplimiento de los objetivos empresariales?

Para toda empresa es importante gestionar de manera eficiente a sus trabajadores, para Ecuaseap S.A. el fomentar el trabajo en equipo ha servido de mucho para el cumplimiento de sus objetivos, además ha ayudado a que se integren todos los trabajadores.

5. ¿Qué factores cree usted que pueden afectar dentro de la productividad de un trabajador?

Hay una diversidad de factores, estos pueden ser personales, hasta propios de las funciones laborales que deben cumplir, la acumulación de trabajo o la ausencia de incentivos pueden ser factores que alteren la productividad del talento humano de una empresa.

6. ¿Por qué existe un alto índice de rotación de personal en la empresa Ecuaseap S.A.?

Como parte del proceso de reclutamiento actual de la empresa se escoge a toda persona que venga a postular para laborar con la empresa, se presentan a una prueba de 90 días, si en este

tiempo tienen resultados positivos se quedarán, sin embargo, mucha de la gente que se prueba es joven y sin experiencia ellos normalmente no pasan la prueba, por ende, toca rotar el personal.

7. ¿Se ha proporcionado los recursos necesarios al trabajador para la realización y cumplimiento de su trabajo?

Nos encargamos de proporcionar todos los recursos para que nuestros trabajadores puedan desempeñar de la mejor manera sus actividades.

Entrevista al supervisor del área de talento humano

1. ¿Cómo evalúa la actual performance que han tenido los trabajadores de la empresa?

Considero que los trabajadores de la empresa han realizado un trabajo aceptable, sin embargo, existe mucho por mejorar en cuanto a la productividad de los mismos.

2. ¿Usted como supervisor se ha cerciorado de proporcionarle todos los recursos necesarios al trabajador para un buen desenvolvimiento del mismo?

En efecto como supervisor, esa es una de mis funciones principales, mi deber principal es proporcionarle al trabajador todos los recursos necesarios para su correcto desempeño laboral.

3. ¿Cuáles son las principales dudas en las que recaen comúnmente los clientes de Ecuaseap S.A.?

Básicamente sobre los servicios que la empresa ofrece, todo acerca de lo que cubre el envío del producto a su destino en los mercados internacionales.

4. ¿La empresa a través de la gerencia de talento humano selecciona a los nuevos trabajadores con el visto bueno de la gerencia general?

En lo que respecta a esta interrogante, si he tenido yo la oportunidad de poder verificar el perfil de algún postulante, puesto que, es una tarea directa del departamento de talento humano.

5. ¿Qué proceso de selección usa Ecuaseap S.A. para la contratación de un nuevo talento humano?

Se realizan entrevistas, pruebas de aptitud y actitud, exámenes de conocimiento, se toma en cuenta si el postulante tiene su propia base de datos, posterior a esto se llama a los perfiles requeridos.

6. ¿Usted como supervisor establece algún requerimiento mínimo para la contratación de algún trabajador?

En lo personal yo al momento de revisar el perfil de un potencial nuevo trabajador, expongo ciertas características que el aspirante debe tener, ahora de que se haya cumplido estos requisitos no siempre se ha dado, puesto que, el que tiene la última palabra para la contratación es gerencia.

7. ¿Existe una comunicación constante entre el departamento de recursos humanos y las otras áreas de la empresa al momento del proceso de selección de personal?

No la deseada, si bien existe comunicación, no hay una correcta sinergia corporativa entre las partes.

8. ¿Existe un buen trato entre trabajadores de la empresa?

Considero que en los trabajadores existe cierta resistencia cuando un nuevo trabajador llega, sin embargo, con el tiempo lograr establecer una amena relación laboral.

Bibliografía

- Bassat, L. (2017). *El libro rojo de las marcas: cómo construir marcas de éxito*. Madrid: Grupo Editorial España. .
- Bonales, J., & Paola, G. (2017). *Competitividad y comercio internacional*. Santiago: Revista de Investigación en Ciencias de la Administración.
- Castillo, C., & Ceballos, I. (2020). *Teoría General de la gestión del talento humano* . Veracruz: Grupo de ediciones y publicaciones Xalapa S.a .
- Cegarra, J. (2017). *Gestión del conocimiento: una ventaja competitiva*. Madrid: ESIC.
- Del Rio, J. (2017). *Propuesta de un modelo teórico de branding para el posicionamiento de la marca universitaria*. Lima: Revista Espacios.
- Echeverría, M., & Quintero, J. (2016). *Imagen de marca en la percepción de la calidad del consumidor de los vehículos compactos*. Concepción: Scielo.
- Gonzalez, E., & Margarita, O. (2013). *El valor de la marca desde la perspectiva del consumidor*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5327703.pdf>
- Leyva, A. (2016). *Marketing en esencia: gestiona tu marca personal, profesional y empresarial*. Mexico}: Ediciones Granica S.A.
- Montoya, L. (2019). Percepción de una marca amor. Caso de la Universidad Nacional de Colombia. *Percepción de una marca amor. Caso de la Universidad Nacional de Colombia*. Universidad Nacional de Colombia.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2015). *Diseñando la propuesta de valor*. Deusto.
- Perez, B., Burillo, P., & Sanchez, A. (2018). *Percepción de la personalidad de marca en artículos deportivos en estudiantes universitarios españoles*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Pretel, M., Torres, B., & Sanchez, M. (2018). Relación entre marca y el consumidor en las redes sociales: estudio del vínculo afectivo de los jóvenes con dos marcas tecnológicas. *Relación entre marca y el consumidor en las redes sociales: estudio del vínculo afectivo de los jóvenes con dos marcas tecnológicas*. Revista de Comunicación.
- Revista Semana. (2020). Las empresas con los mejores beneficios para sus empleados. *Revista Semana*, 2.
- Rodríguez, L. (2014). *Estudio de cambio en la percepción del consumidor de marcas top of mind en el mercado colombiano*. Medellín: Poliantea.

- Rowland, D. (2018). *Marketing Territorial y su relación con Marca País*. paismarca.
- Salvador, K. (2018). Implementación de estrategias de Employer Branding para mejorar la atracción y retención de talento humano mediante el compromiso organizacional. *Implementación de estrategias de Employer Branding para mejorar la atracción y retención de talento humano mediante el compromiso organizacional*. UEES. Obtenido de <http://201.159.223.2/bitstream/123456789/2565/1/SALVADOR%20MONCAYO%20KAREN%20TATIANA.pdf>
- Vasquez, F., & Gabalan, J. (2015). *Información y ventaja competitiva. Coexistencia exitosa en las organizaciones de vanguardia*. Santiago: El profesional de la información.
- Veintimilla, M. (2021). *La satisfacción laboral y su incidencia en el clima laboral de los colaboradores de la Coac. Virgen del Cisne en el año 2018*. Ambato: Universidad Tecnica de Ambato.