

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

TÍTULO:

**Estudio de la satisfacción del cliente respecto al
cumplimiento de los tiempos de respuesta del servicio de
selección de personal de la consultora Samper Head Hunting**

AUTORA:

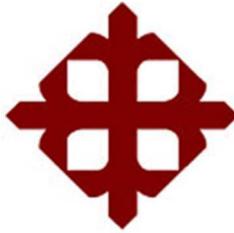
Infante Tobar , Carolina Estefanía

**Trabajo de Graduación previo a la Obtención del Título de:
LICENCIADA EN PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL**

TUTOR:

Galarza Colamarco, Alexandra Patricia

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Carolina Estefanía Infante Tobar**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciada en Psicología Organizacional**.

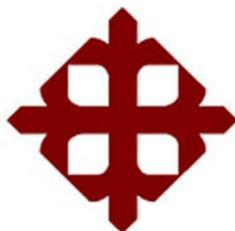
TUTORA

Alexandra Patricia Galarza Colamarco

DIRECTOR DE LA CARRERA

Alexandra Galarza

Guayaquil, a los 21 días del mes de Febrero del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Carolina Estefanía Infante Tobar**

DECLARO QUE:

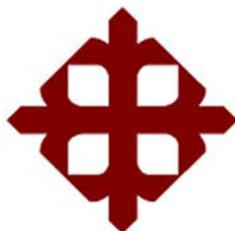
El Trabajo de Titulación **Estudio de la satisfacción del cliente respecto al cumplimiento de los tiempos de respuesta del servicio de selección de personal de la consultora Samper Head Hunting** previa a la obtención del **Título de Licenciada en Psicología Organizacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 21 días del mes de Febrero del año 2015

LA AUTORA

Carolina Estefanía Infante Tobar



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Carolina Estefanía Infante Tobar**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de la satisfacción del cliente respecto al cumplimiento de los tiempos de respuesta del servicio de selección de personal de la consultora Samper Head Hunting**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 días del mes de Febrero del año 2015

LA AUTORA

Carolina Estefanía Infante Tobar

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, me gustaría agradecerle a Dios por haberme permitido concluir mi carrera universitaria, porque hizo realidad un tan anhelado sueño, el esfuerzo y la perseverancia se evidencian en este logro.

En segundo lugar, a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil por darme la oportunidad de ser una profesional, en sus aulas tuve momentos inolvidables; a mis profesores que a lo largo de la carrera me brindaron sus conocimientos y experiencias y especialmente a mi tutora en el trabajo de titulación, la Psic. Alexandra Galarza.

De manera especial deseo agradecer a mi madre la Sra. Piedad Tobar Ruiz que es y será un pilar fundamental para mi, sin ella no hubiera logrado tantas metas en mi vida, y mi reconocimiento a quien me dio motivación día a día para conseguir este logro, mi hermana Vanessa Infante.

Por último, debo agradecer a todas las personas que a lo largo de mi formación personal y académica me brindaron su ayuda, consejos, amistad y que en los momentos más difíciles me dieron la mano, para ellos, muchas gracias y que Dios los bendiga en su caminar.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por haberme dado salud y la oportunidad de crecer profesionalmente. A mi madre que con su apoyo y motivación incondicional nunca dejó de creer en mí.

Especialmente dedico este trabajo al ser que cambió mi vida desde que estuvo en mi vientre, mi hijo, José Amir que, con su presencia me ha enseñado a desarrollar la paciencia y a conocer el verdadero significado de la palabra amor.

Por último, dedico el presente trabajo a mi familia que cada día me brinda su cariño, comprensión y apoyo en las múltiples tareas que me ha tocado asumir.

Con afecto, Carolina



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN**

CARRERA DE PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

CALIFICACIÓN

**Alexandra Patricia Galarza Colamarco
PROFESORA GUÍA Ó TUTORA**

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	3
JUSTIFICACIÓN	3
OBJETIVOS.....	4
CAPITULO I.....	5
RESEÑA HISTÓRICA DE LA CONSULTORA SAMPER HEAD HUNTING	5
UBICACIÓN.....	5
MISIÓN	5
VISIÓN.....	6
VALORES CORPORATIVOS.....	6
SERVICIOS	6
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	8
CAPITULO II	9
MARCO TEORICO	9
LA SELECCIÓN DE PERSONAL.....	9
DEFINICIÓN DE SELECCIÓN.....	9
FINALIDAD DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL	10
IMPORTANCIA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL	10
LA METODOLOGÍA TRADICIONAL EN EL PROCESO DE SELECCIÓN.....	11
LA METODOLOGÍA HEAD HUNTING EN EL PROCESO DE SELECCIÓN.....	12
METODOLOGÍA DEL HEAD HUNTING	13
DEFINICIÓN DE HEAD HUNTING.....	13
CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN UN BUEN HEAD HUNTER	14
CONSULTORÍA.....	15
DEFINICIÓN DE CONSULTORÍA.....	15
ROL DEL CONSULTOR.....	15
EL CONSULTOR DEL SIGLO XXI.....	17
DEFINICIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE.....	18
FASES DEL SERVICIO.....	18
TIPOS DE SERVICIO	19
CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE.....	21
DEFINICIÓN DE CLIENTE	21
CLASIFICACIÓN DE LOS CLIENTES.....	22

ESTANDARIZACIÓN Y TIEMPOS DE RESPUESTA.....	23
DEFINICIÓN DE ESTANDARIZACIÓN	23
PASOS PARA ESTANDARIZAR	24
BENEFICIOS DE LA ESTANDARIZACIÓN	24
DEFINICIÓN DE TIEMPOS DE RESPUESTA	25
CAPITULO III.....	26
METODOLOGÍA.....	26
ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	26
TIPO DE LA INVESTIGACIÓN	26
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	26
FUENTES DE INVESTIGACIÓN.....	26
TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	27
MUESTRA.....	27
VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	28
ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	28
ANÁLISIS CUANTITATIVO	28
ENCUESTA A CLIENTES	29
ANÁLISIS CUALITATIVO	53
PROPUESTA DE UN DISEÑO DE ESTANDARIZACIÓN.....	55
CONCLUSIONES	60
BIBLIOGRAFÍA	62
ANEXOS.....	63
ANEXO 1 (ENCUESTA A CLIENTES).....	65
ANEXO 2 (ENCUESTA A CONSULTORES)	86
ANEXO 3 (ENTREVISTA A JEFA DE SELECCIÓN).....	107
ANEXO 4 (FORMATO DE ESTANDARIZACIÓN).....	110

RESUMEN

El presente trabajo de titulación consistió en un proyecto de investigación que analizó la satisfacción del cliente respecto al cumplimiento de los tiempos de respuesta del servicio de selección que brinda la consultora Samper Head Hunting respecto, a través de un trabajo de campo, en el que se utilizaron encuestas y entrevistas. Se partió de la existencia de quejas por parte de los clientes porque en algunas etapas del proceso, la consultora presentaba retrasos en los tiempos de respuesta.

El proyecto de investigación estuvo enmarcado en el tipo de investigación descriptivo, con enfoque mixto, a través del análisis cuantitativo y cualitativo de los datos recolectados. Se utilizaron fuentes de investigación primarias y secundarias que nos permitieron recolectar información para construir el marco teórico y para realizar el análisis de los datos. Se aplicaron dos técnicas a las muestras seleccionadas: las encuestas se aplicaron a 10 clientes y a 10 consultores. Por su lado, la entrevista se realizó a la Jefa de Selección de operaciones de la consultora.

La muestra utilizada fue no probabilística; en lo que respecta a los clientes, el muestreo fue intencional o por conveniencia por el acceso que se tenía; para los consultores, se tomó en consideración a toda la población. Las variables utilizadas en el presente trabajo fueron tres: servicio al cliente, tiempos de respuesta y proceso de selección.

A partir de lo investigado, los resultados nos permitieron concluir que la satisfacción del cliente está muy relacionada con el cumplimiento del cronograma establecido al inicio del proceso, el plazo que se acuerda entre la consultora y el cliente desde que inicia el proceso hasta que termina con el candidato adecuado, es importante para ambos. Situación que puso de manifiesto la necesidad de lograr que se establezca la estandarización del proceso entre todos los consultores.

Palabras Claves: selección de personal, head hunting, estandarización, tiempos de respuesta, satisfacción de los clientes.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo empresarial depende de muchos factores, un aspecto clave es el que está relacionado con las empresas especializadas en consultoría. Ellas brindan el apoyo necesario a las empresas en varias actividades. Por lo general, se encargan de servicios relacionados con la gestión del talento humano, para ello suelen contar con una gama de metodologías.

En el caso particular del presente proyecto de investigación, el proceso que está en consideración es el de selección de personal. El objeto de estudio es la Consultora Samper Head Hunting con su metodología head hunting para seleccionar personal.

Esta metodología necesita de consultores experimentados, puesto que, cuenta con diversas etapas. Se inicia con la venta del servicio por parte de un asesor comercial y culmina con la presentación de la terna finalista, por parte de un Consultor Senior.

Las consultoras, buscan que su servicio sea de calidad para que cumpla con las expectativas de sus clientes y así lograr la satisfacción y la fidelización de los mismos. Cuando hablamos de satisfacción, debemos considerar que los clientes además de perseguir calidad, están interesados en obtener una respuestas rápida, especialmente cuando se trata de cubrir una vacante.

Este proyecto se enfoca en analizar cómo se logra satisfacer a los clientes respecto al servicio de selección de personal en la consultora Samper Head Hunting. Para lo cual, se va a estudiar la metodología head hunting y sus diferencias con la selección de personal tradicional.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

A través de la observación del servicio de selección que brinda la consultora Samper Head Hunting se detectó que algunos clientes no se sentían satisfechos con la metodología del hunting utilizada en el proceso de selección de personal.

El proceso antes mencionado se debe de cumplir en cuatro semanas, que es el tiempo establecido por la consultora, una semana para cada paso. Existen quejas de los clientes porque en algunas etapas del proceso la consultora presenta retrasos en los tiempos de respuesta. Los consultores no cumplen con el cronograma establecido inicialmente y los clientes quedan insatisfechos con el servicio. Esta situación ha ocasionado en ocasiones la disminución del número de clientes que solicitan el servicio de consultoría.

Este retraso, no solo es responsabilidad del consultor, también el cliente suele modificar el cronograma. Los clientes realizan la descripción del cargo junto con el consultor y una vez iniciado el proceso, ellos se dan cuenta que el cargo tiene otras responsabilidades, esto obliga al consultor a replantear las características del cargo. Dependiendo en qué etapa del proceso se encuentre, el consultor, tiene que volver al punto de partida, por esta razón se presenta un desfase en el tiempo acordado inicialmente.

En otras ocasiones, los candidatos que se encuentran participando en procesos de selección con diferentes consultoras, suelen retirarse porque optan por una mejor oferta laboral. También, hay otros aspectos que retrasan el cumplimiento de los tiempos establecidos, es la formación académica y la experiencia del consultor que se pone en juego al momento de seleccionar ciertos cargos, debido a que unos cargos son más complejos que otros.

La planeación de la estrategia con la que se va a trabajar y la ejecución de la misma es un punto clave para determinar si existe o no un

retraso en alguna etapa del proceso. Situación que puede ocasionar la descoordinación total o parcial de la finalización exitosa del trabajo.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes, respecto al servicio de selección de personal de la Consultora Samper Head Hunting?

¿De qué manera los tiempos de respuestas del proceso de selección logran ser cumplidos por los consultores?

¿Cómo es posible lograr que el cronograma establecido con el cliente se cumpla satisfactoriamente?

JUSTIFICACIÓN

Las organizaciones buscan soporte en las consultoras para optimizar tiempo y dinero, esta afirmación es importante porque nos permite entender que las organizaciones pagan por un servicio de calidad que en ocasiones no cumple las expectativas. Esta situación generó la necesidad de realizar un estudio sobre los tiempos de respuestas de una de las consultoras más reconocidas como es Samper Head Hunting, para conocer el servicio que brinda a sus clientes cuando solicitan la selección de un nuevo personal.

Por esta razón, se necesita analizar el proceso de selección de personal con la metodología del head hunting, conocer las diferentes etapas del proceso y el tiempo que estas actividades toman en un situación estándar. El resultado nos permitirá conocer la opinión de los clientes respecto al servicio y la posibilidad de fidelización de estos con la consultora.

La Carrera de Psicología Organizacional en sus líneas de investigación establece la importancia que tiene desarrollar la actividad productiva para que se mejore la calidad de vida de las personas, en este caso de los trabajadores. El presente tema permite entender que el

desarrollo no solo depende del manejo adecuado de los negocios, sino que también requiere de contar con empresas especializadas que apoyen a otras en sus requerimientos.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Analizar el proceso de selección de personal a través de un trabajo de campo, con el fin de establecer la satisfacción del cliente respecto al cumplimiento del tiempo de respuesta del servicio de Head Hunting brindado por la consultora Samper head Hunting.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Determinar el grado de satisfacción de los clientes, respecto al servicio de selección de personal, a través de encuestas.

Establecer el cumplimiento de los tiempos respuestas del proceso de selección, a través de encuestas al personal encargado.

Diseñar la estandarización del proceso de selección realizado por los consultores de la empresa Samper Head Hunting, a través de encuestas.

CAPITULO I

Reseña Histórica de la Consultora Samper Head Hunting

Samper Head Hunting es una empresa de consultoría que evalúa y recluta personas, a las cuales denomina líderes de negocios porque tienen una trayectoria profesional importante y destacada en el medio en el que se desenvuelven. En el Ecuador, inicia sus actividades en el año 2002 convirtiéndose en pocos años en una empresa líder en la búsqueda de talento humano, brindando soluciones empresariales para clientes exigentes.

Han atendido de forma regular a los requerimientos de búsqueda y evaluación de ejecutivos en empresas dentro de más de 56 sectores de la economía nacional. La demanda de los clientes ha permitido realizar búsquedas internacionales, ubicando ejecutivos fuera de su país de origen, alrededor de todo el mundo.

A partir de 2007 buscó expandir sus servicios, abriendo sucursales en varios países de Latinoamérica, logrando entrar a un mundo y dinámico y globalizado. Desde estas oficinas se atiende los requerimientos de búsqueda de talentos y selección de los mismos, obteniendo reconocimiento por su labor de consultoría.

Ubicación

Está localizada en la Av. Juan Tanga Marengo y Joaquín de Orrantía, edificio Professional Center of. 407. Con su matriz en Quito, en la Av. La Coruña N27-36 y Av. Orellana Ed. La Moraleja Business Center P.9.

Misión

Según la página oficial de la consultora Samper Head Hunting, se tiene como misión ser una compañía dedicada a brindar soluciones de Gestión del Talento Humano atendiendo las necesidades de los actuales y potenciales clientes a través de la asesoría en los subsistemas de recursos humanos con el objetivo de integrar, organizar y retener líderes de negocios con trayectorias sobresalientes que crearán ventajas competitivas y

resultados palpables para las organizaciones.

Visión

Con respecto a la visión, la consultora dese convertirse en la empresa líder de Latinoamérica en la práctica profesional de Consultoría en Gestión del Talento Humano, con el objetivo de satisfacer las necesidades de un mercado globalizado.

Valores Corporativos

Para Samper Head Hunting existen valores comparativos que identifican sus acciones y a sus trabajadores, estos son:

Honestidad: Sostener y cumplir los compromisos adquiridos.

Ética Profesional: Mantener normas y procedimientos que buscan evitar conflictos de intereses relacionados con la confidencialidad de los procesos, la obtención de información, garantía y protección a los clientes y candidatos.

Servicio al Cliente: Buscan conocer y satisfacer las demandas de nuestros clientes, esforzándonos por superar sus expectativas

Servicios

La Consultora brinda "varios servicios a nivel nacional e internacional" (SHH, nuestros productos) entre estos están:

Orientación Profesional: La Orientación Profesional es una práctica, científica, completa, y permanente, destinada a conseguir que cada sujeto se dedique con libertad, pero con conocimiento, al tipo de trabajo profesional para el cual está dotado y pueda conseguir mayor provecho,

así como la mayor satisfacción para sí mismo, obteniendo el máximo éxito en el ambiente social.

Análisis y Valoración de cargos: Es el proceso para determinar y ponderar los elementos y las tareas que integran un puesto dado. Evalúa la complejidad del cargo, parte por parte y permite conocer con algún grado de certeza las características que una persona debe cumplir para desarrollarlo normalmente.

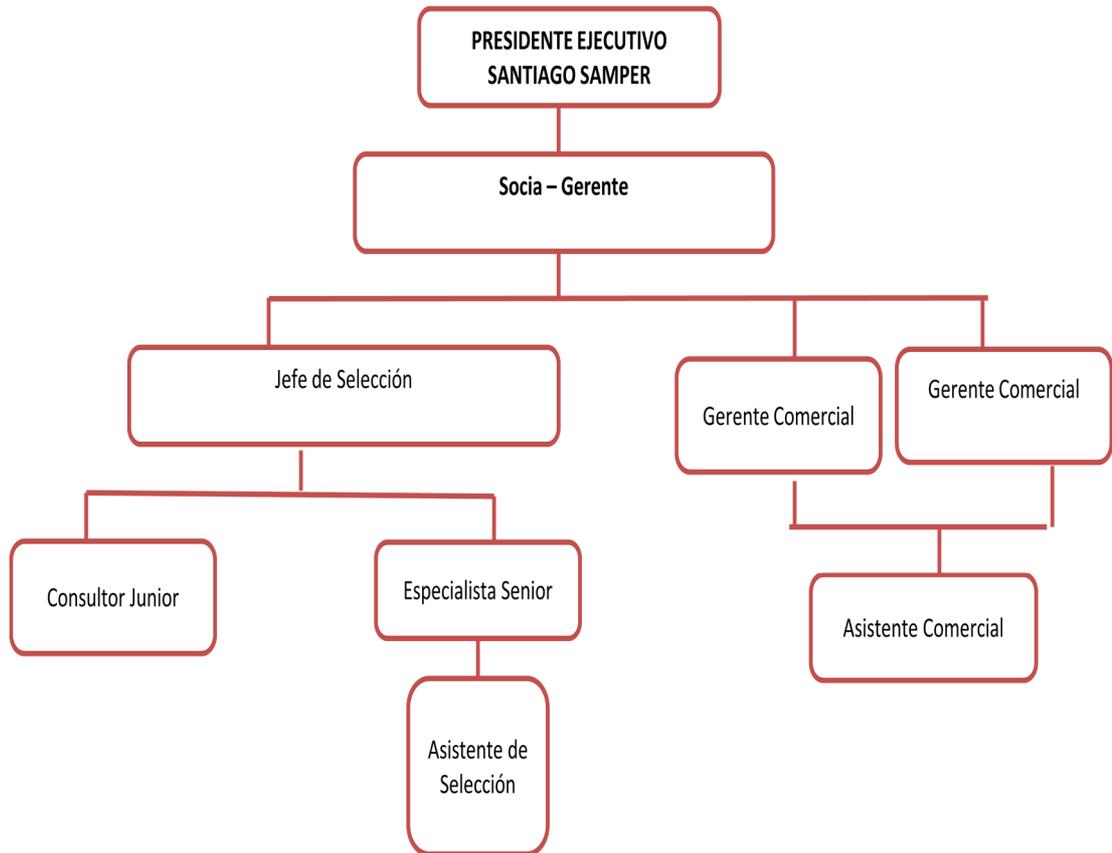
Assessment Center: Es una evaluación estandarizada del comportamiento, basada en múltiples estímulos e inputs. Varios observadores, consultores y técnicos, especialmente entrenados, participan de esta evaluación y son los encargados de efectuar la observación y de registrar los comportamientos de los participantes. Los juicios que formulan los observadores/consultores los realizan principalmente a partir de actividades de simulación desarrolladas para ese fin.

Evaluación del Talento Humano: Comprende pruebas psicotécnicas y/o psicométricas, entrevistas.

Clima Laboral: Identificación, a partir de una encuesta en línea, la cultura empresarial, sus necesidades y desarrollamos una solución en caso de problemas o plan de mejoras. Sensibilizamos al talento humano para la correcta utilización de las herramientas y brindamos acompañamiento en los planes de mejora propuestos, con el fin de emitir un mensaje claro a los colaboradores.

Head Hunting: Es una metodología de selección, el servicio comprende búsqueda exhaustiva, informes, selección de candidatos, contratación y garantía.

Estructura Organizativa



CAPITULO II

MARCO TEORICO

La Selección de personal

La selección de personal es un proceso que forma parte del Subsistema de Provisión de recursos humanos. La selección de personal se encarga de escoger al personal nuevo que va a formar parte de la organización. Está compuesta por varias etapas y actividades, esto exige al seleccionador contar con el adecuado conocimiento y la suficiente experiencia.

Definición de selección

La selección como proceso de la gestión del talento humano, permite escoger, entre varios postulantes, al candidato que reúne la mayoría de las características que exige un puesto que se encuentra vacante dentro de una organización o que ha sido creado para cubrir una necesidad dentro de ella. Estos candidatos que provienen del mercado laboral, configuran las personas que se encuentran activas, realizando una actividad o aquellas que están en disposición de empezar a trabajar.

Cuando hablamos de selección de personal nos referimos a "la escogencia del individuo adecuado para el cargo adecuado" (Chiavenato, 2000, pág. 547) . Se selecciona a los aspirantes que cumplan con la mayoría de los requisitos para cubrir un puesto de trabajo en una organización, por una parte se brinda la capacitación adecuada al colaborador para mejorar el desempeño y de la misma forma mantener el negocio.

El proceso de selección de personal para su correcto adiestramiento se debe "establecer los principios, normas y

procedimientos a que deben someterse los aspirantes a vincularse a un empleo" (Leal, 2005 , pág. 14)

La selección de personal es un proceso que incluye una serie de etapas, empezando desde recolección de información de los candidatos aspirantes a un puesto de trabajo hasta la selección de la persona que más se asemeje a las a características del perfil.

La selección aparece a partir de la demanda generada en un área de la organización, para cubrir una falta de conocimiento o habilidad que solo es poseída por el talento humano y que debe ser localizada en el mercado de recursos humanos actual.

Finalidad de la selección de personal

La selección de personal tiene como finalidad descubrir entre el sin número de candidatos que están interesados en un proceso, al candidato que reúne la mayor cantidad de características establecidas en un perfil. El nuevo colaborador, va a desempeñar una serie de actividades y funciones que la empresa requiere para cumplir sus objetivos.

El candidato será escogido por obtener las mejores calificaciones en las pruebas aplicadas y por su desenvolvimiento en las entrevistas que se le aplicaron por parte del consultor. Este proceso culmina cuando el nuevo colaborador adquiere la experiencia y recibe la capacitación adecuada para desarrollarse en la organización.

Importancia de la selección de personal

El proceso de selección es importante porque genera en las personas la necesidad de dedicar tiempo a la preparación profesional para convertirse en un candidato idóneo, llegando a estar en

posibilidades de entrar a la competencia por un cargo.

Por otra parte, la selección de personal cubre las necesidades respecto a un puesto que son requeridas por una organización en un momento determinado, permitiendo poner en juego el prestigio que tiene la organización en el mercado laboral y convertirse en una opción adecuada para los candidatos que participan en los procesos.

La metodología tradicional en el proceso de selección

La selección es un proceso que ha sufrido varias transformaciones a lo largo de los años. Desde la metodología tradicional, la selección se dirige al resultado, apoyado con el procedimiento adecuados. Con la aparición de la medición, escoger al candidato se convirtió en buscar al candidato que obtiene en sus evaluaciones los resultados que la organización requiere. Actualmente estamos en una etapa de selección donde no solo entran en juego los aspectos evaluativos y procedimentales sino también aquellos que se refieren a la negociación y que buscan el desarrollo profesional del candidato.

El proceso de selección tradicional se inicia con la localización de los postulantes, se pueden utilizar varias formas de reclutamiento para obtener hojas de vida. El primer acercamiento al postulante puede coordinarse a través de una entrevista preliminar en la que se indica la necesidad de llenar una solicitud de empleo que contiene información personal y profesional. Con la verificación de esta información se puede continuar a una nueva etapa del proceso.

La siguiente etapa es la obtención de referencias laborales que nos indican con veracidad donde ha laborado el colaborador anteriormente y los cargos que ha desempeñado. Las personas aptas pasaran a una entrevista formal en la cual se va a distinguir aspectos que la organización requiera, es necesario implementar pruebas acorde

al cargo, como las de aptitud, capacidad y personalidad.

De acuerdo a las políticas que tiene cada organización, para la contratación de personal, se requerirán de exámenes médicos que permitirán analizar las condiciones físicas del candidato. En la entrevista final se aprueba al nuevo colaborador, usualmente la realiza el jefe inmediato, el proceso completo finaliza con la legalización de los acuerdos del candidato con la organización.

La metodología head hunting en el proceso de selección

El proceso de selección por la metodología del head hunting se inicia con la planificación de la estrategia que se utilizará para la obtención de los candidatos. Esta planificación se realiza acorde a la información brindada por el cliente. El consultor por su parte requiere información sobre el perfil en la cual se distingue la formación académica, experiencia profesional, rango salarial, y las fuentes de reclutamiento utilizadas como multitrabajo, hojas de vida, empresas de la competencia.

Una vez que se clasificar esta información se realiza una plataforma de datos en la que incluye los nombres de las personas y el cargo que se va aplicar. Por medio de una llamada telefónica se realiza el primer contacto a los candidatos seleccionados.

El siguiente paso es mostrarle al cliente los candidatos que han sido tomados en consideración para la participación del puesto, con toda la información requerida, es mostrada al cliente para que escoja a los candidatos más adecuados según el requerimiento del perfil. Una vez seleccionados se coordinan las entrevistas con el consultor y luego con el cliente, se aplican las evaluaciones según el cargo, con los resultados obtenidos se inicia el proceso de análisis.

Con los candidatos que se eligen como finalistas se elabora un informe que será presentado formalmente al cliente. Con la terna finalista se realizan nuevas entrevistas con la empresa. Siempre es necesario considerar que "la última palabra y la decisión final del proceso la tendrá la organización." (Sampayo, elCurriculum, 2015)

Metodología del Head Hunting

Entre las tendencias actuales en los procesos de selección tenemos a la metodología del head hunting, que busca el ingreso de un candidato que se encuentra laborando en el mercado. Esta metodología es utilizada principalmente por las consultoras y sus resultados son bastante exitosos.

Definición de head hunting

Considerada como una metodología moderna "basada en la realización de una investigación acerca de los mejores profesionales del mercado que ocupan puestos similares al que se desea cubrir en la organización" (Alles, 2013, pág. 41)

Otra definición del head hunting es que "se utiliza en el mundo ejecutivo para empresas consultoras que se dedican a apoyar a las empresas en los procesos de reclutamiento". (Vergara, 2013, pág. 11)

Se busca en el mercado laboral candidatos a través de diferentes estrategias de acuerdo a las características del cargo y a los requerimientos solicitados por un cliente.

En el proceso de head hunting, el ciclo del proceso de selección se inicia con el levantamiento del perfil a partir de los datos proporcionados por el cliente, en el que nos indica las características del puesto vacante y los requerimientos organizacionales.

Una vez completada la información se envía el perfil, la estrategia de búsqueda y el cronograma de actividades al cliente para la aprobación respectiva. El inicio se da al momento que la jefa de selección asigna en el sistema al consultor encargado del proceso. Con la información recolectada se elabora la base de datos con la que se va a trabajar, la misma que es presentada al cliente y a los candidatos preseleccionados para coordinar entrevistas.

Posteriormente se elaboran los informes de la terna finalista, incluyendo referencias laborales y concluye el proceso con la presentación de los candidatos finalistas al cliente, quien será el encargado de seleccionar

Características que definen un buen head hunter

Las funciones que necesita cumplir un buen head hunter son complejas porque abarcan una serie de responsabilidades, que pudieran ser resumidas en las siguientes:

Estudios académicos de psicología organizacional, industrial o afines

Orientado al detalle en el cual detectara puntos específicos que necesitan tener algunos cargos

Buen nivel de comunicación para negociar con el cliente y la organización

Amplio conocimiento del mercado laboral actual

Asesoramiento adecuado y transparente para las dos partes

Buenas relaciones interpersonales

Buen observador que detecte rasgos de la personalidad

Consultoría

Las consultoras son empresas especializadas en brindar servicio de asistencia en varias actividades, en especial en nuestro país, se encargan de lo que está relacionado con la gestión del talento humano. El proceso que estamos estudiando es el que se refiere a la selección del personal idóneo para ocupar una vacante.

Definición de Consultoría

La consultoría se define "como el asesoramiento que se le presenta a las empresas e instituciones en cualquiera de sus áreas o funciones" (Tudela, 2009, pág. 369)

Por otra parte, la consultoría es un "servicio prestado por una persona o personas independientes y calificadas, para la identificación e investigación de problemas relacionados con políticas, organización, procedimientos y métodos" (Castrillón, 2005)

A su vez la consultoría de procesos es definida como "un conjunto de actividades que realiza el consultor para ayudar al cliente a percibir y comprender los acontecimientos del proceso que se representan en su ambiente y a influir en ellos" (Schein, 1988, pág. 142)

Rol del Consultor

Las organizaciones de consultoría tienen varios servicios que son ejecutados por un consultor, quien tiene como función principal el asesoramiento a las organizaciones, identificando las necesidades actuales y respetando las políticas que existen en ellas.

A medida que evoluciona el proceso, el consultor debe tener un acompañamiento y darle la retroalimentación al cliente de los avances.

Su formación y experiencia previa va ayudar al análisis de situaciones para la toma de decisiones

Por lo mencionado en párrafos anteriores y de acuerdo a la experiencia del consultor, este debe trabajar fundamentalmente en :

En los equipos de trabajo y en las relaciones entre personas dar un ambiente confiable, y con respeto a la privacidad de las personas.

Se debe identificar las dificultades que existen para alcanzar los objetivos entre los colaboradores y sus equipos de trabajo

Transmitir la forma en que se solucionó el problema en equipo, luego realizar un análisis de las falencias para el mejora continua de la organización

Comenzar a realizar los cambios que sean necesarios, de acuerdo al estudio de las falencias

Reconocer que aspectos intervienen durante la implementación de las modificaciones

Capacitar a los colaboradores que forman parte de la organización, para equilibrar la forma de resolver los problemas .

Dar pautas para mejorar la relación de grupo y a su vez se puedan relacionar bien con otros grupos

Dar monitoreo a tareas que impliquen realizarlas como grupo para que exista un cambio

Tratar de corregir inconvenientes por períodos y pasar la información a otros grupos pueda ser aplicado.

Brindar a los colaboradores capacitaciones que ayuden a desarrollar capacidades para resolver problemas

El Consultor del Siglo XXI

El consultor con el pasar de los años ha evolucionado en diversos aspectos, actualmente se encarga de ejecutar actividades que requieren un buen conocimiento del mundo empresarial. Con la globalización las exigencias se han incrementado y las necesidades de brindar un buen servicio son esenciales para el desarrollo organizacional. Entre las exigencias de un mercado globalizado tenemos:

El mercado de la consultoría de RRHH es esclavizado por las tecnologías que actualmente nos arrastran a seguirlas.

El consultor es una persona externa que brinda un servicio el cual es requerido por el cliente, quien busca se realice de forma eficaz y eficiente en el menor tiempo posible, esto ocurre en todas los servicios externos actualmente llamado outsourcing o subcontrataciones que las empresas realizan para dar soporte a diversas áreas de la organización.

Los cliente, por su parte, exigen que los consultores se comprometan cada vez más con el proceso y con la organización en cuanto a responsabilidades y cumplimiento de horas determinadas, ver resultados del trabajo que se está ejecutando y las fases del mismo.

El rol del consultor se encuentra en constantes cambios, en el mercado la mayoría de las consultoras tienen las mismas actividades, se diferencian unas de otras, en que unas ofrecen más servicios o que su alcance esta nacionalizado o internacionalizado.

El nuevo enfoque que se le da al consultor es que es un negociador y un asesor que brinda una gama de opciones y utiliza para ello diferentes herramientas. De acuerdo a la capacitación de cada consultor, este puede diferenciarse en el medio y competir. En ciertas consultoras hay perfiles más exigentes que en otras de acuerdo a la especialidad del servicio.

Servicio al cliente

Los clientes son un elemento esencial para que las organizaciones tengan éxito en el cumplimiento de sus objetivos. La mirada hacia los clientes se inicio en los años 80 y se mantiene en la actualidad bajo una nueva perspectiva.

Cuando hablamos de servicio al cliente estamos haciendo referencia a que se debe contar con todos los recursos para procurar obtener clientes y retenerlos, brindando no solo servicio de calidad sino también interesándonos por sus necesidades para poder cubrirlas en su totalidad, de acuerdo a la línea de negocio de la organización.

Definición de Servicio al Cliente

El servicio al cliente es "un elemento imprescindible para la existencia de la empresa, constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso" (Couso, 2005, pág. 14)

Por su parte el servicio al cliente "es cuando se utiliza de forma efectiva, es una variable fundamental que puede tener un impacto importante sobre la creación de la demanda y para mantener al cliente" (Kyj, 1994, pág. 41)

Otra definición de servicio al cliente "se refiere específicamente a la cadena de actividades orientadas a la satisfacción" (Warren, 1974, pág. 3)

Fases del Servicio

Para determinar las fases del servicio, estas se han dividido en tres etapas esenciales, como son:

Prestación ante la venta: Es muy importante la primera impresión que se vaya a dar a los clientes, el nivel de negociación del

vendedor o asesor comercial que va a mostrar a la empresa, la calidad del servicio va a intervenir en esta primera etapa debido a que es la conexión de la empresa con el cliente.

Prestación durante la venta: Se pone en manifiesto el rol que cumple el vendedor para conseguir la negociación en la cual se explica las ventajas que se va a tener como resultado final al obtener este servicio, la inversión al obtener un resultado final.

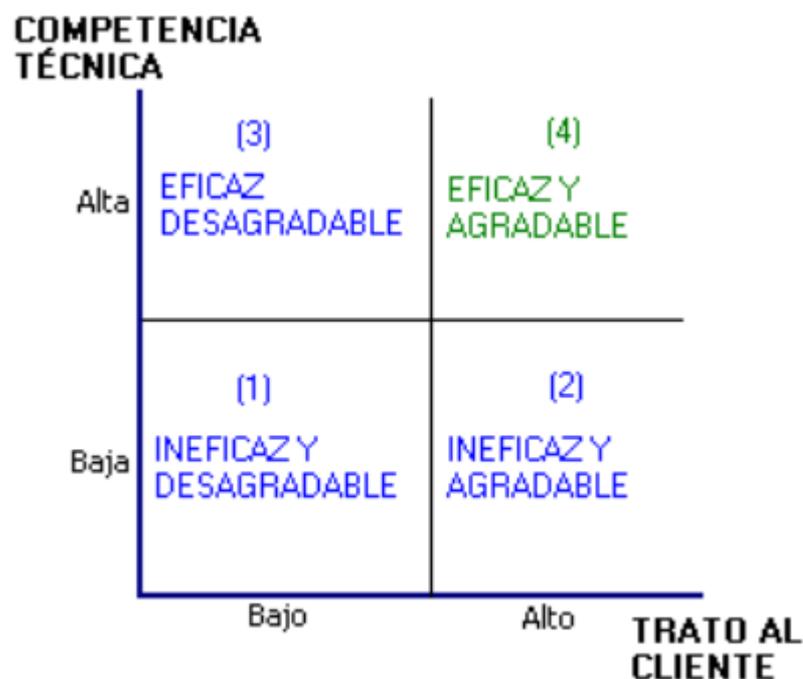
Prestación postventa: En esta etapa el cliente finalmente da una respuesta de la compra del servicio y por ende necesita un asesoramiento por parte del vendedor, también que se cumpla el ofrecimiento de todos los puntos mencionados en la prestación durante la venta

Tipos de Servicio

El servicio es el resultado de una serie de acciones que llevan al cliente a sentirse satisfecho o no del trato recibido Podemos decir estas acciones se relacionan con una serie de competencias que debe tener la organización a nivel técnico para lograr responder ante las exigencias de sus clientes. A partir de lo expuesto se conocen cuatro tipos de servicio (López, 2001):

Eficaz-desagradable,
Ineficaz-desagradable,
Ineficaz-agradable,
Eficaz-agradable.

Estos tipos son modificables en relación a dos variables, las cuáles son: el trato al cliente y la competencia técnica. Para poder entender esta perspectiva del servicio, es importante que se visualice el siguiente gráfico:



Fuente: (López, 2001)

Ineficaz Desagradable: Se combinan la baja competencia técnica y mal trato al cliente

Ineficaz agradable: En el que las empresas con bajas competencias técnicas tratan bien al cliente y con ello esperan que la clientela no se dé cuenta de su incompetencia técnica.

Eficaz Desagradable: Son altamente eficaces, saben realizar sus procesos, por llegar a alcanzar altos estándares de calidad técnica, no se enfocan en el cliente y por ello no son líderes.

Eficaz Agradable: Se destacan las empresas que han encontrado el equilibrio perfecto entre sus competencias técnicas y su estrategia de servicio al cliente, se enfocan en el cliente porque saben que es él de quien dependen, están conscientes de la fuerte competencia y sus perspectivas apuntan al liderazgo.

Calidad en el servicio al cliente

La Calidad del servicio va a ser juzgada por el cliente de acuerdo a su satisfacción, si sus requerimientos y el asesoramiento fueron los adecuados. Actualmente los clientes son más exigentes y tratan que el servicio se dé en un costo menor al que normalmente se encuentran acostumbrados a invertir.

Las organizaciones tratan de sobresalir de la competencia innovando sus productos o servicios para ganar mayor número de clientela y dar un mejor servicio en un menor tiempo. Diversas organizaciones compiten en el mercado nacional y otras se destacan en el mercado internacional, estas últimas tienen mayor impacto debido a que se enfrentan a mercados con mejor nivel económico y en el medio se las llama grandes potencias.

El reflejo más evidente de un mal ejercicio sobre la calidad del servicio se ve en el representante de la organización que es el asesor comercial. Por otra parte si los escenarios laborales fueran iguales tuviéramos la misma respuesta en cuanto al comportamiento.

Definición de Cliente

Los clientes son personas que adquieren un servicio o producto a cambio de un valor monetario. Son personas ajenas a la organización pero indirectamente les afecta cierta toma de decisiones de los directivos con relación al servicio o producto.

Desde otra perspectiva el cliente es "la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por las empresas y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean productos en las empresas". (Boubeta, 2006, pág. 2)

Entonces "el servicio excepcional al cliente mejora la reputación de la empresa y hace que se vuelva a hacer negocios con ella" (Dubrin, 2008, pág. 238)

Clasificación de los Clientes

Para distinguir los tipos de clientes es indispensable identificar las clases de clientes que existen: los clientes internos y los clientes externos.

Los clientes internos son las personas que se encuentran dentro de la organización en una área determinada y consumen productos o servicios que la empresa produce. Por otra parte tenemos a los clientes externos que son quienes nos proveen la materia prima y adquieren el producto o servicio final, no tienen que ver con la organizaciones, son ajenos a ella pero dar valor agregado a la misma.

Las relaciones suelen ser diferentes, en el caso de los clientes internos es informal por la misma razón que forman parte de la organización y en los clientes externos es formal debido a que existen intereses por ambas partes.

Para conocer lo que el cliente necesita en primera instancia debemos tener un buzón de sugerencias, donde los clientes ya sean interno o externos coloquen su impresión sobre el servicio o producto brindado. De esta manera podremos darnos cuenta qué estamos haciendo mal y poder tomar los correctivos necesarios.

Otra forma de obtener información es por medio de una encuesta, como la que nos podemos dar cuenta la manera en que los clientes nos ven frente a nuestra competencia y en qué lugar nos encontramos en el mercado. Podemos también, investigar en las personas que fueron nuestros clientes y por algún motivo dejaron de serlo, toda esta

recolección de datos nos permitirá realizar mejoras en el servicio o producto que actualmente brindamos, y probablemente extender los nichos del mercado.

Entre las actividades que buscan beneficiar constantemente al cliente se distinguen tres que son las siguientes (Ligero, 2013, pág. 50):

En primera beneficio; el cliente satisfecho, generalmente, vuelve a comprar. El segundo beneficio; el cliente satisfecho es aquel que comunica a otros sus experiencias positivas con el producto o servicio. El tercer beneficio; el cliente deja de lado a la competencia, y la empresa obtiene un determinado lugar en el mercado.

Estandarización y Tiempos de respuesta

La estandarización nos permite llevar a cabo un grupo de actividades de la misma manera y en el mismo tiempo. Esto es muy importante cuando hablamos de procesos que contienen varias etapas y que son realizados por muchas personas a la vez.

Definición de Estandarización

Es un método en el cual se establece las etapas de un proceso, la forma en que se va a realizar para cumplir un determinado objetivo. Con el fin de tener equilibrio en todos los procedimientos que se realicen en una organización, que sean llevados de la misma forma con diferentes fines.

Estandarización es (Franco, 2006, pág. 110) "el proceso de estandarización representa un desafío para cualquier organización, dado que trae implícito un cambio en los hábitos".

Por otra parte la estandarización "trata de alcanzar ventajas competitivas por medio de la eficiencia en la producción, trata de hacer

coincidir las necesidades de los consumidores con los productos de las empresas". (Schnaars, 1991, pág. 208)

Pasos para Estandarizar

Los pasos que se utiliza para estandarizar los procesos son:

Deben estar inmersos los colaboradores que forman parte de la organización o el área específica donde se va a estandarizar algún procedimiento

Establecer la mejor vía y herramientas para poder llegar al objetivo

Las fases del proceso deben ser evidenciadas en un informe y capturada en imágenes

Este informe debe ser transmitido al personal

En esta etapa del proceso se deben efectuar la estandarización formalmente

Realizar una evaluación

Posteriormente analizar los resultados de la estandarización e implementarlo si los resultados son positivos, en caso contrario tomar acciones reformatorias.

Beneficios de la estandarización

Entre los beneficios de la estandarización distinguimos los siguientes:

Mantiene el conocimiento de un proceso

Es una herramienta para evaluar al servicio que se está brindando

Mediador entre fuente y consecuencia

Mantiene y mejorar las fases del proceso

Provee capacitar a los colaboradores

Disminución de errores en las etapas de los procesos

Reduce la diversificación

Definición de tiempos de respuesta

El tiempo de respuesta es el tiempo de espera entre el momento que llega la información y se tiene una respuesta o resultado. Es muy importante el tiempo de respuesta que tiene un servicio porque los consumidores se sienten atendidos de acuerdo en que fase del proceso se encuentre.

El tiempo de respuesta que se le da al cliente tiene inmersa fundamentalmente la atención al cliente, que por su parte comprende el tiempo que transcurre desde la demanda del cliente hasta la respuesta a su requerimiento.

CAPITULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la investigación

El enfoque utilizado en esta investigación es mixto; es decir investigación cualitativa y cuantitativa. En el análisis cuantitativo se utilizaron dos encuestas realizadas a dos tipos de poblaciones diferentes por una parte a los clientes y por otra a los consultores. En el análisis cualitativo se utilizó una entrevista a la Jefa de selección.

Tipo de la investigación

El tipo de la investigación utilizado es el descriptivo, según lo afirmado por Carlos Méndez Álvarez (2011,p.230) el propósito de la investigación "es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación". Para nuestro trabajo fue describir las características del servicio de selección de personal a los clientes en relación a los tiempos de respuestas y a los procesos ejecutados por Samper Head Hunting.

Método de investigación

El método utilizado en esta investigación es inductivo Carlos Méndez menciona que "la inducción permite al investigador partir de la observación de situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación y concluir proposiciones y, a su vez, premisas que expliquen fenómenos similares al analizado". Para nuestro trabajo fue tomada en consideración el proceso de selección de personal por la metodología del head hunting que brinda como servicio la organización.

Fuentes de investigación

La información fue recogida de diversas fuentes: primarias y secundarias. Las fuentes primarias nos permitieron recolectar información de manera directa, para ello se utilizaron encuestas y entrevistas de acuerdo a las necesidades de la investigación. También se utilizaron fuentes

secundarias contando con libros, tesis, revistas y artículos de internet.

Técnicas para recolección de información

Para la recolección de la información se utilizaron dos técnicas: encuestas y entrevistas. Las encuestas fueron aplicadas a clientes y a los consultores que realizan el servicio de selección de personal; la entrevista fue aplicada a la Jefa de selección del área operativa.

En las dos encuestas se tomaron en consideración tres variables; Servicio al cliente, Tiempos de respuesta, Proceso de selección. En relación a las variables mencionadas se realizaron las preguntas, durante la aplicación no se limitó el tiempo. Cada encuestado contestó el total de las preguntas.

En relación a la encuesta aplicada a los clientes se consideraron diez empresas al azar, que forman parte de la lista de clientes de Samper Head Hunting Guayaquil, como son: Marglobal, Andes, Cartopel, Acromax, Lg, Pepsico, Difare, Boehringer Ingelheim, La Llave, Black and Decker. La encuesta constó de doce preguntas con respuesta múltiple.

Sobre las encuestas aplicadas a los consultores se consideró a todo el personal operativo que realiza la selección de personal: Consultores Seniors, Especialistas Junior y Asistentes de Selección. La batería constó de once preguntas con respuesta múltiple.

En lo que respecta a la entrevista, esta fue aplicada a la Jefa de selección del área operativa de la sucursal de Guayaquil, se utilizó una guía de preguntas abiertas de acuerdo a las variables de investigación, para obtener la información necesaria.

Muestra

El tipo de muestreo utilizado es no probabilístico debido a que se ha escogido a los sujetos acorde al acceso permitido al investigador. En lo respecta a los clientes se realizó un muestreo intencional o de conveniencia

debido a que la lista de clientes es numerosa y las empresas seleccionadas tuvieron interacción con el investigador.

En Samper Head Hunting sucursal Guayaquil está integrada por 21 colaboradores, considerando Director, Jefes de Área, Asesores Comerciales, y la parte operativa, la cual es manejada por los consultores y sus asistentes. La parte operativa fue importante para realizar el levantamiento de información y su posterior análisis.

Variables de la investigación

Las variables según la afirmación (Hernández, Fernández y Baptista 2003) es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. Las variables utilizadas en nuestro trabajo de investigación fueron tres para las encuestas de clientes, consultores y las entrevistas, con sus respectivos indicadores.

- Servicio al cliente
 - Conocimiento del servicio
 - Nivel de Satisfacción
- Tiempos de respuesta
 - Cumplimiento de cronograma
 - Información del proceso
- Proceso de selección
 - Metodología
 - Estandarización

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

ANÁLISIS CUANTITATIVO

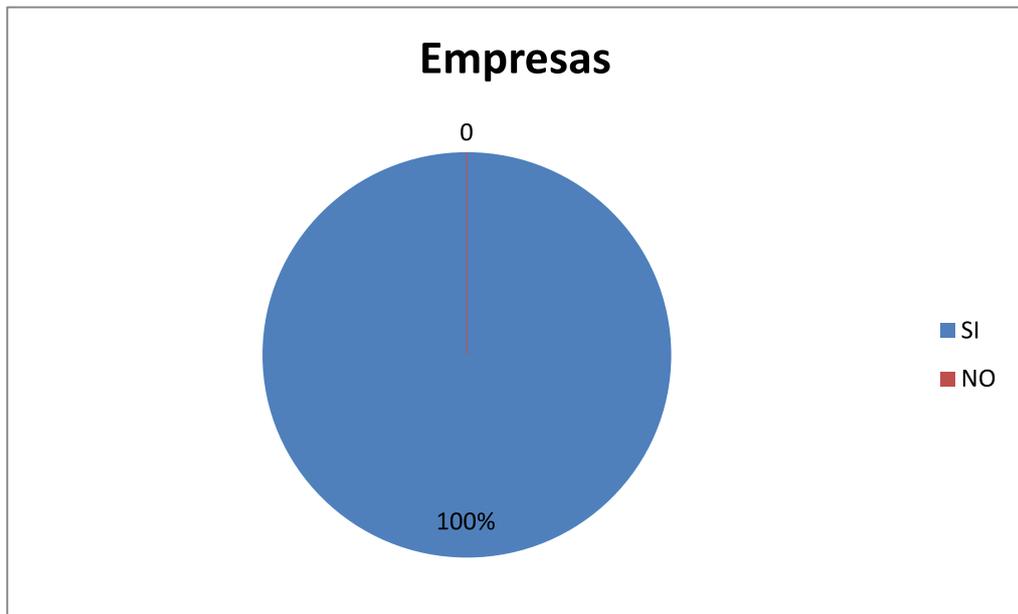
El propósito de realizar el análisis de los datos cuantitativos es identificar como están organizadas las variables de investigación.

Encuesta a Clientes

VARIABLE: SERVICIO AL CLIENTE

CONOCIMIENTO DEL SERVICIO

Gráfico # 1



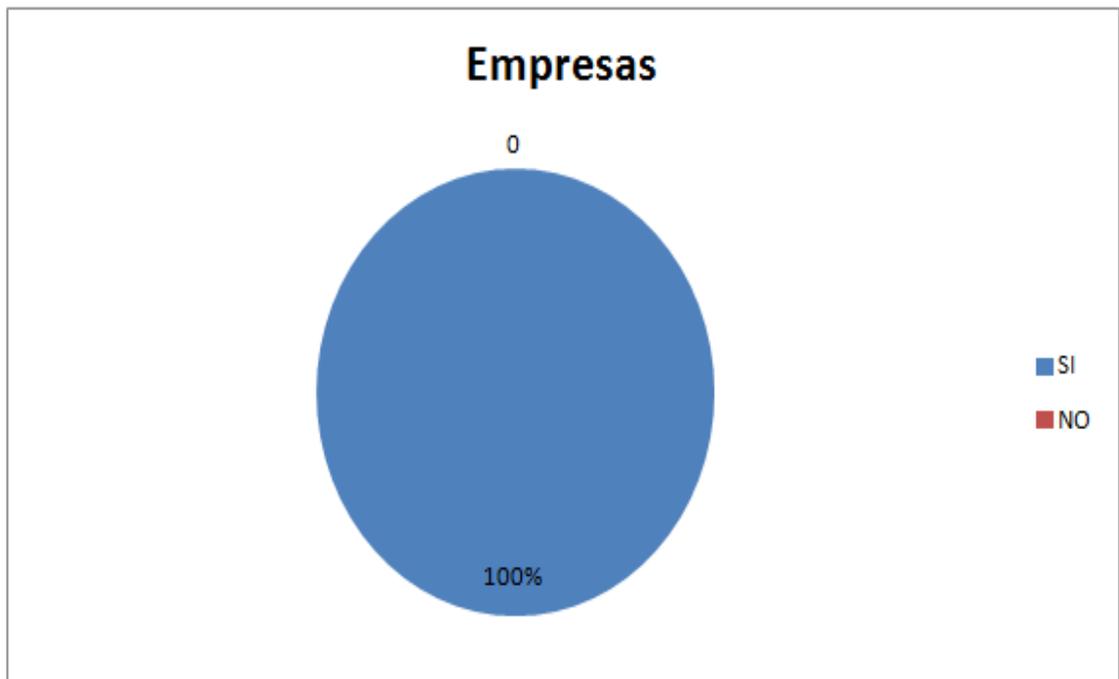
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que todos los clientes (100%) encuestados mencionaron conocer los servicios brinda Samper Head Hunting.

CONOCIMIENTO DEL PROCESO PARA ADQUIRIR EL SERVICIO

Gráfico # 2



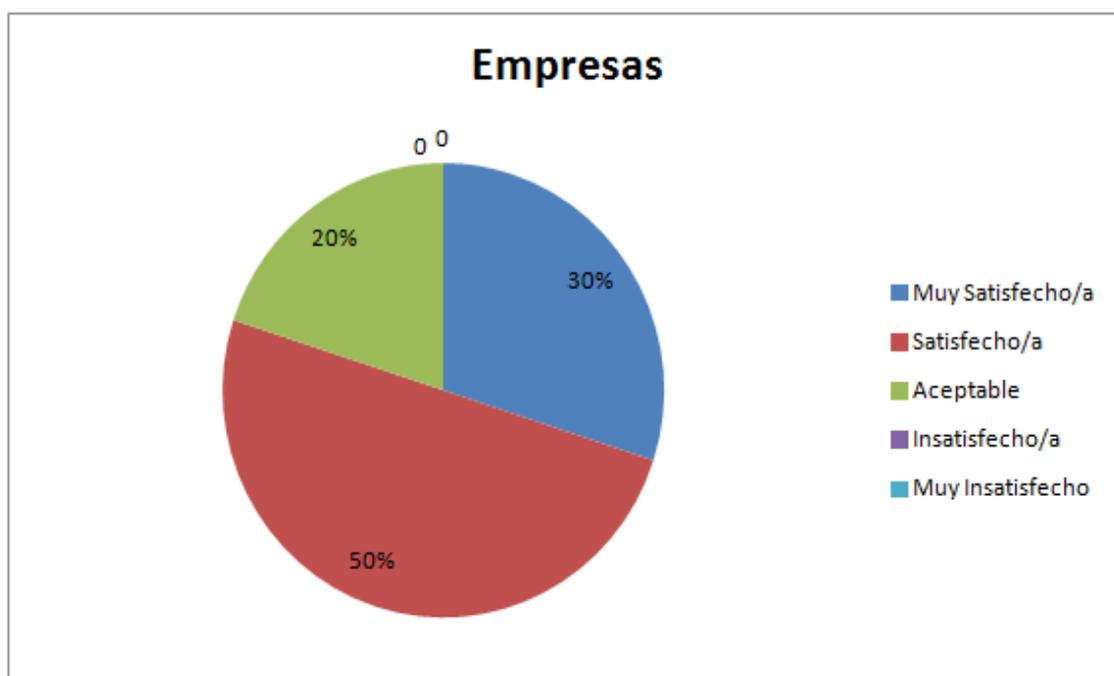
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

Este gráfico muestra que los clientes manifiestan conocer en un 100% todos los pasos a seguir necesarios para adquirir un servicio en la consultora Samper Head Hunting.

NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO

Gráfico # 3



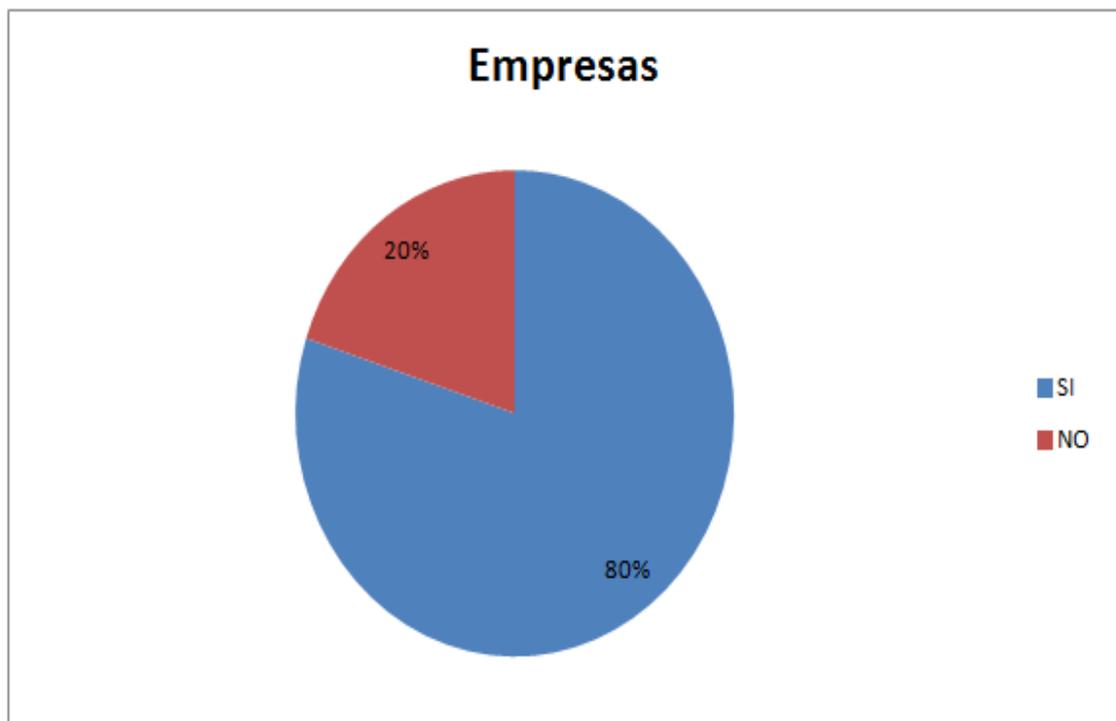
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El nivel de satisfacción que mostraron los clientes con respecto al servicio de selección son positivos debido a que en un 50% marcaron muy satisfecho/a y en un 30% satisfecho/a, el menor porcentaje fue 20% que marco aceptable.

EXPECTATIVAS DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS

Gráfico # 4



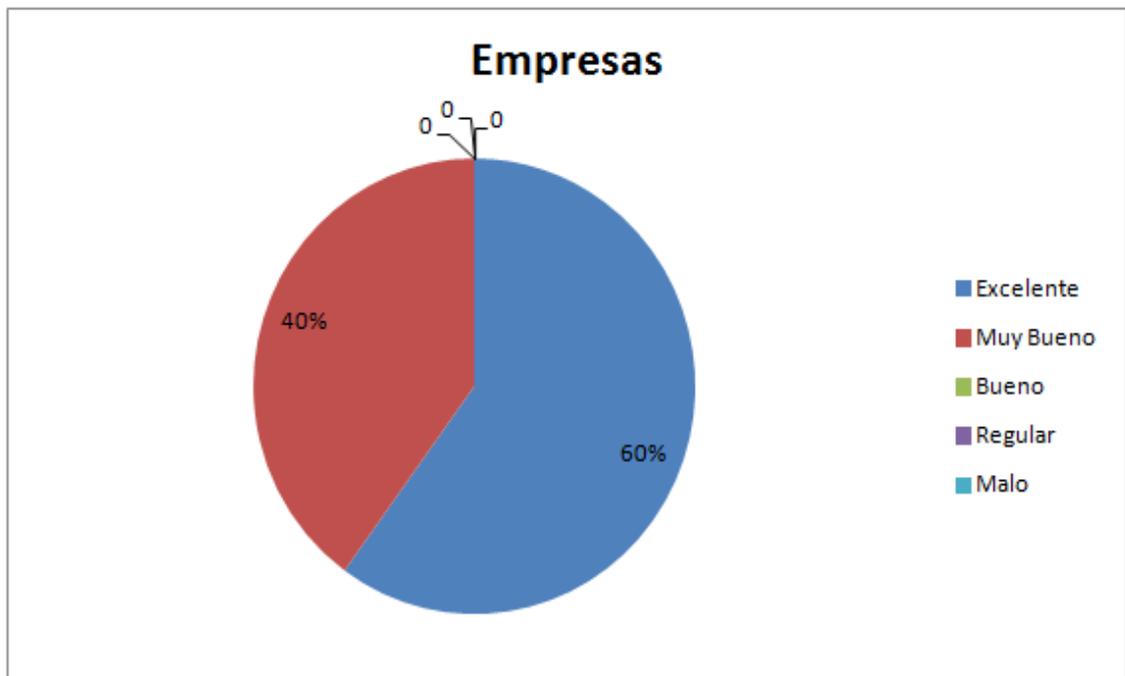
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

Las expectativas fueron cubiertas de forma positiva por ocho de los clientes y las dos restantes fueron negativas mencionando que "en la primera etapa del servicio hubo retrasos de la entrega que modificaron el cronograma establecido en la venta", y la segunda razón fue que "existió demora en encontrar a la persona adecuada para el puesto requerido".

ACTITUD DE LOS CONSULTORES

Gráfico # 5



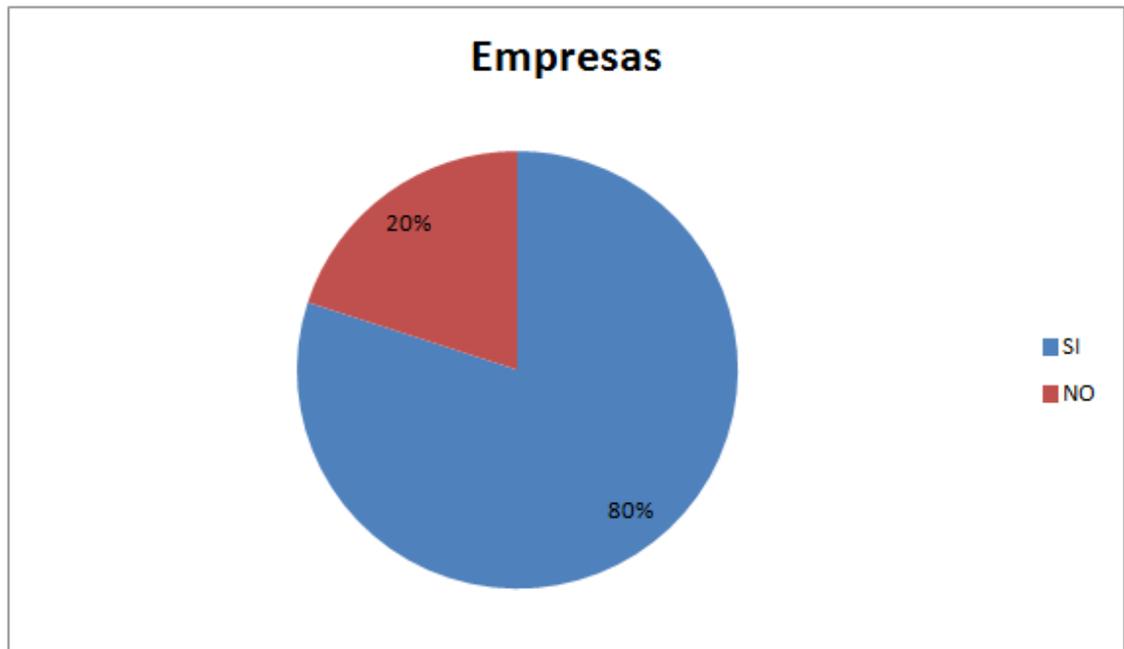
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El siguiente gráfico muestra que la actitud de los consultores es positiva hacia los clientes, debido a que en un 60% es excelente y en un 40% es muy bueno.

VALORES DEL SERVICIO DE CONSULTORIA

Gráfico # 6



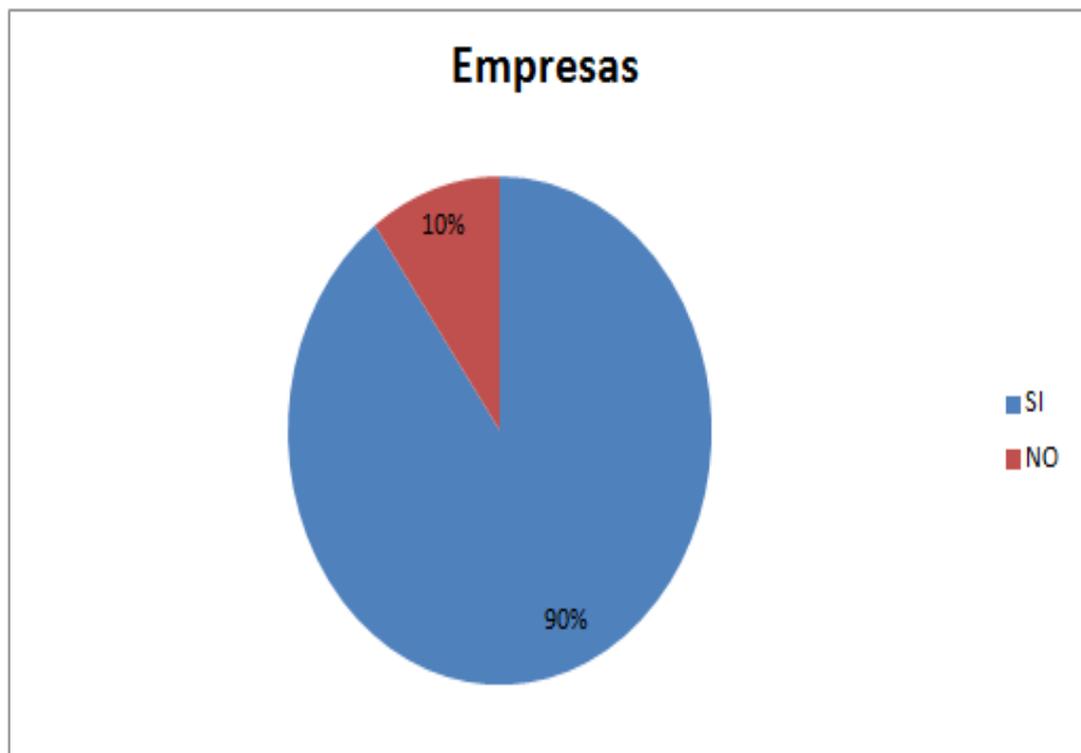
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

En el gráfico refleja que los valores emitidos por Samper en el servicio de la consultoría en un 80% es positivo mientras que el 20% no está acorde al presupuesto de los clientes mencionando como razones: que el servicio de Samper es alto con referencia a otras consultoras del medio, segundo son altos, dos salarios del cargo de la persona que va a ingresar.

ADQUISICION DEL SERVICIO

Gráfico # 7



Fuente: Clientes

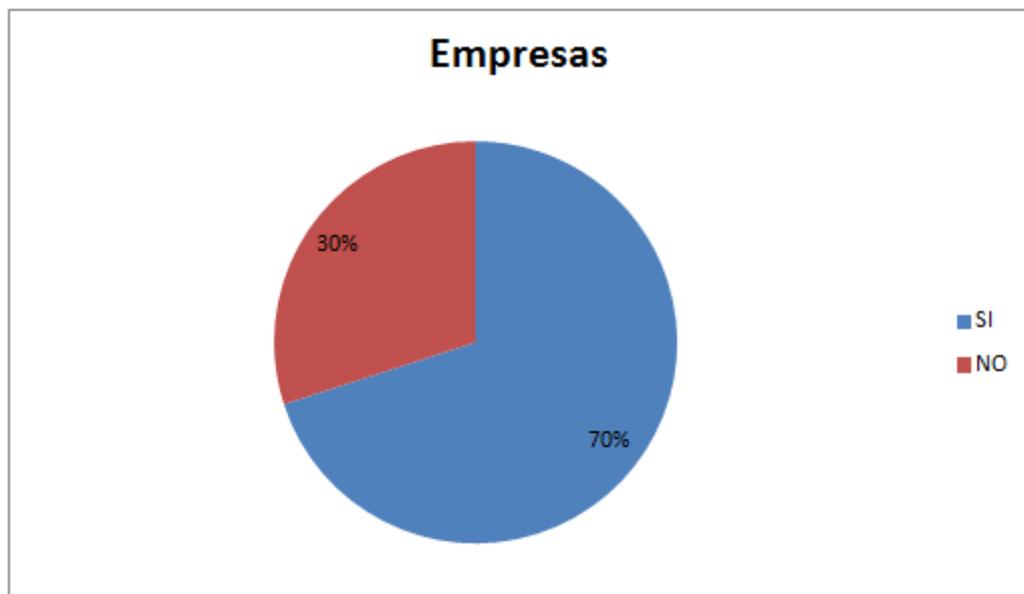
Elaborado: Autora

El gráfico refleja que el 90% de los clientes si volvería a contratar el servicio de selección que brinda la empresa y el 10% manifiesta que no lo haría porque no ubican a las personas de forma rápida del medio.

VARIABLE: TIEMPOS DE RESPUESTA

AVANCES DEL PROCESO PARA LA TOMA DECISIONES

Gráfico # 8



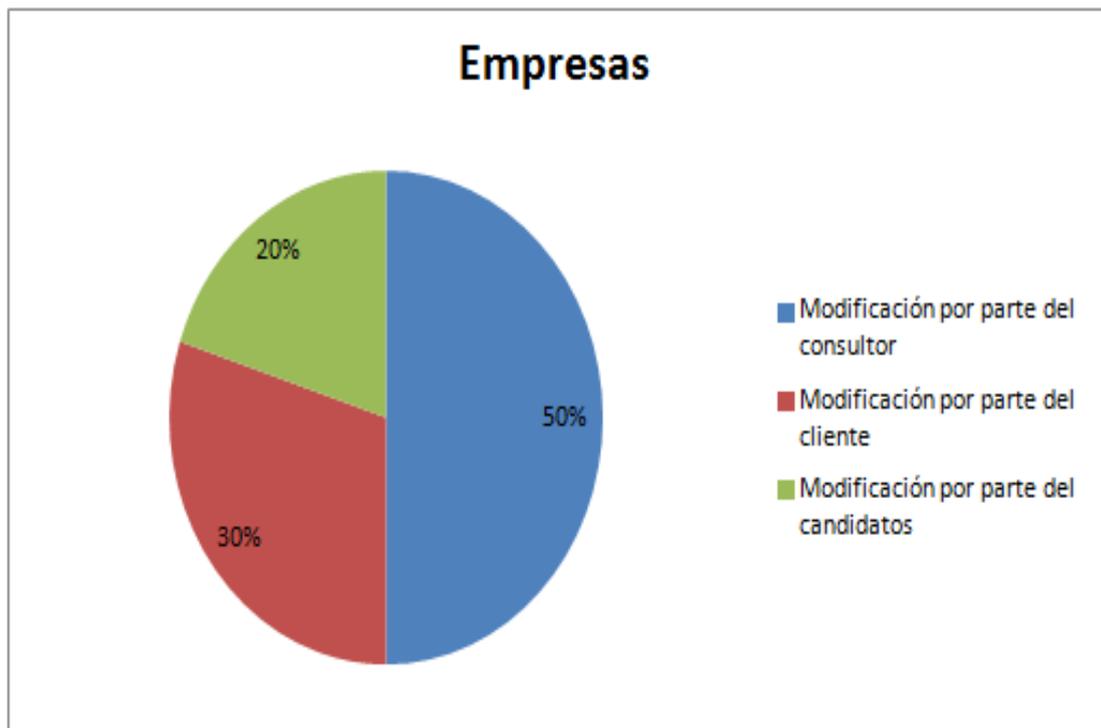
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico expone que en un alto porcentaje 70% que es un número importante de clientes fueron notificados a tiempo del progreso de proceso para la toma de decisiones y un porcentaje menor 30% no fue notificado a tiempo.

MODIFICACIONES AL CRONOGRAMA ESTABLECIDO

Gráfico # 9



Fuente: Clientes

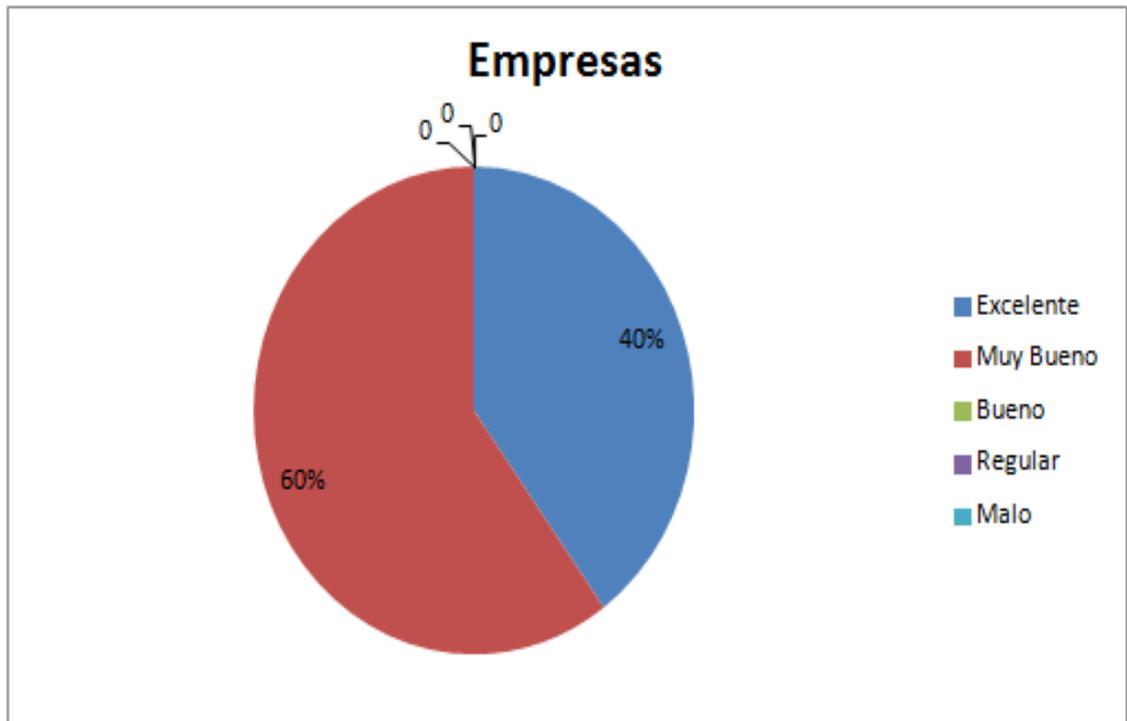
Elaborado: Autora

Los resultados expuestos en el gráfico demuestran que en la mayoría de los casos que equivale a 50% se realizan modificaciones al cronograma por parte de los consultores, mientras que en un porcentaje menor que equivale a 30% es modificado por los clientes y en un 20% por los candidatos que se encuentran en el proceso.

VARIABLE: PROCESO DE SELECCIÓN

METODOLOGIA HUNTING EN LA SELECCION DE PERSONAL

Gráfico # 10



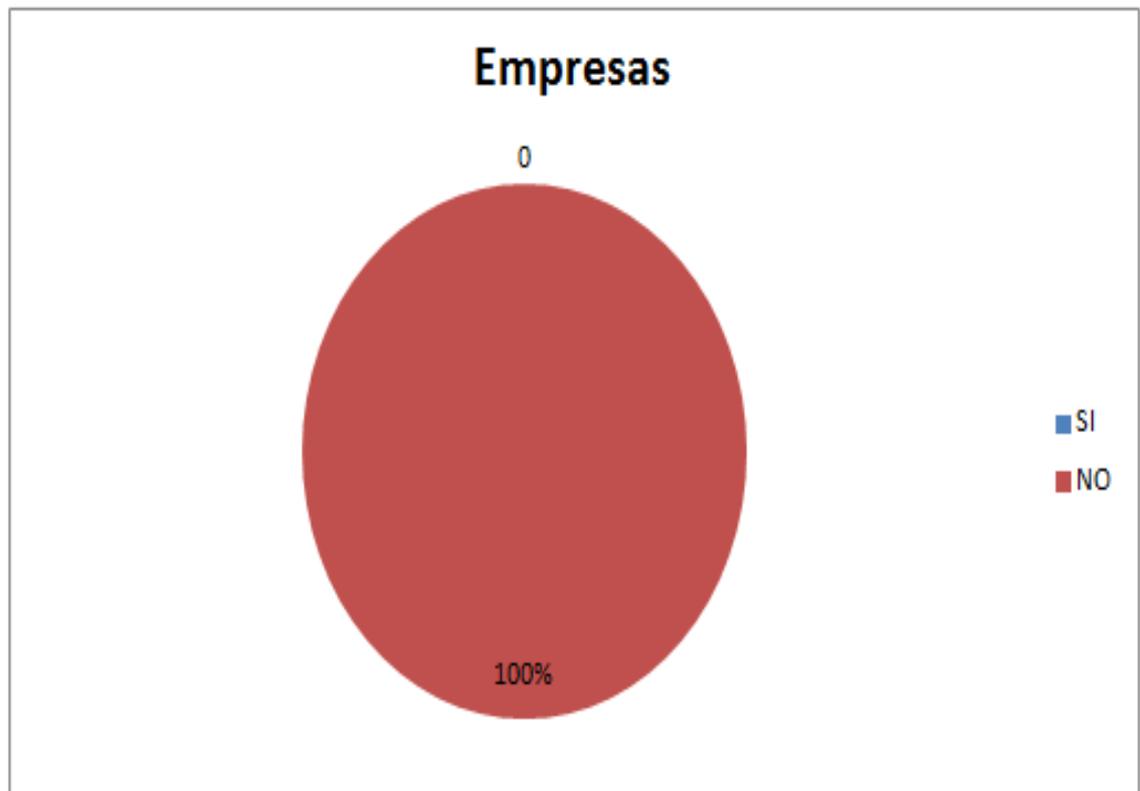
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

Según el resultado del gráfico la metodología utilizada por la consultora es excelente en un 40%, mientras en un 60% es muy bueno, tendencia positiva porque no se ha considerado las otras opciones que utilizamos para evaluar esta pregunta.

CONOCIMIENTO SOBRE LA ESTANDARIZACIÓN DE LOS PROCESOS

Gráfico # 11



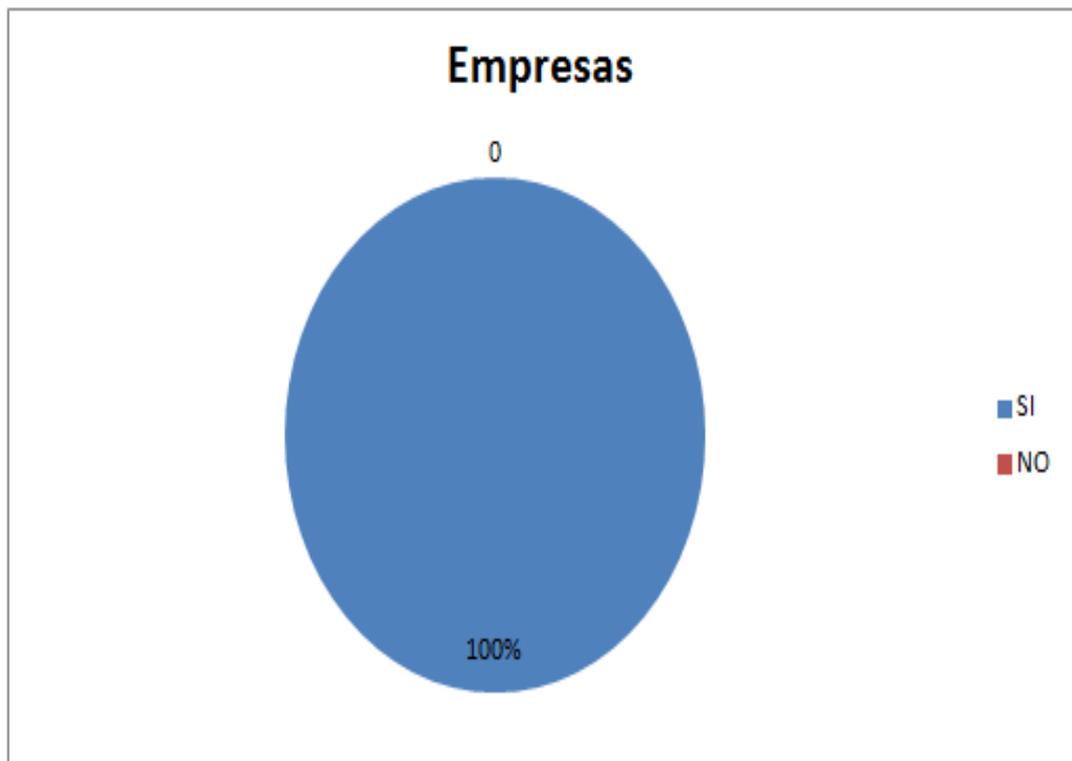
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

En el gráfico expone que el 100% de los clientes no conoce que Samper Head Hunting tiene los procesos de selección estandarizados.

ESTANDARIZACION DE LOS TIEMPOS DE RESPUESTA

Gráfico # 12



Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

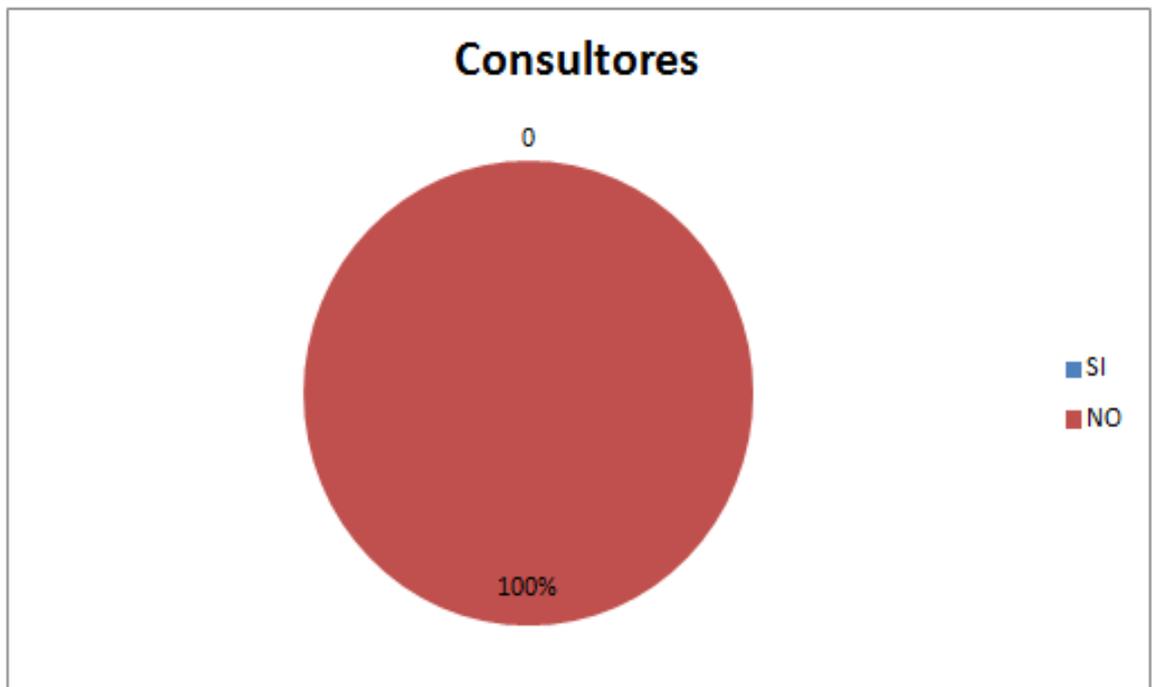
Según el gráfico el 100% de los clientes manifestaron que es necesario estandarizar los tiempos de respuesta en el proceso de selección.

Encuesta a consultores

VARIABLE: SERVICIO AL CLIENTE

CONOCIMIENTOS PARA ADQUIRIR EL SERVICIO

Gráfico # 13



Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que todos los consultores (100%) encuestados mencionaron que no informan los pasos para adquirir el servicio que brinda

Samper Head Hunting.

NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO

Gráfico # 14



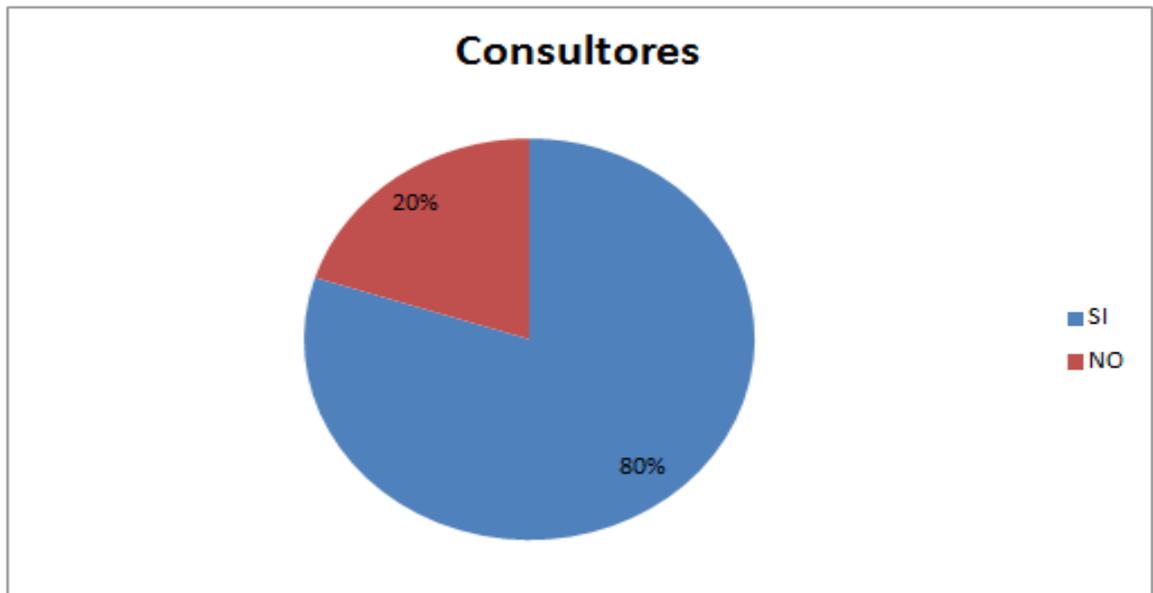
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que todos los consultores marcaron positiva esta respuesta que los clientes se sienten satisfechos del servicio de consultoría que brinda Samper Head Hunting.

EXPECTATIVAS DEL SERVICIO

Gráfico # 15



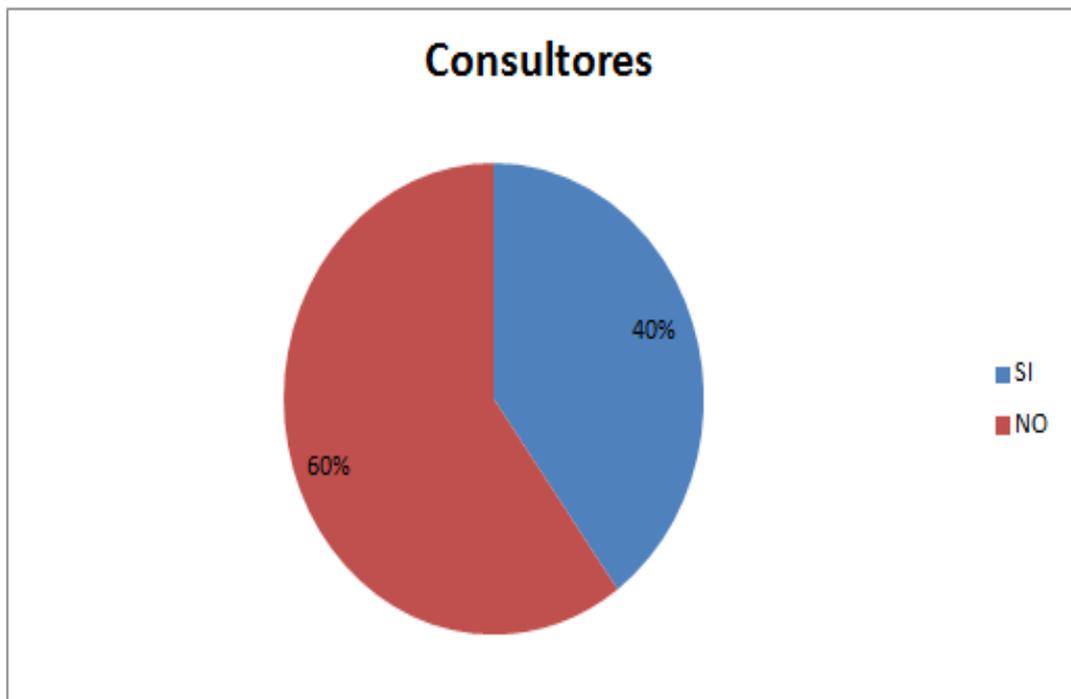
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que las expectativas del 80% de los clientes son cubiertas, y una muestra del 20% no están cubiertas por las siguientes razones: la primera respuesta menciona "muchas veces existen cambios del cronograma por diferentes razones, en el hunting no se obtienen todos los datos necesarios", la segunda respuesta "al 100% no son cubiertas debido a que la metodología que utilizamos, tiene muchas variantes en cuanto a los tiempos en ciertas ocasiones de acuerdo al grado de dificultad del cargo".

QUEJAS DEL SERVICIO

Gráfico # 16



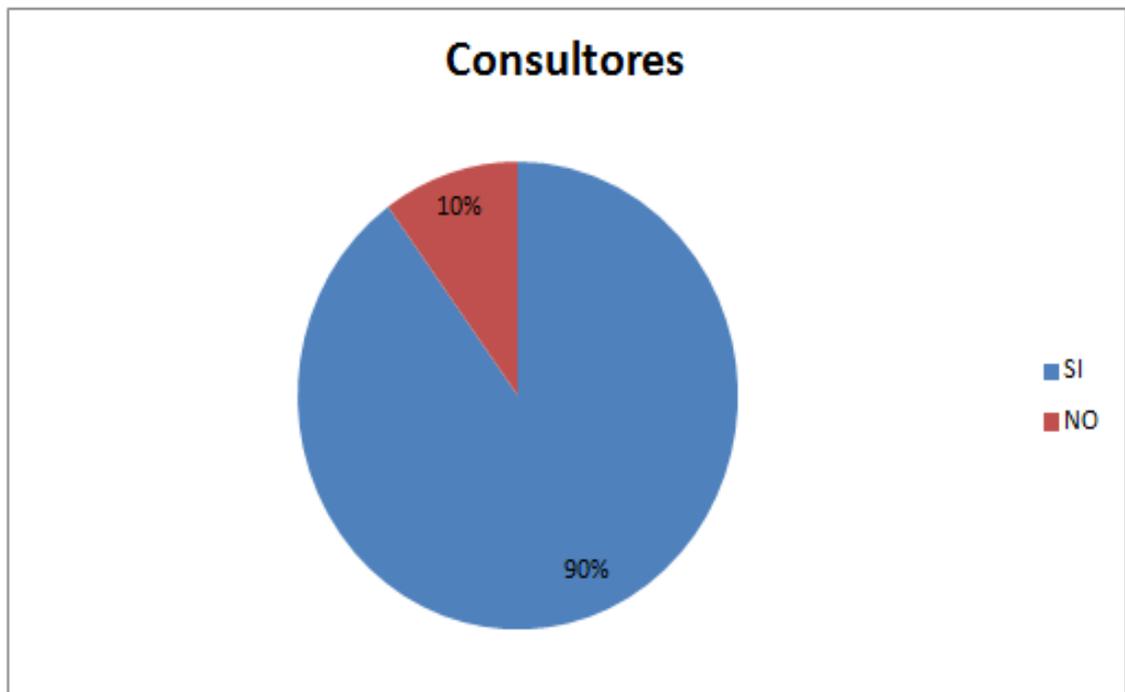
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que el 60% de los consultores no han tenido quejas por parte de los clientes, y en un 40% han tenido quejas del servicio que se a dado por Samper Head Hunting.

VALORES DEL SERVICIO DE CONSULTORIA

Gráfico # 17



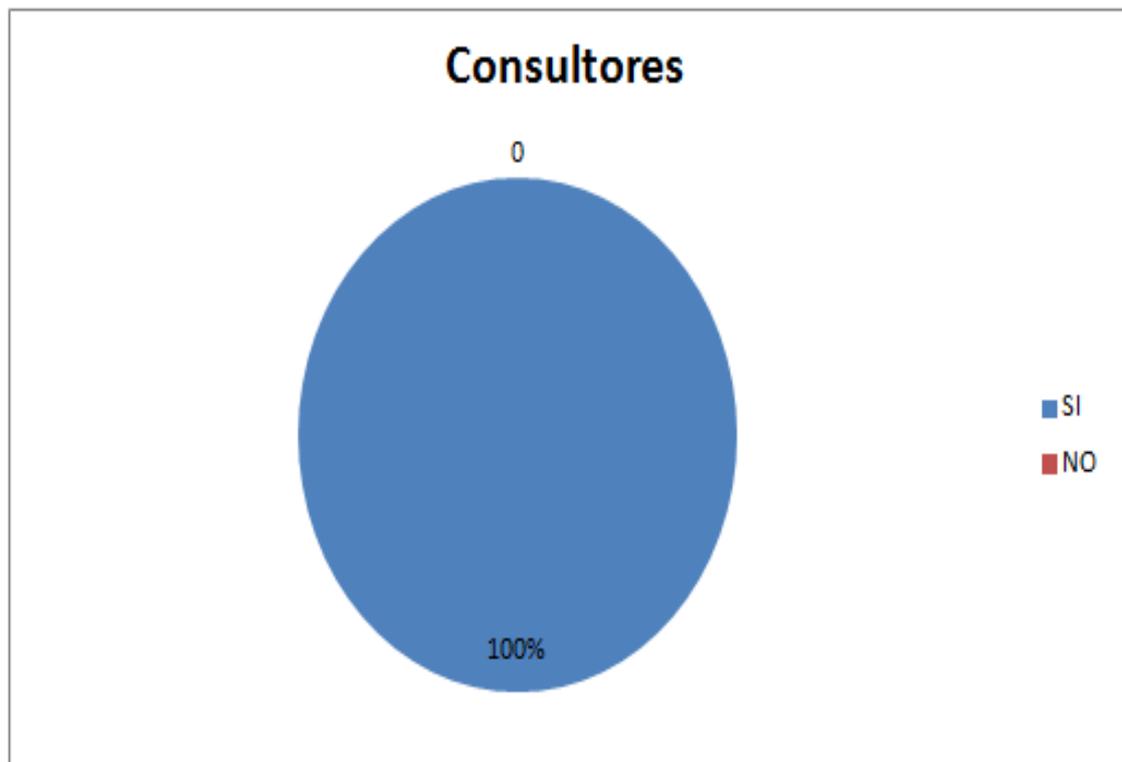
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que los consultores en un alto porcentaje 90% marcaron que los valores que tiene Samper para el cobro del servicio se adecuan al presupuesto del cliente, y el 10% indicó que no porque "la tarifa varía de acuerdo al cliente".

ADQUISICION DEL SERVICIO

Gráfico # 18



Fuente: Clientes

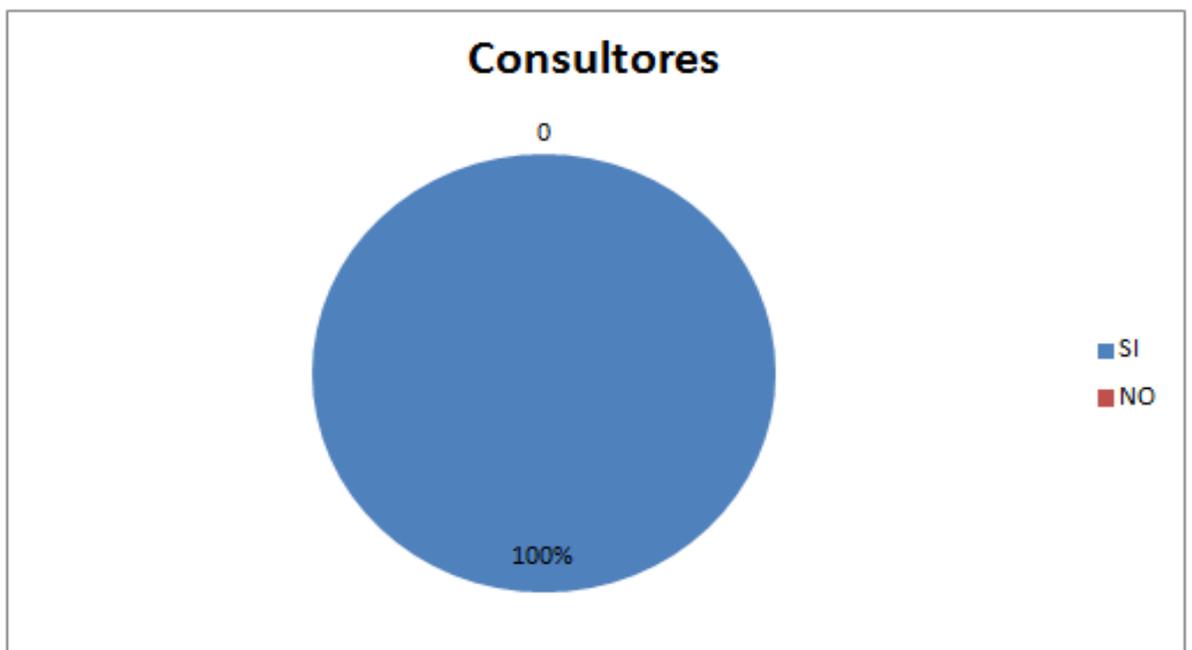
Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que el 100% de los consultores marcaron que los clientes que han adquirido el servicio volverían a contratarlos.

VARIABLE: TIEMPOS DE RESPUESTA

AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE

Gráfico # 19



Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que todos los consultores marcaron esta respuesta positiva y las razones fueron las siguientes:

El cliente evidencia el progreso del servicio y tiene la opción de coordinar el ingreso del candidato

Debe existir una retroalimentación con el cliente porque muchas veces existen cambios de las características del puesto

El cliente necesita saber el progreso del proceso y cuáles son las fases

Los clientes necesitan coordinar asuntos internos en su organización, por eso es necesario informales los avances

Es un trabajo que se lleva entre cliente y el consultor para tener los resultados deseados

Es la forma en que el cliente puede saber paso a paso las actividades que se realizan para encontrar al candidato idóneo

Es indispensable que el cliente sepa en qué etapa va el proceso de selección

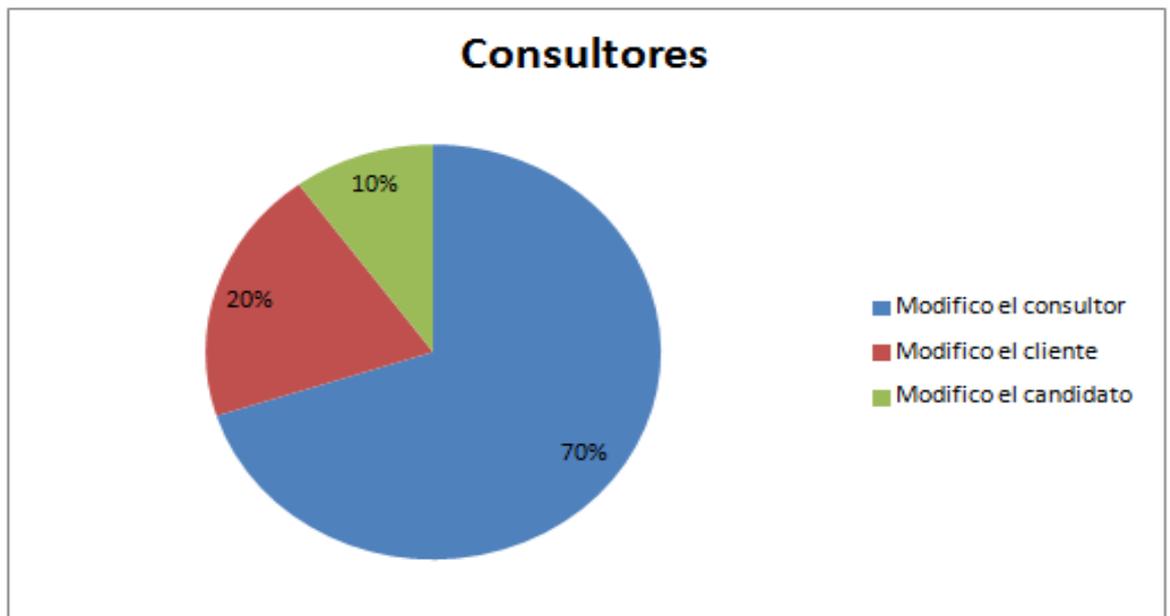
Necesitan saber en qué etapa del proceso se está trabajando

El cliente necesita estar al tanto de los pasos que realizamos al encontrar a la persona que requieren

Son necesarios para que tengan conocimiento los clientes en cómo evoluciona el trabajo

MODIFICACIÓN AL CRONOGRAMA ESTABLECIDO

Gráfico # 20



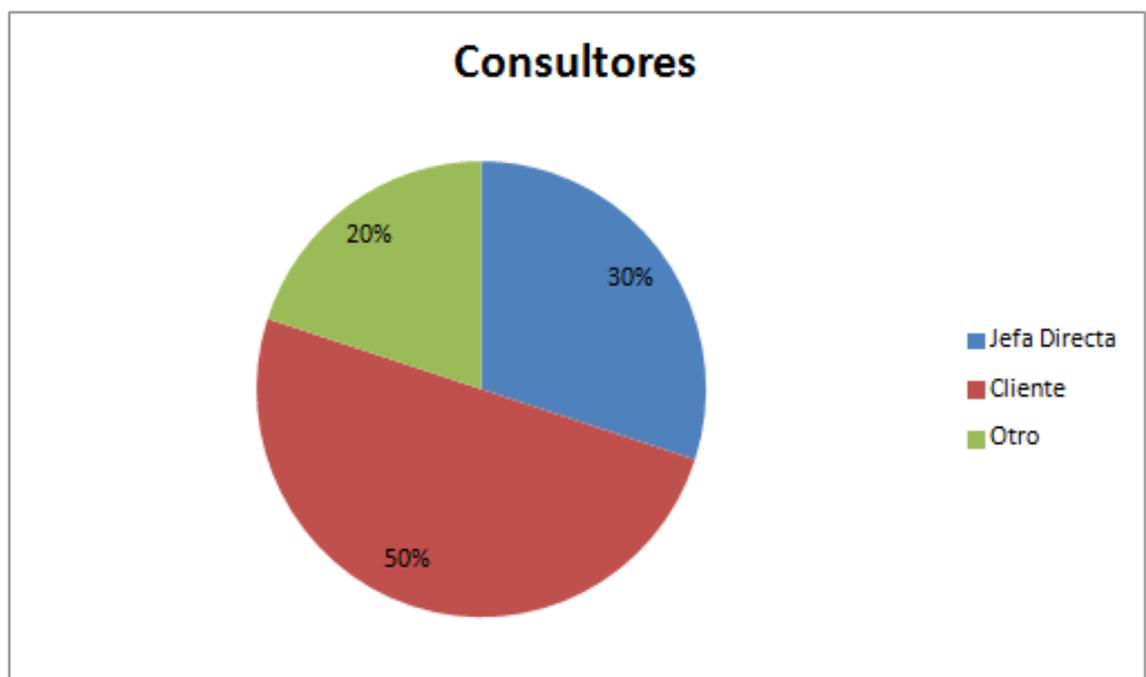
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que el 70% de los consultores realiza la modificación del cronograma establecido, el 20% la realiza el cliente y el 10% la realiza el candidato.

COMUNICACION DE LA MODIFICACIÓN DEL CRONOGRAMA

Gráfico # 21



Fuente: Clientes

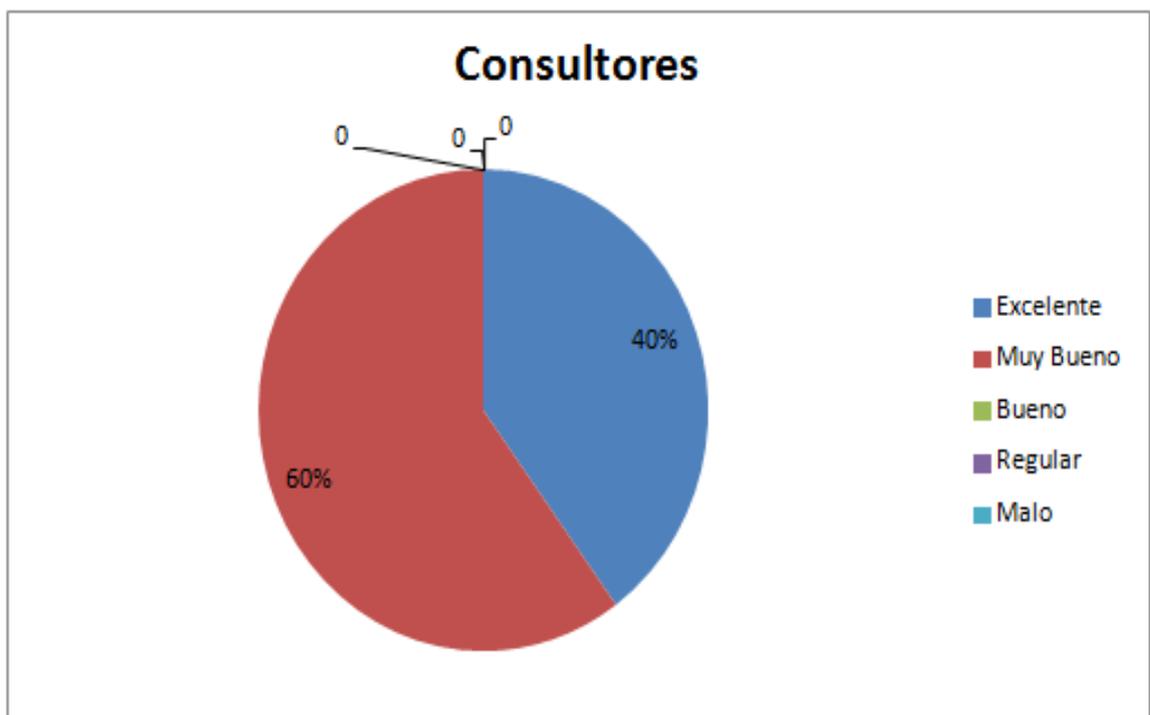
Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que el 50% de los consultores al momento de realizar la modificación es comunicado al cliente, el 30% comunica a la jefa directa y el 20% a otro. Es decir que los consultores no tienen claro a quién debe comunicarle en primera instancia la modificación del cronograma establecido previamente.

VARIABLE: PROCESO DE SELECCION

METODOLOGIA EN LA SELECCION DE PERSONAL

Gráfico # 22



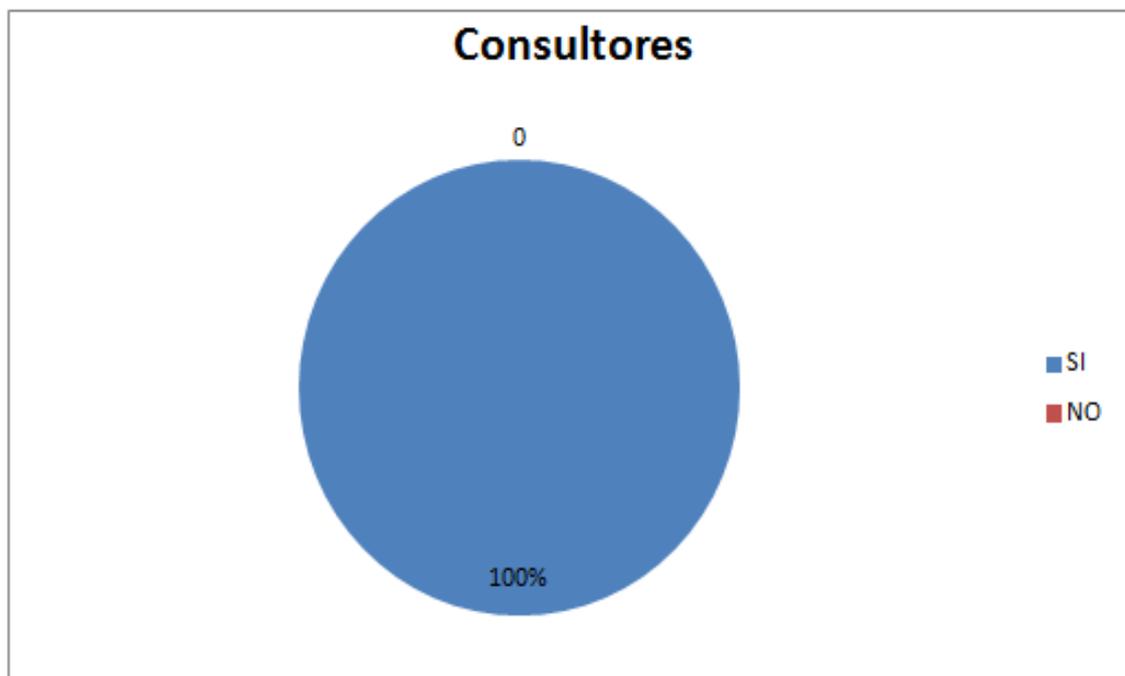
Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que EL 60% de los consultores indica que la metodología utilizada por Samper para los procesos de selección que es el hunting es muy bueno, y el 40% que es una metodología excelente. Es decir que todos los consultores apuntaron a que esta metodología es positiva para la búsqueda y selección de personal.

ESTANDARIZACION DE LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE

Gráfico # 23



Fuente: Clientes

Elaborado: Autora

El gráfico nos muestra que el 100% de los consultores encuestados marcaron que si debería estandarizarse los tiempos de respuesta que se utilizan en el proceso de selección.

ANÁLISIS CUALITATIVO

Realizar el análisis cualitativo según la afirmación de Blasco y Pérez (2007:25), "estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas". En nuestro trabajo la utilizamos para ampliar las variables que nos encontramos trabajando por medio de la entrevista realizada a la Jefa de Selección de Operaciones de Samper Head Hunting sucursal Guayaquil, el día 30 de Enero de 2015.

VARIABLE: Servicio al Cliente

Satisfacción al Cliente

En la entrevista la Ingeniera Bautista indica que ellos miden la satisfacción del cliente por medio de una encuesta de siete preguntas vía telefónica, que la realiza la asistente administrativa al final del procesos. En ella se evalúa el cumplimiento del cronograma de trabajo, asesoramiento por parte del consultor, cumplimiento del perfil, y comentarios adicionales que permite mejorar el servicio.

Entre la información que se obtiene, los clientes manifiestan que existen modificaciones en el cronograma por parte de los consultores por diversas razones.

VARIABLE: Tiempos de Respuesta

Cumplimiento del Cronograma

La Ingeniera Bautista indica que existen en algún momento cambios en el cronograma del proceso que son comunicados en primer lugar a ella y luego al cliente para coordinar las siguientes fechas del proceso.

Entre las razones para los cambios se encuentra la dificultad de localizar en el mercado laboral actual a los candidatos, situación que se da al inicio del proceso

Información del proceso

El proceso de hunting es diferente al proceso tradicional que utilizan otras consultoras, en el mercado de servicios de selección de personal existe otra consultora con el mismo procedimiento pero no es su especialidad.

La mayoría de nuestros clientes nuevamente solicitan nuestro servicio de selección, en los casos en los que no son solicitados estamos al tanto de las falencias que hemos tenido gracias a las encuestas que hemos realizados al finalizar el proceso.

VARIABLE: Proceso de Selección

Metodología

Esta metodología ayuda a encontrar a una persona que se encuentra activa en el mercado laboral de la misma o diferente línea del cliente, siendo de la competencia o de empresas indicadas por el cliente.

PROPUESTA DE UN DISEÑO DE ESTANDARIZACIÓN

Para que el proceso de selección que se ejecuta en la consultora Samper Head Hunting pueda realizarse de manera estandarizada, es necesario que se cuente con información suficiente. Para el caso, los consultores responsables del proceso, van a ser los encargados de brindar los datos necesarios para que en las fases pueda darse en el tiempo requerido y este sea suficiente para cumplir con el objetivo del head hunting y con las expectativas del cliente.

Iniciamos la investigación, considerando el objetivo a corto plazo que se necesita cumplir, el tiempo aproximado de ejecución de cada una de las etapas, el procedimiento establecido para cada una de ellas y el responsable del mismo.

1. Subproceso: Inicio de Proceso de Búsqueda

Objetivo:

Realizar la estrategia con la que se va a trabajar

Aplica:

A todas las empresas (menos los clientes)

Responsables:

Asistentes de Selección, Consultor Junior

Procedimiento:

En el momento de levantar el perfil con el cliente, se acuerda en que empresas se va a realizar la búsqueda de los candidatos, se asesora al cliente cuál es el mercado idóneo de acuerdo a su línea de negocio, finalmente esta estrategia de búsqueda es aprobada por el mismo.

Tiempo estimado de respuesta:

2 días

2. Subproceso: Proceso del Head Hunting

Objetivo:

Obtener información de los candidatos

Aplica:

Candidatos aspirantes a la vacante

Responsables:

Asistentes de Selección, Consultor Junior

Procedimiento:

En primera instancia se realiza un contacto con las empresas que se encuentran en la estrategia, para la obtención de nombres del cargo que se encuentra buscando, luego se realiza una entrevista vía telefónica para la obtención de información requerida por el puesto, esta información es ingresada al sistema

Tiempo estimado de respuesta:

3 días

3. Subproceso: Presentación de Base de Datos

Objetivo:

Presentar a los candidatos contactados

Aplica:

Candidatos aspirantes a la vacante

Responsables:

Consultor Junior, Consultor Senior

Procedimiento:

Se agrupa la información de los candidatos para que el cliente tenga acceso a las características de todos los aspirantes al puesto, en un formato comprimido en Excel.

Tiempo estimado de respuesta:

5 días

4. Subproceso: Entrevistas y Evaluación

Objetivo:

Conocer información requerida por el puesto

Aplica:

Candidatos aspirantes a la vacante

Responsables:

Consultor Junior, Consultor Senior

Procedimiento:

En este paso se realiza las entrevistas y la evaluación por competencias a los candidatos aspirantes.

Tiempo estimado de respuesta:

5 días

5. Subproceso: Terna Finalista

Objetivo:

Escoger al candidato idóneo

Aplica:

Candidatos aspirantes a la vacante

Responsables:

Consultor Junior, Consultor Senior

Procedimiento:

Realizar una presentación formal por medio de diapositivas en la cual contenga información requerida por el cargo y finalmente una relación comparativa de la terna, asesoramiento por parte del consultor para escoger al candidato que más se asemeje a las características del puesto

Tiempo estimado de respuesta:

5 días

De acuerdo a la información obtenida, el proceso de selección debe procurar realizarse en 20 días. Este tiempo permite al consultor realizar las actividades necesarias que requiera la fase y los ajustes que se presenten por inconvenientes respecto a recursos o información.

CONCLUSIONES

El presente proyecto de investigación obtuvo información de clientes, consultores y directivos, cuyo análisis permitió el cumplimiento de los objetivos planteados al inicio del trabajo, los cuáles se indican a continuación:

Las empresas consultoras en recursos humanos son un apoyo indispensable para las organizaciones porque les subministran servicios que cubren falencias respecto al talento humano.

Para las organizaciones que brindan servicios de consultoría la satisfacción del cliente es indispensable, debido a que esto permite su crecimiento y el empoderamiento en el mercado.

En la Consultora Samper Head Hunting la satisfacción del cliente respecto al servicio de selección se reflejó en que la mayor parte de los clientes estaban satisfechos con el servicio y un número menor lo consideró aceptable. Esta satisfacción los llevó a indicar que solicitarían nuevamente el servicio.

En cuanto al cumplimiento de los tiempos de respuestas del proceso de selección, las modificaciones del cronograma establecido suelen ser realizadas en mayor grado por los consultores y en menor frecuencia la realiza el cliente o el candidato.

Cuando se realizan los cambios en el cronograma de trabajo acordado, un número importante de clientes, es notificado a tiempo del progreso del trabajo, lo que permite tomar las respectivas decisiones. Mientras que un porcentaje menor no es notificado a tiempo, situación que repercute en la satisfacción del servicio y por ende en la intención de solicitar nuevamente el servicio

Con respecto a la estandarización de los procesos, los consultores y clientes consideran que es necesario que el proceso de selección sea estandarizado para que se logre disminuir el retraso en las fases, se pueda cumplir con el cronograma establecido y se establezca un tiempo de ejecución de iguales condiciones para todos los clientes.

Con la aplicación de la estandarización de los tiempos de respuesta, la consultora podrá disminuir las quejas que presentan los clientes en relación al servicio de selección que se brinda a través de la metodología del head hunting

El cronograma deberá ser expuesto al cliente, en relación con las fechas en que se inicia el proceso para la búsqueda de cada cargo. Siendo necesario que en todo momento el cliente perciba que es atendido y tomado en cuenta en las diferentes etapas del proceso.

La metodología del head hunting utilizada por la consultora es conocida y aceptada por los clientes porque logra los resultados esperados. En el medio de los servicios de selección esta metodología es considerada un aspecto valioso para obtener un proceso ágil y eficaz, lo que ha permitido a la consultora ser reconocida en el mercado laboral.

BIBLIOGRAFÍA

http://www.samperheadhunting.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=16&Itemid=128&lang=es

Chiavenato (200, pág.; 547). Administración de Recursos Humanos.

Leal, D.J (2005). Fundamentos y Organización de la Selección de Personal

Alles, Martha Alicia (2013, pág.; 41). Social Media Y Recursos Humanos

Fernández Vergara, José (2013; pág.; 11). Empresas de Headhunters de Chile: La Guía Para Empresas, Ejecutivos y Profesionales

Tudela, de Pérez y Báez, Juan (2009; pág. 369) Investigación cualitativa

Garzón Castrillón, Manuel Alfonso (2005; pág. 141). El desarrollo organizacional y el cambio planeado

Schein, Edgar (1988; pág.; 142). Cultura Organizacional

Couso, Renata (2005 pág.; 11). Servicio al cliente: la comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente

Larissa S. Kyj y Myroslaw J (1994, pág.; 41). Customer Service: Differentiation in Internacional Markets,

Warren Blanding (1974, pág.3). 11 Hiden Costs o Customer Service Management

Bastos Boubeta, Ana Isabel (2006 pág.3). Fidelización Del Cliente

Dubrin, Andrew (2008, pág.238). Relaciones humanas, comportamiento humano en el trabajo

Ligero, María (2013, pág. 50). Atención al cliente en el proceso comercial

Frando, Astolfo León (2006, pág. 110). Fundamentos de seguridad al paciente para disminuir errores médicos

Schnaars, Steven P (1991, pág. 208) Estrategias de marketing: un enfoque orientado al consumidor

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: ACROMAX
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUADAN A SU PRESUPUESTO ?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? El servicio de Samper es alto con referencia a otras consultoras del medio
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porque_____
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porqué? Brindan un servicio de calidad

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: ANDES
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué? Al momento de la venta el asesor brinda esta información
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? En la primera etapa del servicio hubieron retrasos de la entrega que modificaron el cronograma establecido en la venta.
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUADAN A SU PRESUPUESTO ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué?
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? Hubo demora en el hunting
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Brindan un buen servicio pero deberían cumplir con el cronograma o indicar en la venta que va a demorar más

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: BLACK AND DECKER
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué? El asesor comercial realiza una presentación de la negociación para adquirir el servicio previo a la compra
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué?
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUADAN A SU PRESUPUESTO ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué?
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Fue establecido luego de la compra del servicio con el consultor
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input checked="" type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porqué?

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: BOEHRINGER INGELHEIM
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué? Facilitan esta información al momento de presentar la organización
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUADAN A SU PRESUPUESTO ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué?
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porque_____
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input checked="" type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porqué? Dan resultados y los consultores son eficiente en su labor

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: CARTOPEL
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué? El asesor comercial los menciona al explicar los servicios que ofrecen y como se los puede obtener
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUADAN A SU PRESUPUESTO ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Es un valor justo por el servicio
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? Existieron variaciones en el cronograma
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porqué? A pesar de las tardanzas, los consultores tratan de brindar un buen servicio

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: DIFARE
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué? Cuando presentan la empresa realizan un resumen de la forma en que uno puede acceder a los servicios y que servicios de RRHH tienen a disposición
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUADAN A SU PRESUPUESTO ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Es equivalente al servicio que venden
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué?
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input checked="" type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porqué? En la parte operativa los consultores son buenos asesores en cuanto al mercado laboral

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: La LLave
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué?
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Cumplieron todos los acuerdos negociados
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN A SU PRESUPUESTO ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué?
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porque_____
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input checked="" type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porqué? Tratan de dar opciones para realizar su trabajo de la mejor manera, buenos negociantes los consultores

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: LG
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUADAN A SU PRESUPUESTO ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porque_____
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porqué? Es un servicio eficiente

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: Marglobal
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? Existió demora en encontrar a la persona adecuada para el puesto requerido
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUADAN A SU PRESUPUESTO ?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? Son altos, dos salarios del cargo de la persona que va a ingresar
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? Los avances al comienzo los entregaron a tiempo, luego como no se encontraba a esta persona en el mercado no se cumplieron las fechas de la venta del servicio
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Porqué? No ubican a las personas de forma rápida en el medio

ENCUESTA A CLIENTES

Nombre de la Empresa u Organización: PEPSICO
1. ¿CONOCE USTED LOS SERVICIOS QUE BRINDA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
2. ¿ CONOCE USTED LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO EN SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
3. ¿ CUÁL ES SU NIVEL DE SATISFACCION RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
4. ¿ SUS EXPECTATIVAS ACERCA DEL SERVICIO FUERON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Cumplieron todo lo acordado
5. ¿ LA ACTITUD DE LOS CONSULTORES HACIA USTED FUE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
6. ¿LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUADAN A SU PRESUPUESTO ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Es un valor justo para conseguir a un candidato de la competencia, y su anticipo del 50% para empezar a trabajar en el proceso
7. ¿LA METODOLOGIA UTILIZADA POR SAMPER HEAD HUNTING PARA LA SELECCION DE PERSONAL CONSIDERA USTED QUE ES?

<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
8. ¿LA INFORMACION DE LOS AVANCES DEL PROCESO LLEGARON A TIEMPO PARA LA TOMA DECISIONES?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porque_____
9. ¿EN ALGUNA ETAPA DEL PROCESO SE REALIZÓ MODIFICACIONES EN EL CRONOGRAMA ESTABLECIDO? MARQUE QUIÉN LA REALIZÓ
<input type="checkbox"/> 1. Modificación por parte del consultor <input checked="" type="checkbox"/> 2. Modificación por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificación por parte de candidatos
10. ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SI EN SAMPER HEAD HUNTING LOS PROCESOS ESTAN ESTANDARIZADOS?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No
11. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No
12. ¿VOLVERIA USTED A SOLICITAR NUESTRO SERVICIO DE CONSULTORIA?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porqué? Actualmente somos clientes frecuentes y nos brindan descuentos, trabajo eficaz

ANEXO 2

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: Caro Leon
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS CLIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? La tarifa varía de acuerdo al cliente
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?

<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Porque? Es indispensable que el cliente sepa en qué etapa va el proceso de selección
8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modificado por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modificado por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificado por parte de candidatos
9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro _____
10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: Gianella Rodriguez
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS CLIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué? Los informa los asesores comerciales al momento de vender el servicio
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? Muchas veces existen cambios del cronograma por diferentes razones, en el hunting no se obtienen todos los datos necesarios
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING

<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Debe existir una retroalimentación con el cliente porque muchas veces existen cambios de las características del puesto
8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?
<input type="checkbox"/> 1. Modifico por parte del consultor <input checked="" type="checkbox"/> 2. Modifico por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3 Modifico por parte de candidatos
9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLOS
<input type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro _____
10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: Sthepanie Castillo
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS C LIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué? Los asesores comerciales capacitan a los clientes antes de vender el servicio
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING
<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?

<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Los clientes necesitan coordinar asuntos internos en su organización, por eso es necesario informarles los avances
8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modificado por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modificado por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modificado por parte de candidatos
9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLOS
<input type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input checked="" type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro _____
10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: José Miguel Rojas
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS C LIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING
<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?

<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Es un trabajo que se lleva entre el cliente y el consultor para tener los resultados deseados
8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modifico por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modifico Modificación por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3 Modifico por parte de candidatos
9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLOS
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro _____
10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: Juan José Vintimilla
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS CLIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué? Los encargados son los asesores comerciales
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo

7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Necesitan saber en qué etapa del proceso se está trabajando
8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?
<input type="checkbox"/> 1. Modifico por parte del consultor <input checked="" type="checkbox"/> 2. Modifico por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modifico por parte de candidatos
9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLOS
<input type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input checked="" type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro _____
10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: Lissete Burbano
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS C LIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING

<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Son necesarios para que tengan conocimiento los clientes en cómo evoluciona el trabajo
8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modifico por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modifico por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modifico por parte de candidatos
9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLOS
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro _____
10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: Cristina Santacruz
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS CLIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? En algunas etapas del proceso varia el tiempo porque no se consiguen datos del cargo que nos encontramos buscando
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING
<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?

<p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? El cliente necesita saber el progreso del proceso y cuáles son las siguientes fases</p>
<p>8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Modifico por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modifico por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modifico por parte de candidatos</p>
<p>9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLOS</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input checked="" type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro _____</p>
<p>10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____</p>
<p>11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____</p>

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: Daniela Mantilla
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS C LIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? Al 100% no son cubiertas debido a que la metodología que utilizamos, tiene muchas variantes en cuantos a los tiempos en ciertas ocasiones de acuerdo al grado de dificultad del cargo
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? Los clientes necesitan muchas veces de manera urgente cubrir una vacante
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING
<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo

7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? El cliente evidencia el progreso del servicio y tiene la opción de coordinar el ingreso del candidato
8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Modifico por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modifico por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modifico por parte de candidatos
9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLOS
<input type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input checked="" type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro _____
10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: Mónica Vera
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS C LIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING
<input type="checkbox"/> 1. Excelente <input checked="" type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?

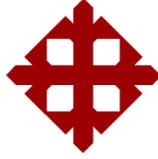
<p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No</p> <p>Por qué? Es la forma en que el cliente puede saber paso a paso las actividades que se realizan para encontrar al candidato idóneo</p>
<p>8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Modifico por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modifico por parte del cliente <input checked="" type="checkbox"/> 3. Modifico por parte de candidatos</p>
<p>9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLOS</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input checked="" type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro _____</p>
<p>10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____</p>
<p>11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____</p>

ENCUESTA A CONSULTORES

Nombre y Apellido: Andrea Zurita
1. ¿ USTED INFORMA LOS PASOS PARA ADQUIRIR UN SERVICIO A LOS C LIENTES DE SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No 3. Por qué _____
2. ¿ CUÁL CREE USTED QUE ES EL NIVEL DE SATISFACCION DEL CLIENTE CON RESPETO AL SERVICIO DE CONSULTORIA BRINDADO POR SAMPER HEAD HUNTING?
<input type="checkbox"/> 1. Muy Satisfecho/a <input checked="" type="checkbox"/> 2. Satisfecho/a <input type="checkbox"/> 3. Aceptable <input type="checkbox"/> 4. Insatisfecho/a <input type="checkbox"/> 5. Muy Insatisfecho/a
3. ¿ USTED CREE QUE LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE ACERCA DEL SERVICIO SON CUBIERTAS? En caso de que su respuesta sea NO explique el motivo
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
4. ¿ ALGUNO DE SUS CLIENTES SE HA QUEJADO DEL SERVICIO RECIBIDO?
<input type="checkbox"/> 1. Si <input checked="" type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
5. ¿USTED CREE QUE LOS VALORES QUE CORRESPONDEN AL SERVICIO DE CONSULTORIA SE ADECUAN AL PRESUPUESTO DEL CLIENTE ?
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____
6. ¿ COMO CONSIDERA USTED A LA METODOLOGIA UTILIZADA PARA LA SELECCION DE PERSONAL PARA SAMPER HEAD HUNTING
<input checked="" type="checkbox"/> 1. Excelente <input type="checkbox"/> 2. Muy bueno <input type="checkbox"/> 3. Bueno <input type="checkbox"/> 4. Regular <input type="checkbox"/> 5. Malo
7. ¿ USTED CREE QUE ES NECESARIO INFORMAR LOS AVANCES DEL PROCESO AL CLIENTE ?

<p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? El cliente necesita estar al tanto de los pasos que realizamos al encontrar a la persona que requieren</p>
<p>8. ¿ EL CRONOGRAMA EN ALGUN MOMENTO POR QUIEN PUEDE SER MODIFICADO?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Modifico por parte del consultor <input type="checkbox"/> 2. Modifico por parte del cliente <input type="checkbox"/> 3. Modifico por parte de candidatos</p>
<p>9. ¿ SI USTED MODIFICARA EL CRONOGRAMA A QUIEN TENDRIA USTED QUE COMUNICARLOS</p> <p><input type="checkbox"/> 1. Jefa Directa <input type="checkbox"/> 2. Cliente <input type="checkbox"/> 3. Otro: Jefe y Cliente</p>
<p>10. ¿USTED CREE QUE ES INDISPENSABLE ESTANDARIZAR LOS TIEMPOS DE RESPUESTA AL CLIENTE?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____</p>
<p>11. ¿USTED CREE QUE LOS CLIENTES QUE HAN RECIBIDO EL SERVICIO VOLVERIA A CONTRATARLO?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 1. Si <input type="checkbox"/> 2. No Por qué? _____</p>

ANEXO 3



UCSG

Entrevista dirigida a la Jefa de Selección de Samper Head Hunting

Nombre de la Entrevistada: Ivón Bautista

Nombre del Entrevistadora: Carolina Infante

Fecha: 30 de Enero de 2015

Tiempo: 30 minutos

1. ¿Cómo usted puede medir la satisfacción de los clientes?

Nosotros medimos la satisfacción del cliente por medio de una encuesta via telefónica al momento en el que se cierra el proceso o el servicio llega a su fin, es realizada por la Asistente Administrativa, en la cual mencionan siete preguntas que van en relación con el cumplimiento del cronograma de trabajo, asesoramiento adecuado por parte del consultor, cumplimiento con el objetivo de las características del perfil, y recomendaciones o comentarios adicionales para mejorar el servicio.

2. ¿Cuáles han sido las quejas más comunes o mayormente por parte de los clientes. Servicio al cliente y tiempo de respuesta?

Las quejas más comunes que tenemos es la modificación del cronograma por parte de los consultores debido a algunos factores que no podemos determinar como por ejemplo el cargo que se está buscando es de mucha importancia en la empresa y se nos dificulta llegar a obtener datos inmediatos del candidato, o su vez los clientes cambian las características del perfil y debemos empezar nuevamente la búsqueda de ese perfil, otra queja que hemos tenido es que los consultores cuando son nuevos como no tienen la experiencia se demoran en la etapa del hunting que es la búsqueda de las personas por medio de los cargos, por esta razón es modificado todo el cronograma previamente establecido al momento de la venta del servicio.

3. ¿Qué cree que da el valor agregado a la metodología del head hunting utilizada por Samper?

La metodología del hunting nos ayuda a encontrar a una persona que se encuentra en activamente en el mercado laboral de la misma o diferente línea que tiene nuestro cliente, puede ser la competencia directa o empresas que el cliente desee que toquemos. Por ejemplo LG necesita un vendedor de Panasonic de línea blanca.

4. ¿Si existieran cambios en el cronograma que se entrego al cliente, esto a quien se notifica y cuál es el siguiente paso al respecto?

En primera instancia esto debería ser reportado a mí, es decir a la jefa de operaciones, posteriormente al cliente para coordinar las siguientes fechas del avance del proceso de selección que nos encontramos llevando.

5. A partir de la pregunta anterior cuales son las situaciones que conduzcan a cambios en el proceso de selección ya establecidos

Por lo general siempre se dan en la primera etapa del proceso llamada hunting por que se dificultan el primer acercamiento con los posibles candidatos en la que se realiza la base de datos que se localiza en el mercado laboral actual

6. ¿Qué es lo que tienen en común el proceso de consultoría para las diferentes empresas?

En el medio solo una consultora es nuestra competencia directa en el reclutamiento de selección por la metodología del hunting, pero nosotros somos especializados en esta metodología, ellos tienen metodología tradicional y hunting

7. ¿Cuántas empresas han reiterado su confianza para estos procesos?

Tenemos un bajo porcentaje de empresas que no vuelven a contratar nuestros servicios, en la cual para saber el motivo aplicamos la encuesta de satisfacción al cliente para poder mejorar las falencias que tenemos como organización.

ANEXO 4

Formato del Sistema

SAMPER
HEADHUNTING

ASPIRANTES
Datos Candidato
Crear Candidato

HUNTING
Datos Proceso

CONSULTAS
Procesos
Candidatos
Empresas Off
Bolsa

Datos Personales [Formacion Académica](#) [Idiomas](#) [Experiencia](#) [Adjuntos](#) [Resumen](#) [Datos Hunting](#)

Cédula de Identidad: 1801987975 **Última Actualización:** 12/12/2011

Nombres: ANDRES

Apellido Paterno: TINAJERO *Apellido Materno: VASCONEZ

Género: Masculino

Fecha de Nacimiento: 26 Octubre 1985

Nacionalidad: ECUATORIANA Otra Nacionalidad: Seleccione

País de residencia: ECUADOR Solo si su país de residencia es Ecuador, se valida la cédula

Ciudad: GUAYAQUIL

Teléfono domicilio: 593 .4 .48043906

Otro Teléfono domicilio: 593 . .

Celular: 593 .093983523

Teléfono oficina: 593 .4 .2240700 Ext. 3400

Otro Teléfono oficina: 593 . . Ext.

 Su dirección de Correo Principal, será el usuario de acceso y el medio de contacto entre usted y nosotros.

Correo Principal: andres.tinajero@e-arca.com.ec

Correo Secundario: anrativas@yahoo.com.ar

Formato de Base de Datos

(Nombre del Cliente)
(Cargo Vacante)

Estado	Observación	Candidato	Empresa Actual	Cargo Empresa	Edad	Profesión	Otros Estudios	Idioma	Observación de Experiencia	Paquetes	Funciones	Reporta A	A cargo de	Salario	Aspiración	Beneficios
SI EVALUAR	(E)H EDAD 32 AÑOS, BUEN NIVEL DE COMUNICACIÓN, ASPIRACIÓN SALARIAL NEGOCIABLE. RESCATADO DE LA PRIMERA BUSQUEDA	PATRICIO RODOLFO RIVERA ARMILLOS	ANTONIO PINO YOAZA & CIA	JEFE DE MERCADEO (2A)	32	INGENIERO COMERCIAL- UNIVERSIDAD CASA GRANDE	DIPLOMADO: GERENCIA ESTRATEGICA DE MERCADO- TECNOLOGICO DE MONTERREY- TITULADO	INGLES: H:70 E:70 L:80	1. GUAYAQUIL COUNTRY CLUB (2A); JEFE DE MERCADEO Y RRPP. 2. CAFE COM (CAFE DE LOJA - CAFE CARIAMANGA) (MAM); GERENTE DE MERCADEO Y VENTAS 3. GRANASA (DIARIO EXPRESO - DIARIO EXTRA) (2A); JEFE DE PRODUCTO 4. JUAN MARCET (2A); JEFE NACIONAL DE MERCADEO, 5. ANTONIO PINO YOAZA (2A); JEFE DE MERCADEO	OFFICE 100%	DISEÑAR Y EJECUTAR EL PLAN DE MARKETING, COMUNICACIÓN Y MEDIOS, PLAN DE STORE DESIGN VISUAL MERCHANDISING. COORDINAR EL DESARROLLO Y MANEJO DE CATEGORÍAS DE PRODUCTOS, STOCK INTELIGENTE POR PRODUCTO POR PUNTOS DE VENTAS. DESARROLLAR LA ESTRATEGIA PARA LA APERTURA DE NUEVOS PUNTOS DE VENTAS. NEGOCIAR CON PROVEEDORES. ELABORAR EL PRESUPUESTO DE MERCADEO (JUNTO CON EL DPTO. DE VENTAS)	GERENTE GENERAL: ANDRES PINO NO HAY SUB-GERENTE O GERENTE DE MERCADEO	N/A	3000	5000	DE LEY, BONO MENSUAL: \$500, PLAN CELULAR, BONO POR RESULTADOS (OCASIONAL): \$500, (CARGA FAMILIAR), UTILIDADES: \$500 APROX., ASPIRACIÓN A PARTIR: \$5.000 (NEGOCIABLES) + BENEFICIOS
SI EVALUAR	(C) BUEN PERFIL PARA EL CARGO	CARLOS PRADA BARAZA	DURAGAS SA	JEFE DE ADMINISTRACION (2M)	41	LICENCIADO EUROPEO DE MADRID- MARKETING	MAESTRIA: MARKETING INTERNACIONAL INSTITUTO EUROPEO DE MADRID- TITULADO	INGLES: H:50 E:50 L:50	1. JABONERIA NACIONAL (3M) MANAGER CUENTAS ESPECIALES 2. AGENCIA DE PUBLICIDAD TACTICA (1A) DIRECTOR DE CUENTAS 3. BIELA (SERVICERIA SUDAMERICANA) (2A)M); GERENTE DE MARKETING 4. DURAGAS S.A.- COORDINADOR DE REDES COMERCIAL (2A), JEFE DE MARKETING (9A), JEFE DE ADMINISTRACION (2M)	OFFICE: 100%	DEFINIR EN CONJUNTO CON GERENCIA LA ESTRATEGIA COMPETITIVA, DISEÑAR EN CONJUNTO CON JEFES DE MARCAS LA ESTRATEGIA PROMOCIONA Y PUBLICITARIA, CANALES (MODERNO Y TRADICIONAL), ACTIVACIONES DE BTL, DISEÑAR Y ADMINISTRAR EL PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS E INGRESO, ANALIZAR LAS PROMOCIONES DE LA COMPETENCIA	GERENTE DE SERVICIOS COMERCIAL (ERICK BAÑO)	1 JEFE ADMINISTRATIVOS 3 ASISTENTE ADMINISTRATIVOS 1 JEFE DE VOLANTE	4000	5000	BENEFICIOS DE LEY, SEGURO MEDICO, CELULAR, TARJETA DE COMISARIATO, BONO ANUAL 15% DE SU SUELDO. UTILIDADES \$15000.
SI EVALUAR	(C) LLAMAR PARA VERIFICAR SUELDO.	JOSELUIS OCHOA PAREDES	INDUSTRIAL DANESA (PALMERAS DEL ECUADOR)	COORDINADOR REGIONAL DE MERCADEO COSTA	35	INGENIERO COMERCIAL- LAICA- ESPECIALIZACION EN MKT		INGLES: H:80 E:80 L:80	1. GRAIMAN (2A); JEFE DE BODEGA. 2. PLOOF (1A); JEFE DE BODEGA. 3. AGENCIA DE PUBLICIDAD CERINCE (2A); EJECUTIVO DE CUENTAS (DANEC, NESTLE, ALPINA Y KRAFT). 4. DANEC (4A)M); COORDINADOR REGIONAL DE MERCADEO COSTA	OFFICE AL 100%	ELABORAR ACTIVIDADES PROMOCIONALES; COORDINAR PUBLICIDAD CON MEDIOS; REALIZAR MERCHANDISING; ENCARGADO MARKETING DE LA REGION COSTA; MANEJO DE VARIAS MARCAS: MARGARINA REGIA, ACEITE EL COCINERO, PALMA DE ORO, JARON IDEAL; REALIZAR PLAN DE PROMOCIONES Y ACTIVIDADES PROMOCIONALES; DEFINIR LAS ESTRATEGIAS DE MKT; ELABORAR EL PRESUPUESTO PARA CADA LINEA; MANTENER RELACION CON MEDIOS	GERENTE DE VENTAS Y GERENTE DE MERCADEO EN OUITO: RICARDO PEREZ	18: MERCADERISTAS, 2 ASISTENTES DE MKT EN OUITO QUE AYUDAN A GVE1 DISEÑADORA GRAFICA EN OUITO, 25 EVENTUALES	1500	2500	SERVIRO MEDICO PRIVADO, TARJETA DE COMISARIATO.

Formato de la Terna Finalista



INFORME INDIVIDUAL DE
CANDIDATOS FINALISTAS

JEFE DE LÍNEA MODAL TRADE

DIANA SÁNCHEZ



DIANA SÁNCHEZ

Datos Generales



DIANA SÁNCHEZ

Experiencia Laboral



Empresa	Cargo	Fecha Entrada	Fecha Salida	Motivo de Salida
Transportes Consolidados andinos S.A	Asistente	2004	Febrero de 2008	Mejor oferta laboral
Consunt logists compañía limitada	Customer Service	Abril 2012	Octubre de 2012	Cerro la empresa
pranainc	Asistente de gerencia y departamento de compras y ventas	Enero 2010	2012	Tema profesional se aguste de su estudio
Yuquita express	Cajera y atencion al cliente	2008	2009	Trabajo q se ajuste a su estudio, no estaba asegurada
		-		
	Ejecutivo de ventas senior	Agosto 2012	Actual	



DIANA SÁNCHEZ
Detalle de Ingresos



Salario Actual

USD 480 Brutos (fijos).

Beneficios Adicionales :

•Beneficios de ley

Aspiración Salarial:

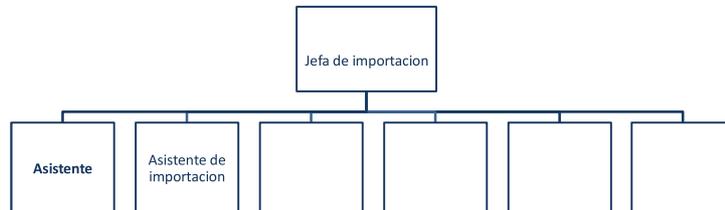
USD 600 brutos.



DIANA SÁNCHEZ
Nivel de reporte



TRANSOCEAN DEL ECUADOR



No. empleados en la empresa:	24 empleados
-------------------------------------	--------------



DIANA SÁNCHEZ



Principales Responsabilidades de la Posición

- Visitar a los clientes, contarlos vía telefónica
- Realizar visitas a clientes para cerrar las negociaciones o cuando el cliente
- Elaborar cotizaciones de tarifas de importación y exportación (en ocasiones)
- Dar seguimiento a los clientes
- Brindar servicio de monitoreo: calidad del servicio, y lo coja mes a mes
- Coordinar embarques desde las fincas hasta el puerto marítimo
- Buscar y captar nuevos clientes.



DIANA SÁNCHEZ



Principales Logros

- Consiguio que los clientes mas fuertes no se vayan porque querian desistir del servicio, dio beneficios
- Asistio a todo el departamento de customer service
- Lidio con un cliente que dio muchas quejas, amplio la red de cacao



DIANA SÁNCHEZ

Conocimientos Técnicos



CONOCIMIENTO	OBSERVACIÓN
CARTERA DE CLIENTES	
CLIENTES MÁS IMPORTANTES	<ul style="list-style-type: none"> •Primax, Maquinarias Enriques, •Importa: Ing J Espinoza, Uniescan, Idima S.A



DIANA SÁNCHEZ

Conocimientos Técnicos



CONOCIMIENTO	OBSERVACIÓN
GESTIÓN ESPECÍFICA QUE REALIZA	<p>Informe al cliente cuando llega a la carga, documentacion en regla, BL, tramita carta de salida, logistica de documentacion y asesoramiento.</p> <p>Espacio en la naviera emitia documentos de expor, logistica movimiento de transporte, pagos en la entidades (micro, magap) reunia documentacion y enviarla</p>
VISITAS AL DÍA	<p>No tiene # de visitas.</p> <p>Anterior trabajo/ depende de lo que capten los vendedores</p>



DIANA SÁNCHEZ

Conocimientos Técnicos



CONOCIMIENTO	OBSERVACIÓN
PRESUPUESTO ASIGNADO AL MES	No
CARGOS CON LOS QUE NEGOCIA	Anterior: exportadores de frutas de guayaquil, santo domingo, quevedo



DIANA SÁNCHEZ

Análisis de Competencias

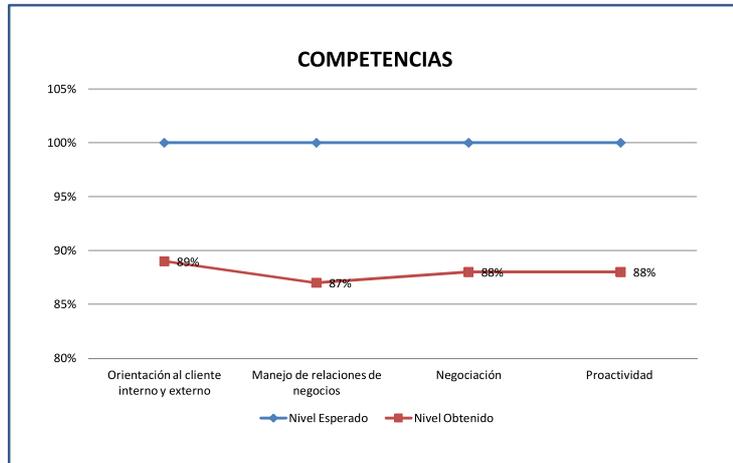


Competencias	Definición	Nivel Obtenido	Conducta Observada
Orientación al cliente interno y externo	Demostrar sensibilidad por las necesidades o exigencias que un conjunto de clientes potenciales externos o internos pueden requerir en el presente o en el futuro.	89%	El cuidado del cliente forma parte siempre de su estrategia de empresa; es una convicción que promueve a través de su constante ejemplo.
Manejo de relaciones de negocios	Es la habilidad para crear y mantener una red de contactos con personas que son o serán útiles para alcanzar las metas relacionadas con el trabajo.	87%	Construye relaciones clave con personas que le pueden ofrecer información importante o que en un futuro pueden contribuir de manera relevante a solucionar problemas o lograr los objetivos organizacionales.
Negociación	Capacidad para dirigir o controlar una discusión utilizando técnicas ganar - ganar, planificando alternativas para negociar los mejores acuerdos. Se centra en el problema y no en la persona.	88%	Busca, dentro de los argumentos que le son favorable, ventajas que benefician a la contraparte para propiciar el acuerdo.
Proactividad	Es la predisposición a emprender acciones, crear oportunidades y mejorar resultados sin necesidad de un requerimiento externo que empuje a hacerlo.	88%	Se mantiene actualizado con la información de los competidores y las tendencias de mercado; identifica las oportunidades de negocio para la organización; mantiene la conciencia de los desarrollos en la estructura y política organizacional.

Nivel De Competencia	Observación
A = 76% al 100%	Altamente desarrollada
B = 51% al 75%	Desarrollada
C = 1% al 50%	En desarrollo



Competencias Evaluadas BEI



Nivel De Competencia	Observación
A = 76% al 100%	Altamente desarrollada
B = 51% al 75%	Desarrollada
C = 1% al 50%	En desarrollo



DIANA SÁNCHEZ



Análisis del perfil del candidato

Fortalezas (Alineadas al perfil duro)	Áreas de Mejora
HONESTA PUNTUAL RESPONSABLE RECÍPROCA PERSEVERANTE	
Características Personales	Motivación para un Cambio:
HONESTIDAD	MEJOR PROPUESTA SALARIAL, APRENDER NUEVAS ACTIVIDADES