



**República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil - UTEG**

**Trabajo de Titulación para la obtención del título de:
Licenciado/a en Gestión de Talento Humano**

**Tema:
Experiencia del Candidato: Enfoque integral para retención y
posicionamiento de la marca empleadora.**

**Autora:
Giana Gálvez Porta**

**Director de trabajo de titulación:
Docente:
Patricia Saltos Zúñiga, Ph.D.**

**Mazo 2024
Guayaquil - Ecuador**

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por proporcionarnos a capacidad física e intelectual para culminar con éxito una etapa más de nuestra vida. A todas las personas que han contribuido al desarrollo y éxito de este proyecto. Agradezco a mis mentores, por su guía experta y su apoyo continuo a lo largo de este proceso, sus múltiples consejos y retroalimentaciones han sido invaluable para el resultado final. También quiero agradecer a mis colegas y compañeros por haber hecho de esta etapa universitaria un trayecto de vivencias que no podrán olvidarse. Trabajar juntos ha sido una experiencia enriquecedora y motivadora.

Agradezco a mi familia por su constante apoyo emocional y comprensión durante este tiempo. Su aliento ha sido fundamental para mantenerme enfocada y motivada. Finalmente, agradezco a la UTEG y a todos los recursos que han estado disponibles para facilitar este proyecto. Este logro no hubiera sido posible sin el respaldo de todos ustedes. Gracias por creer en mí y ser parte de este viaje académico y profesional.

DEDICATORIA

A mis queridos padres, faros de luz y fortaleza que guían mi sendero y llenan mi corazón con su legado de amor. A mi hermana querida, mi cómplice incondicional de risas y sueños compartidos, nuestra unión es y será un gran tesoro que perdurará. A mis fieles mascotas, compañeras de alegrías y lealtad sin igual, su presencia es mi refugio constante, y a mis compañeros de vida, mi mejor amiga y mi pareja, su presencia siempre será un buen augurio para mi evolución personal y profesional.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Giana Isabela Gálvez Porta, declaro que he redactado este trabajo de manera independiente y que todas las ideas, conceptos y fuentes utilizadas están correctamente atribuidas y citadas según las normas APA en su última edición.

RESUMEN

La optimización de la experiencia del candidato emerge como un pilar crucial en el proceso de reclutamiento y retención de talento empresarial. Con un enfoque integral hacia la mejora del proceso de inducción de nuevos empleados, se busca elevar su efectividad y contribuir a la retención a largo plazo en la organización, este enfoque implica la aplicación de una metodología que fusiona elementos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión holística de la experiencia del candidato, razón por la cual, la metodología

cualitativa despliega entrevistas en profundidad y el análisis de contenido de retroalimentación, mientras que la cuantitativa se centra en datos numéricos para medir el impacto en la satisfacción y el compromiso de los empleados. Los resultados clave de este enfoque abrazan la promoción de una mayor satisfacción y compromiso entre los empleados recién llegados, al ofrecer una experiencia de inducción efectiva y acogedora que contribuye a su integración en la cultura organizacional, esperándose así, que esto influya positivamente en su permanencia a largo plazo en la empresa, al cultivar un sólido sentido de pertenencia y lealtad hacia la organización desde el inicio y considerando que tal integración no solo impulse la retención a largo plazo, sino que también, robustece el posicionamiento de la marca empleadora en el mercado laboral, beneficiando tanto a los empleados como a la organización en su conjunto, y fomentando así el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

Palabras clave: Optimización, experiencia candidato, reclutamiento, retención talento, proceso inducción, efectividad, metodología, cualitativa, cuantitativa, satisfacción, compromiso, cultura organizacional, marca empleadora

INTRODUCCIÓN

En el competitivo escenario laboral actual, la retención de talento y el posicionamiento efectivo como marca empleadora son imperativos estratégicos para las empresas. Sin embargo, la falta de un enfoque integral en la experiencia del candidato durante el proceso de reclutamiento y selección representa una problemática significativa que puede socavar estos objetivos fundamentales. Esta deficiencia conduce a una alta tasa de rotación de empleados y afecta negativamente la percepción de la empresa como un empleador atractivo, lo que a su vez repercute en su capacidad para atraer talento en el futuro.

La pregunta de investigación que surge de esta problemática es: ¿Cómo puede implementarse un enfoque integral en la experiencia del candidato durante el proceso de reclutamiento y selección para mejorar la retención de talento y fortalecer la marca empleadora de una empresa en el mercado laboral actual? Esta cuestión es esencial para comprender la importancia estratégica de la experiencia del candidato en la retención de talento y el posicionamiento de la marca empleadora.

El propósito general de esta investigación es mejorar la fase de incorporación de nuevos colaboradores con el fin de aumentar su efectividad y contribuir a la retención a largo plazo en la empresa. Para lograr este propósito, se plantean tres objetivos específicos: implementar un programa de inducción estructurado que incluya actividades de integración y capacitación personalizada para nuevos empleados, con el fin de mejorar su eficiencia y adaptación; evaluar y ajustar continuamente el proceso de inducción a través de retroalimentación de los empleados recién incorporados, identificando áreas de mejora y asegurando una experiencia de calidad desde el primer día; y desarrollar iniciativas para fortalecer la conexión y el sentido de pertenencia de los nuevos empleados, fomentando así su compromiso y contribuyendo a la retención a largo plazo en la empresa. Esta estructura del artículo garantizará un análisis exhaustivo y riguroso de la problemática planteada, permitiendo generar conclusiones significativas y aplicables para las empresas en su búsqueda por mejorar la retención de talento y fortalecer su marca empleadora.

La estructura del artículo seguirá una metodología clara y sistemática, en primer lugar, se realizará un análisis exhaustivo de la literatura existente sobre la experiencia del candidato y sus implicaciones para la retención de talento y el posicionamiento de la marca empleadora, a continuación, se diseñará un estudio empírico que combinará métodos cualitativos y cuantitativos para investigar la experiencia del candidato en una muestra representativa de empresas. Posteriormente, se presentarán los resultados de la investigación y se propondrán recomendaciones y estrategias específicas para implementar un enfoque integral en la experiencia del candidato durante el proceso de reclutamiento y selección, esta estructura garantizará un análisis exhaustivo y riguroso de la problemática planteada y permitirá generar conclusiones significativas y aplicables para las empresas en su búsqueda por mejorar la retención de talento y fortalecer su marca empleadora.

MARCO TEÓRICO

La experiencia del candidato es un aspecto fundamental en la gestión de recursos humanos y en la estrategia de posicionamiento de la marca empleadora de una organización. En un mercado laboral altamente competitivo y en constante evolución, las empresas deben enfocarse en ofrecer una experiencia positiva y significativa a los candidatos desde el primer contacto hasta su integración en la empresa. En este marco teórico, exploraremos los elementos clave de la experiencia del candidato y cómo influyen en la retención y el posicionamiento de la marca empleadora. Nos referimos a la experiencia del candidato como al conjunto de percepciones, emociones y experiencias que experimenta un individuo durante todo el proceso de reclutamiento, selección y contratación en una organización, incluyendo

desde el primer contacto con la empresa, ya sea a través de su sitio web, redes sociales o plataformas de reclutamiento, hasta el proceso de integración y adaptación al puesto de trabajo.

Cuando hablamos acerca de la atracción en la experiencia del aspirante, nos guiamos al proceso mediante el cual una empresa capta la atención e interés de los potenciales candidatos hacia sus oportunidades laborales y su marca empleadora. La atracción efectiva implica la creación de una imagen atractiva de la empresa como empleador deseable y la difusión estratégica de esta imagen en los canales adecuados. La marca empleadora representa la reputación y percepción que tienen los candidatos sobre una empresa como empleador. La construcción de una marca empleadora sólida implica comunicar de manera clara y consistente los valores, la cultura organizacional y las oportunidades que ofrece la empresa a sus empleados. Las estrategias de reclutamiento comprenden las acciones y técnicas utilizadas por la empresa para atraer candidatos cualificados. Esto puede incluir la publicación de ofertas de trabajo en sitios de empleo, la participación en ferias de empleo, la búsqueda proactiva de talento en redes sociales y la colaboración con agencias de reclutamiento. La promoción de la diversidad y la inclusión en la fuerza laboral puede aumentar la atracción de candidatos de diversos orígenes y perfiles. Las empresas que valoran y fomentan la diversidad suelen ser percibidas como más atractivas para los candidatos que buscan un ambiente inclusivo y equitativo. La experiencia del candidato desde el primer contacto con la empresa hasta el proceso de selección también influye en su atracción hacia la organización. Una experiencia del candidato positiva y personalizada puede generar un mayor interés y compromiso por parte de los candidatos.

La atracción efectiva de candidatos es fundamental para garantizar un flujo constante de talento y mantener una ventaja competitiva en el mercado laboral. Las empresas que son capaces de atraer a candidatos cualificados tienen más probabilidades de encontrar el talento adecuado para sus necesidades y de construir una fuerza laboral diversa y talentosa. En la actualidad, existen investigaciones que han demostrado que una marca empleadora sólida y una estrategia de atracción bien definida pueden reducir los costos de reclutamiento, acortar los tiempos de contratación y mejorar la calidad de los candidatos que se postulan para las vacantes. Al hablar de la interacción en la experiencia del candidato, nos referimos a la calidad y efectividad de las comunicaciones y relaciones entre la empresa y los candidatos durante el proceso de reclutamiento y selección, siendo esta, una interacción positiva y fluida puede influir en la percepción de los candidatos sobre la empresa y su disposición a considerar una oferta de empleo; por otro lado, existen diversos componentes de la Interacción como la estructura de una comunicación clara y transparente, esta puede expresarse cuando la empresa debe proporcionar información clara y transparente sobre el proceso de reclutamiento, los requisitos del puesto, los plazos y las expectativas de que la respuesta sea positiva. Las interacciones con los candidatos deben ser personalizadas y adaptadas a sus necesidades y preferencias individuales, esto puede incluir el uso de nombres en las comunicaciones, el reconocimiento de logros y habilidades específicas, y la adaptación del contenido a los intereses del candidato, al momento de proporcionar feedback constructivo a los candidatos sobre su desempeño durante el proceso de selección, podemos ayudarles a mejorar y aprender de la experiencia, el feedback debe ser específico, relevante y ofrecido de manera respetuosa y constructiva.

Una interacción efectiva con los candidatos es fundamental para mantener su compromiso y participación en el proceso de reclutamiento, las empresas que establecen relaciones positivas y de confianza con los candidatos tienen más probabilidades de atraer y retener talento de calidad, tomando en consideración que esta también puede influir en la percepción de la marca empleadora de una empresa, cuando los candidatos experimentan una comunicación clara, respetuosa y personalizada durante el proceso de reclutamiento, tienden a tener una opinión más favorable de la empresa y pueden convertirse en defensores de su marca empleadora.

La Experiencia del Candidato en la Gestión de Recursos Humanos en el ámbito de la gestión de recursos humanos, la experiencia del candidato se erige como un componente esencial para la atracción, retención y posicionamiento de la marca empleadora de una organización, dentro de un entorno laboral cada vez más competitivo y dinámico, las empresas deben procurar ofrecer una experiencia positiva y significativa a los aspirantes desde el primer contacto hasta su integración en la empresa. En este contexto, es crucial comprender los elementos fundamentales que conforman la experiencia del candidato y su impacto en la estrategia global de recursos humanos de una organización. La experiencia del candidato abarca un conjunto de percepciones, emociones y vivencias que atraviesa un individuo durante todo el proceso de reclutamiento, selección y contratación en una empresa, desde el primer acercamiento con la organización, ya sea a través de su sitio web, redes sociales o plataformas de reclutamiento, hasta su incorporación y adaptación al puesto de trabajo, cada interacción deja una impresión que moldea la percepción del candidato hacia la empresa, por otro lado, la atracción efectiva de candidatos constituye el primer paso en el proceso de experiencia del candidato, este es el proceso mediante el cual una empresa logra captar la atención e interés de los potenciales candidatos hacia sus oportunidades laborales y

su marca empleadora. En este sentido, la construcción de una marca empleadora sólida emerge como un factor determinante. Según los hallazgos de Sartain y Schumann (2016) en su obra "The Talent War" (Sarraille, M., Randle, G., Cotton, J., & Willink, J. (2020) *The Talent War: How Special Operations and Great Organizations Win on Talent*), la construcción de una marca empleadora sólida implica comunicar de manera clara y coherente los valores, la cultura organizacional y las oportunidades que ofrece la empresa a sus empleados, este enfoque estratégico permite diferenciar a la empresa como un empleador deseable y atractivo para los talentos del mercado, así mismo, las estrategias de reclutamiento juegan un papel fundamental en la atracción de candidatos cualificados. Autores como Phillips y Gully (2017) en "Strategic Staffing" (Phillips, J. M., & Gully, S. M. (2017). *Strategic Staffing*. Pearson Education.) destacan la importancia de acciones como la publicación de ofertas de trabajo en sitios especializados, la participación en ferias de empleo y la búsqueda proactiva de talento en redes sociales, por otro lado, la promoción de la diversidad y la inclusión en la fuerza laboral también se ha identificado como un factor clave en la atracción de candidatos de diversos orígenes y perfiles (Dobbin & Kalev, 2016) (Dobbin, F., & Kalev, A. (2016). *Why Diversity Programs Fail And What Works Better*. Harvard Business Review, 94, 52-60.), la experiencia del candidato desde el primer contacto con la empresa hasta el proceso de selección también influye en su atracción hacia la organización. La experiencia del candidato positiva y personalizada puede generar un mayor interés y compromiso por parte de los aspirantes, fortaleciendo así la imagen de la empresa como empleador preferente, la interacción entre la empresa y los candidatos durante el proceso de reclutamiento y selección constituye otro aspecto crucial de la experiencia del candidato, una interacción positiva y fluida puede influir significativamente en la percepción de los candidatos sobre la empresa y su disposición a considerar una oferta de empleo, en este sentido, la calidad y efectividad de las comunicaciones y relaciones entre la empresa y los candidatos desempeñan un papel determinante. Así mismo, una comunicación clara y transparente por parte de la empresa sobre el proceso de reclutamiento, los requisitos del puesto y las expectativas puede generar confianza y compromiso por parte de los candidatos, además, la personalización de las interacciones con los candidatos se revela como un factor diferenciador, esto nos lleva a identificar que la adaptación del contenido a los intereses del candidato, pueden contribuir a una experiencia más satisfactoria y enriquecedora para los aspirantes. El feedback constructivo durante el proceso de selección también emerge como un componente crucial de la interacción en la experiencia del candidato, investigaciones de Robles et al. (2018) en "The International Journal of Human Resource Management" (Garengo, P., Sardi, A. y Nudurupati, S.S. (2022). *Human resource management (HRM) in the performance measurement and management (PMM) domain: a bibliometric review*. International Journal of Productivity and Performance Management, sugieren que un feedback específico, relevante y ofrecido de manera respetuosa puede no solo mejorar el desempeño de los candidatos, sino también fortalecer su percepción positiva hacia la empresa como empleador.

En resumen, la experiencia del candidato desempeña un papel fundamental en la gestión de recursos humanos y en la estrategia de posicionamiento de la marca empleadora de una organización, desde la atracción efectiva hasta la interacción de calidad, cada etapa del proceso de reclutamiento y selección influye en la percepción y disposición de los candidatos hacia la empresa. Para avanzar en este campo, es necesario continuar explorando nuevas estrategias y enfoques que permitan mejorar la experiencia del candidato y fortalecer la posición competitiva de las empresas en el mercado laboral, ciertas investigaciones futuras podrían centrarse en la aplicación de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y el análisis de datos, para personalizar y optimizar la experiencia del candidato en diferentes etapas del proceso de reclutamiento. En última instancia, el objetivo es crear un entorno en el cual tanto los candidatos como las empresas se vean beneficiados, promoviendo una relación de colaboración y compromiso mutuo que contribuya al crecimiento y desarrollo tanto individual como organizacional.

MARCO METODOLÓGICO

En este estudio, se aplicó el método científico para investigar la experiencia del candidato durante el proceso de reclutamiento y selección en una organización específica. El alcance de la investigación se limitó a esta empresa relacionada con la, con el fin de analizar de manera detallada su proceso de contratación, se optó por un enfoque cuantitativo y cuasi experimental, con un propósito exploratorio/explicativo, para obtener una comprensión detallada de la experiencia del candidato en el contexto específico de esta organización. La población objetivo incluyó candidatos que participaron en procesos de reclutamiento y selección en esta empresa, para la selección de la muestra, se utilizó un método de muestreo aleatorio simple para garantizar la representatividad de diferentes perfiles de candidatos. Se recolectaron datos mediante encuestas estructuradas, administradas a través de plataformas en línea, como Google Forms, para facilitar la recolección y análisis de datos dentro de la organización. Los instrumentos de investigación utilizados incluyeron cuestionarios estructurados diseñados para abordar los objetivos específicos de la investigación. Estos

cuestionarios permitieron obtener información cuantitativa sobre la percepción y satisfacción del candidato durante el proceso de reclutamiento y selección dentro de la organización, además, se implementaron técnicas como entrevistas semiestructuradas y grupos focales para recopilar datos cualitativos más detallados sobre la experiencia del candidato. Estas técnicas permitieron explorar aspectos cualitativos de la experiencia del candidato, como la conexión emocional y el sentido de pertenencia dentro de la organización. Los datos cuantitativos se analizaron utilizando estadísticas descriptivas y pruebas de hipótesis, mientras que los datos cualitativos se sometieron a análisis temático. Se utilizó la triangulación de datos para validar los resultados y obtener una comprensión completa de la experiencia del candidato durante el proceso de reclutamiento y selección en esta organización específica, en resumen, este estudio utilizó un enfoque cuantitativo y cuasi experimental para investigar la experiencia del candidato durante el proceso de reclutamiento y selección en una organización específica. Se emplearon una variedad de técnicas e instrumentos de investigación para obtener una comprensión detallada y completa del fenómeno estudiado dentro del contexto organizacional.

RESULTADOS

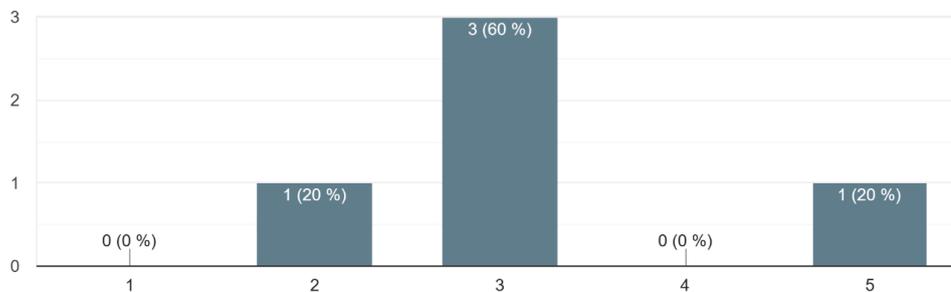
Se tomaron en consideración diversas agrupaciones de personal postulante para el cargo de “Agentes de seguridad”, mismas de las cuales se segmentaron en sesgos de cinco (05) aspirantes por agrupación para proceder con el análisis de los resultados con respecto a su experiencia dentro de un proceso de selección en una empresa de seguridad privada, evidenciando si este proceso evoca experiencias principales de las cuales se pueden determinar si crean afectaciones de forma positiva o negativa y verificar su optimización.

Dentro del desarrollo y análisis de las encuestas realizadas, no se descartó ninguna respuesta de algún aspirante, así como también, se procedió con la verificación a detalle de cada uno de los aspirantes para identificar la posibilidad de optimización dentro de su experiencia como candidato para el cargo anteriormente mencionado.

Gráficas de las respuestas a los encuestados pertenecientes al departamento de Talento Humano.

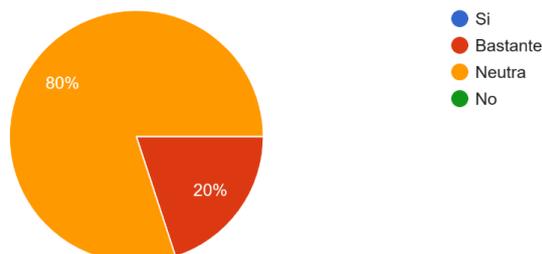
En una escala del 1 al 5, ¿Qué tan claros y eficientes consideras que son los procesos de comunicación interna dentro del departamento de TH?

5 respuestas



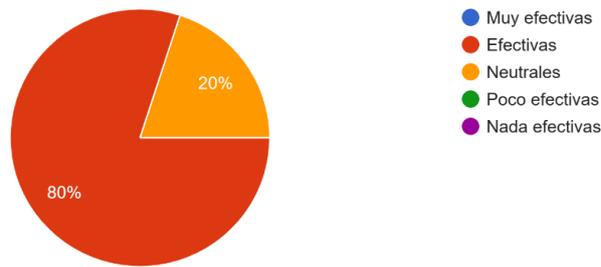
¿Consideras que las tecnologías utilizadas en el proceso de reclutamiento dentro del departamento de TH son eficientes y contribuyen a una selección más precisa de candidatos?

5 respuestas



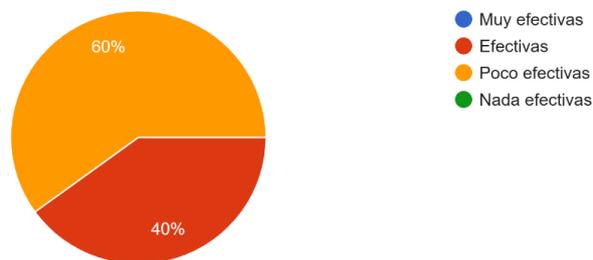
¿En qué medida consideras que las entrevistas realizadas por el departamento de TH son efectivas para evaluar las habilidades y competencias de los candidatos?

5 respuestas



¿Cómo consideras la efectividad del seguimiento que se realiza por parte del Departamento de TH después de que un colaborador se incorpora a la em...e integración, adaptación y satisfacción laboral?

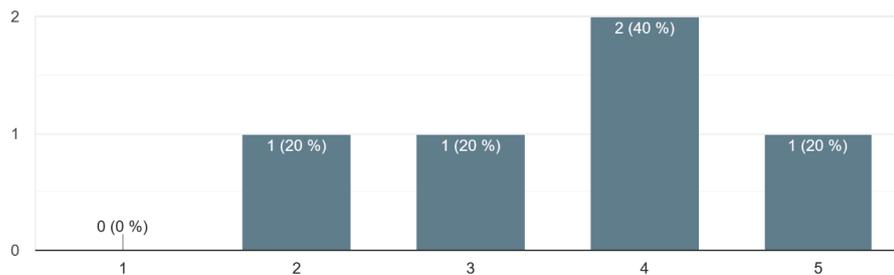
5 respuestas



Gráficas de las respuestas a los encuestados pertenecientes al departamento de Seguridad Física.

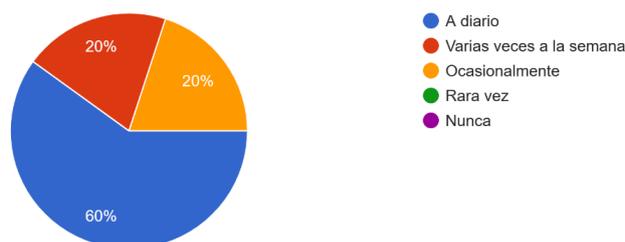
De la escala del 1 al 5, ¿Cómo calificarías la efectividad de la comunicación interna en el Dpto. de SF para resolver problemas de seguridad?

5 respuestas



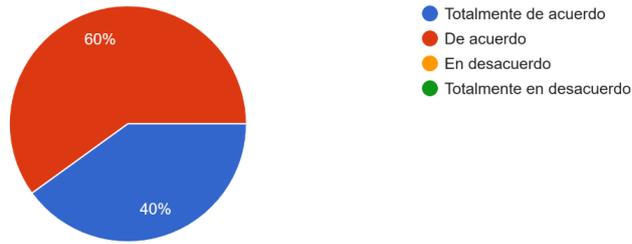
¿Con qué frecuencia utilizas tecnologías de SF en tu trabajo diario?

5 respuestas



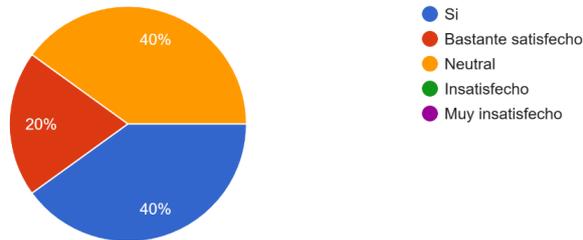
¿Te sientes preparado para manejar situaciones de alta presión y conflictivas en el ámbito de la seguridad física?

5 respuestas



¿Estás satisfecho con el seguimiento y la integración que has recibido después de unirse al equipo de SF?

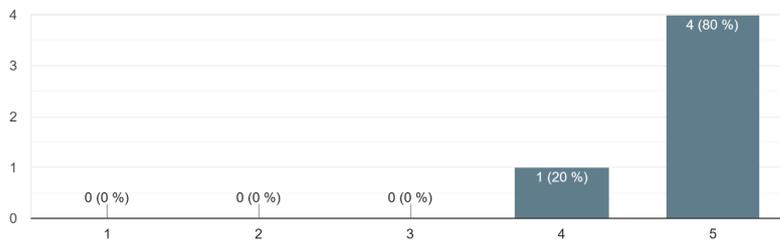
5 respuestas



Gráficas de las respuestas a los aspirantes encuestados, tomando en consideración a aspirantes con conocimiento previo acerca de la organización y los que no (recomendados/no recomendados).

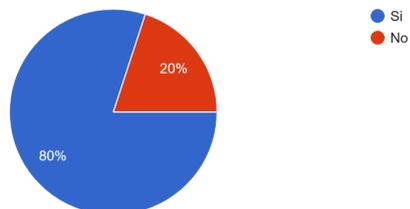
¿Cómo calificarías la claridad de la información proporcionada sobre las oportunidades laborales y los procesos de reclutamiento durante su interacción inicial con nuestra empresa?

5 respuestas



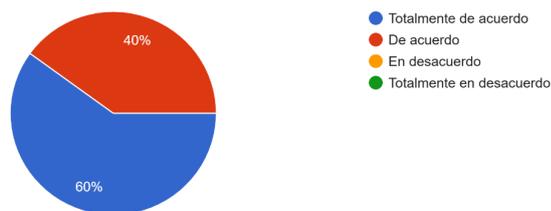
¿Consideras que la tecnología usada en el proceso de selección ha sido fácil de usar y ha contribuido a tu comprensión sobre la empresa y el puesto?

5 respuestas



¿Sientes que las preguntas realizadas durante la entrevista te dieron la oportunidad de expresar tus habilidades y experiencia de manera adecuada?

5 respuestas



CONCLUSIONES

Desde la perspectiva de las personas tomadas en consideración para responder a las entrevistas realizadas, el análisis de la experiencia del candidato revela importantes hallazgos, aunque el personal de Talento Humano expresa una alta satisfacción con las herramientas tecnológicas utilizadas en el proceso de selección, se identifica una clara necesidad de mejorar la comunicación post-reclutamiento. Esta brecha indica la importancia de un seguimiento proactivo para garantizar una experiencia positiva en general, además, se destaca que los aspirantes recomendados, con conocimientos previos sobre la empresa, muestran una mayor satisfacción en las entrevistas y en el seguimiento posterior, esto resalta la influencia positiva de la familiaridad con la organización en la experiencia del candidato; sin embargo, por otro lado, los aspirantes no recomendados, sin conocimiento previo, requieren una comunicación más efectiva y un proceso de selección más transparente para mejorar su percepción, evidenciando la necesidad de adaptar la experiencia del candidato según su nivel de familiaridad con la empresa.

En conclusión, para mejorar la experiencia del candidato, es fundamental fortalecer la comunicación post-reclutamiento y personalizar la experiencia según el conocimiento previo de los aspirantes. Si bien la coherencia en las entrevistas es un punto fuerte, el seguimiento activo es clave para la retención de talento y la garantía de una experiencia positiva en ambos por las partes que participen. La implementación de las estrategias anteriormente mencionadas, apoyarán a que se mejore la comunicación posterior al reclutamiento y se personalice el proceso de selección, mismo que permitirá a la empresa mejorar la satisfacción y retención de talento, fortaleciendo la posición dentro del giro del negocio del mercado laboral y su capacidad para atraer candidatos de alta calidad.

ANEXOS

ENCUESTAS DIRIGIDAS AL DEPARTAMENTO DE TALENTO HUMANO

1. Comunicación Clara y Eficiente:

- En una escala del 1 al 5, ¿Qué tan claros y eficientes consideras que son los procesos de comunicación interna dentro del departamento de TH?

2. Tecnología Eficiente:

- ¿Consideras que las tecnologías utilizadas en el proceso de reclutamiento dentro del departamento de TH son eficientes y contribuyen a una selección más precisa de candidatos?

3. Entrevistas Significativas:

- ¿En qué medida consideras que las entrevistas realizadas por el departamento de TH son efectivas para evaluar las habilidades y competencias de los candidatos?

4. Seguimiento Post Contratación:

- ¿Cómo consideras la efectividad del seguimiento que se realiza por parte del Departamento de TH después de que un colaborador se incorpora a la empresa en términos de integración, adaptación y satisfacción laboral?

Anexo 1: Encuestas Dirigidas Al Personal Del Dpto. De Talento Humano

ENCUESTAS DIRIGIDAS AL DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD FÍSICA

1. Comunicación Clara y Eficiente:

- De la escala del 1 al 5, ¿Cómo calificarías la efectividad de la comunicación interna en el Dpto. de SF para resolver problemas de seguridad?

2. Tecnología Eficiente:

- ¿Con qué frecuencia utilizas tecnologías de SF en tu trabajo diario?

3. Entrevistas Significativas:

- ¿Te sientes preparado para manejar situaciones de alta presión y conflictivas en el ámbito de la seguridad física?

4. Seguimiento Post Contratación:

- ¿Estás satisfecho con el seguimiento y la integración que has recibido después de unirse al equipo de SF?

Anexo 2: Encuestas Dirigidas Al Personal Del Dpto. De Seguridad Física

ENCUESTAS DIRIGIDAS A ASPIRANTES RECOMENDADOS / NO RECOMENDADOS

Preguntas para Aspirantes Recomendados:

1. Comunicación Clara y Eficiente:

- En una escala del 1 al 5, ¿Qué tan claro y eficiente encontraste la comunicación durante el proceso de selección en nuestra empresa?

2. Tecnología Eficiente:

- ¿Cuál es tu grado de satisfacción con respecto a la eficacia de las herramientas tecnológicas empleadas en el proceso de selección?

3. Entrevistas Significativas:

- Según la siguiente escala, ¿Qué tan significativas consideras que fueron las entrevistas realizadas durante el proceso de selección en términos de evaluar tus habilidades y competencias?

4. Seguimiento Post Contratación:

- ¿Cómo consideras la efectividad del seguimiento realizado por nuestra empresa después de que te incorporaste en términos de adaptación, adaptación y satisfacción laboral?

Anexo 3: Encuestas Dirigidas A Aspirantes Recomendados

ENCUESTAS DIRIGIDAS A ASPIRANTES RECOMENDADOS / NO RECOMENDADOS

Preguntas para Aspirantes No Recomendados:

1. Comunicación Clara y Eficiente:

- ¿Cómo calificarías la claridad de la información proporcionada sobre las oportunidades laborales y los procesos de reclutamiento durante su interacción inicial con nuestra empresa?

2. Tecnología Eficiente:

- ¿Consideras que la tecnología usada en el proceso de selección ha sido fácil de usar y ha contribuido a tu comprensión sobre la empresa y el puesto?

3. Entrevistas Significativas:

- ¿Sientes que las preguntas realizadas durante la entrevista te dieron la oportunidad de expresar tus habilidades y experiencia de manera adecuada?

4. Seguimiento Post Contratación:

- ¿Te gustar recibir más información sobre las oportunidades de desarrollo profesional y el ambiente laboral en nuestra empresa antes de tomar una decisión sobre unirse a nuestro equipo?

BIBLIOGRAFÍA:

- Miles, S., & McNamee, R. (2018). 7 consejos para mejorar la “Experiencia del Candidato”.
- The Impact of Candidate Experience on Employer Branding (El impacto de la experiencia del candidato en el branding del empleador) - Publicado en Journal of Applied Psychology.
- Hussey, J., & Hussey, R. (1997).** "Research Methods in Business Studies." London: Butterworth-Heinemann.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014).** "Internet, Phone, Mail, and Mixed-Mode Surveys: The Tailored Design Method." Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Creswell, J. W. (2013).** "Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches." Los Angeles, CA: Sage Publications.
- Backhaus, K., & Tikoo, S. (2004). Conceptualizing and researching employer branding. *Career Development International, 9*(5), 501-517.
- Ryan, A. M., & Tippins, N. T. (2004). “Attracting and selecting: What psychological research tells us.” *Human Resource Management, 43*(4), 305-318.
- Wright, P. M., & McMahan, G. C. (1992). Theoretical perspectives for strategic human resource management. *Journal of Management, 18*(2), 295-320.
- “The Role of Social Media in Employer Branding: An Empirical Study” (El papel de las redes sociales en el branding del empleador: Un estudio empírico) - Publicado en International Journal of Business and Management.
- “Candidate Experience: A Review and Research Agenda” (Experiencia del candidato: Una revisión y agenda de investigación) - Este artículo, publicado en Journal of Management.
- “The Role of Employer Branding in the Employee Recruitment Process” (El papel del branding del empleador en el proceso de reclutamiento de empleados) - Publicado en Personnel Review.