



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de  
Ingeniera de Empresas**

**LA ALTA ROTACIÓN DEL PERSONAL INCIDE EN EL  
SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA “RODDOME  
PHARMACEUTICAL S.A.” EN LA CIUDAD DE AMBATO.**

**Autora: Jessica Veronica Paz Abril**

**TUTOR: Ing. MBA. José Herrera**

**AMBATO – ECUADOR**

**Noviembre 2012**



*Ing. MBA. José Herrera*

***CERTIFICA:***

Que el presente trabajo ha sido revisado minuciosamente. Por lo tanto autorizo la presentación de este Trabajo de tesis, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad.

Ambato, Noviembre 2012

---

*Ing. MBA. José Herrera*

**TUTOR DE TESIS**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Jessica Veronica Paz Abril, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo a la Obtención del Título de Ingeniera de Empresas son Absolutamente originales, auténticos y personales; a Excepción de las citas bibliográficas.

---

*Srta. Jessica Veronica Paz Abril*

*C.I. 1804335295*

**AUTORA**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos docentes Miembros del Tribunal de Grado, aprueban la presente Tesis de Grado, la misma que ha sido elaborada de conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f.- \_\_\_\_\_

**Ing. Patricio Pazmiño**

f.- \_\_\_\_\_

**Dra. MG. Zoila López**

Ambato, Noviembre 2012

## **DERECHOS DEL AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos del autor.

---

*Srta. Jessica Veronica Paz Abril*

*C.I. 18043335295*

**AUTORA**

## **DEDICATORIA**

A Dios por darme la oportunidad de haber alcanzado tantos logros y objetivos en mi vida, a mis padres que con su infinito amor, cariño y paciencia me han apoyado en las buenas y en las malas, a mis hermanos por apoyarme impartíendome siempre sus sabios consejos por estar pendiente durante mi vida universitaria, a mi sobrinito que ha sido la luz que me ha dado fuerzas y ánimo para seguir adelante.

**J.P.**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Técnica de Ambato que me ha dado la oportunidad de conocer las aulas de clase de conocer a las autoridades, a mis queridos docentes y a todo el personal que labora en esta acreditada Institución, especialmente a todas las personas que me apoyaron dándome consejos, impartíendome conocimientos, y guiando también a los que me vieron desarrollarme dentro de mi querida Facultad de Ciencias Administrativas que fue el pilar fundamente de mi carrera.

**J.P.**

## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenido</b>	<b>Páginas</b>
Portada.	<b>I</b>
Certificación.	<b>ii</b>
Declaración de Autenticidad.	<b>iii</b>
Aprobación del Tribunal.	<b>iv</b>
Derechos del Autor	<b>v</b>
Dedicatoria.	<b>vi</b>
Agradecimiento.	<b>vii</b>
Índice General.	<b>Viii</b>
Índice de Contenido.	<b>ix</b>
Índice de Tablas.	<b>Xii</b>
Índice de Gráficos.	<b>Xii</b>
Índice de Anexos.	<b>Xiii</b>
Resumen Ejecutivo.	<b>Xiv</b>



## ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA .....	2
1. TEMA.....	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1. Contextualización del Problema .....	2
1.1.2. Análisis Crítico .....	4
1.1.3. Prognosis.....	5
1.1.4. Formulación del Problema.....	5
1.1.5. Preguntas Directrices .....	6
1.1.6. Delimitación del Problema .....	6
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	7
1.3. OBJETIVOS.....	8
1.3.1. General.....	8
1.3.2. Específicos.....	8
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	9
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....	12
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	14
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	16
2.4.1. Rotación de Personal (Variable independiente) .....	19
2.4.2. Servicio al cliente (Variable dependiente) .....	30
2.5. Hipótesis .....	40

2.6. Señalamiento de variables .....	40
CAPÍTULO III	
METODOLOGÍA .....	41
3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN .....	41
Enfoque Cualitativo.....	41
3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	43
Investigación Exploratoria.....	43
Investigación Descriptiva .....	43
Investigación Correlacional.....	43
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	44
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	45
3.4.1. Variable Independiente: Rotación de Personal.....	45
3.4.2. Variable dependiente: Servicio al Cliente .....	46
3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	47
3.5.1. Técnicas.....	47
3.5.2. Instrumentos .....	47
3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	48
CAPÍTULO IV	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	51
4.1. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	60
Planteamiento de la Hipótesis .....	60
Tablas de Contingencia .....	60
Nivel de Significancia o Grados de Libertad .....	63
Gráfico de decisión.....	65
CAPÍTULO V	

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	65
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES .....	67
CAPÍTULO VI	
PROPUESTA.....	68
6.1. DATOS INFORMATIVOS.....	68
6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA .....	69
6.3 JUSTIFICACIÓN.....	69
6.4. OBJETIVOS.....	70
6.4.1 Objetivo General .....	70
6.4.2 Objetivos Específicos .....	71
6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	71
6.6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	72
6.7. MODELO OPERATIVO.....	79
6.7.1 RECLUTAMIENTO .....	83
6.7.2. SELECCIÓN .....	87
6.7.3. CONTRATACIÓN.....	99
6.7.4. INDUCCIÓN.....	104
6.7.5. CAPACITACIÓN .....	106
6.8. Presupuesto.....	111
6.9. Administración de la Propuesta.....	112
6.10. Evaluación de la propuesta.....	113
BIBLIOGRAFÍA.....	114

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: FRECUENCIA DE CAMBIO DE VISITADORES MEDICOS .....	51
Tabla N° 2: APRECIACIÓN DEL CLIENTE AL CAMBIO DE PERSONAL.....	52
Tabla N° 3: ATENCIÓN AL CLIENTE DE RODDOME .....	53
Tabla N° 4: CAPACIDAD DEL EMPLEADO .....	54
Tabla N° 5: CONFORMIDAD DEL CLIENTE .....	55
Tabla N° 6: SERVICIO POST - VENTA .....	56
Tabla N° 7: BENEFICIOS ADICIONALES .....	57
Tabla N° 8: FIDELIDAD DEL CLIENTE.....	58
Tabla N° 9: EXPECTATIVA DEL CLIENTE .....	59
Tabla N° 10: TABLA DE CONTINGENCIA DE .....	61
FRECUENCIAS OBSERVADAS.....	61
Tabla N° 11: TABLA DE CONTINGENCIA DE .....	61
FRECUENCIAS ESPERADAS.....	61
Tabla N° 12: TABLA DE CONTINGENCIA DE .....	62
CALCULO DE $J_i$ – CUADRADO .....	62

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: FRECUENCIA DE CAMBIO DE VISITADORES MEDICOS .....	51
Gráfico N° 2: APRECIACIÓN DEL CLIENTE AL CAMBIO DE PERSONAL.....	52
Gráfico N° 3: ATENCIÓN AL CLIENTE DE RODDOME .....	53
Gráfico N° 4: CAPACIDAD DEL EMPLEADO .....	54
Gráfico N° 5: CONFORMIDAD DEL CLIENTE .....	55
Gráfico N° 6: SERVICIO POST - VENTA .....	56
Gráfico N° 7: BENEFICIOS ADICIONALES .....	57
Gráfico N° 8: FIDELIDAD DEL CLIENTE.....	58
Gráfico N° 9: EXPECTATIVA DEL CLIENTE .....	59

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A Árbol de problemas.....	116
Anexo B Registro Único de Proveedores (RUP) Roddome S.A (1/2).....	117
Anexo C Principales Productos Roddome S.A.....	119
Anexo D Nomina Personal Empresa Roddome S.A.....	120
Anexo E (1/4) Listado de Clientes Roddome S.A.....	121
Anexo F Logotipo y Publicidad.....	125
Anexo G Ficha de Observación.....	126
Anexo H Cédula de Entrevista.....	127
Anexo I Encuesta.....	129
Anexo J Informe Selección Pruebas.....	132
Anexo K Análisis, descripción y especificación de puestos.....	133
Anexo L Método de Categoría.....	134
Anexo M Proceso del visitador médico.....	135
Anexo N Medicamentos.....	136
Anexo Ñ Pruebas Psicométricas.....	139
Anexo O Pruebas prácticas.....	141
Anexo P Ubicación Geográfica Roddome S.A .....	143

## RESUMEN EJECUTIVO

La Empresa “Roddome Pharmaceutical S.A.” ubicada en la ciudad de Ambato se dedica a la distribución de medicamentos y venta de los mismos que está atravesando por un problema que es la alta rotación del personal en el Departamento de ventas, provocando la insatisfacción del servicio a sus clientes, por la falta del Recurso Humano idóneo en su lugar de trabajo, una mala selección del personal, etc. que impiden tener al personal estable, por lo que es necesario analizar las razones, solucionarlas y poder cumplir con las expectativas que requieren los clientes.

La metodología que aplicaremos para dar solución al problema será la creación de un manual de reclutamiento y selección de personal que aportará con el proceso de contratación de personal calificado dentro de la misma, puesto que las indagaciones realizadas en la empresa Roddome, manifiestan que no cuentan con una herramienta básica en cuanto a la selección, con este antecedente nuestro propósito es que la empresa obtenga un personal estable, llegar a una contratación acertada, que el trabajador desarrolle su potencial y contribuya con el crecimiento de la empresa.

Las personas, con sus conocimientos y habilidades intelectuales, se convierten en la actualidad en una base principal de la nueva organización; las empresas que tratan bien a la gente hacen más que asegurar buenas condiciones laborales y una buena paga, construir relaciones especiales con los trabajadores y, gracias a ello, mejoran su desempeño en el lugar de trabajo y disminuye la rotación.

**Palabras claves:** Alta Rotación, personal, incide, servicio, cliente.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo está dedicado a la investigación de la alta Rotación de Personal y su incidencia en el servicio al cliente de la empresa “Roddome Pharmaceutical S.A.” de la ciudad de Quito – Sucursal Ambato, y se inicia con un tema específico de investigación, el planteamiento del problema objeto de estudio, la delimitación de este en diferentes marcos que lo podemos encontrar en el CAPITULO 1 de este trabajo. Se procede también a justificar y plantear objetivos, general y específicos.

Se prosigue en el CAPITULO II a establecer antecedentes investigativos, también se fundamenta filosófica y legalmente el trabajo, en la fundamentación teórica se procede a realizar la categorizaciones fundamentales y a plantear una hipótesis que será verificada posteriormente, así mismo, se señalan las variables que intervienen en la investigación.

A continuación tenemos la descripción de la metodología de estudio que contiene aspectos como: la modalidad y nivel o tipo de investigación. En el CAPITULO III también podemos instaurar una población y encontrar una muestra de la misma, operacionalización de variables y a establecer un plan de recolección y procesamiento de información.

En el CAPITULO IV se analizan y se interpretan los resultados obtenidos en el capítulo anterior. Asimismo se realiza la verificación de la Hipótesis.

En el penúltimo capítulo, es decir en el CAPITULO V encontramos las Conclusiones y Recomendaciones de los resultados analizados en el trabajo de investigación.

Por último desarrollaremos el Informe final o Propuesta que viene dada por: datos informativos, antecedentes, Justificación, objetivos, un Análisis de factibilidad, la Fundamentación, Metodología, Administración y Previsión de la evaluación en el CAPITULO VI.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **1. TEMA**

Rotación de personal y su incidencia en el servicio al cliente de la empresa “Roddome Pharmaceutical S.A.” de la ciudad de Quito – Sucursal Ambato.

### **1.1. PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1. Contextualización del Problema**

La industria farmacéutica del **Ecuador** se encuentra atravesando un momento difícil, caracterizado por la fuerte presión sobre precios, mayores regulaciones gubernamentales, menor diferenciación de producto, canales de distribución más complejos y clientes más exigentes, la falta de conocimientos, experiencia, y la inadecuada capacitación dentro de cada una de las empresas son factores influyentes en la alta rotación de personal afectando en el cumplimiento de metas de las organizaciones.



Las empresas necesitan desarrollar nuevas drogas más rápidamente, en la medida que las patentes de los productos expiran y los genéricos entran agresivamente al mercado. Recolectar datos de clientes, productos y acciones de marketing es sólo el comienzo. Así mismo las empresas buscan nuevas estrategias de permanecimiento en el mercado por lo que en un principio la función de la empresa es minimizar costos y maximizar utilidades, por tanto se obliga al personal que labora para estas empresas a ser más competitivos frente a las demandas del mercado.

En **Tungurahua** especialmente en la ciudad de Ambato, por el hecho de ser una ciudad muy comercial, los laboratorios farmacéuticos se concentran aquí, provocando que la comercialización de medicamentos se sature y se busquen nuevas formas de venderlos, por lo que las políticas de ventas y atención al cliente son cambiadas frecuentemente con estrategias agresivas y muchas veces desleales, lo que ocasiona que el personal a cargo de esta zona deba enfrentarse a esta situación con inteligencia, experiencia y perseverancia. Las exigencias de los clientes aquí son bastante especiales a punto que el vendedor debe incluso mantener una relación estrecha con los consumidores para lograr cumplir con el objetivo de ventas.

La **empresa** “RODDOME S.A.” Sucursal Ambato se encuentra ubicada en la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Ficoa, Avenida de los Guaytambos y Montalvo, C.C. Caracol, locales 87 – 88 – 89 y 90.

#### PRODUCTOS:

- ✓ GASTRO: Crio gel de 10, 20 y 40 mg. Capsulas
- ✓ ANTIPARASITARIOS: Entrón 250 y 500 mg. Capsulas; Ampollas; Óvulos Nistatina y Simple; Suspensión 250 y 500 mg.
- ✓ CARDIOVASCULAR: Epax (Omega 3) 720 mg. Capsulas; Atovarol 10, 20 y 40 mg. Capsulas; Ateplax 75 mg. Capsulas.
- ✓ ANTIALÉRGICOS: Rhinodina 10 mg. Capsulas; Jarabe; Gotas; D Capsulas y D Jarabe.

- ✓ OSTEO: Densibone D Tabletas; D Soya Tabletas; D Suspensión Simple y D Soya.

#### ZONA DE VENTAS:

- ✓ Tungurahua
- ✓ Cotopaxi
- ✓ Bolívar
- ✓ Pastaza
- ✓ Napo

#### PRINCIPALES CLIENTES:

- ✓ DIALDA (Latacunga)
- ✓ DIFARE
- ✓ FARMAENLASE
- ✓ FARMAMBATO

#### NUESTRO PROVEEDOR:

PROCAPS S.A. de Colombia

### **1.1.2. Análisis Crítico**

La empresa Roddome S.A. es la única sociedad especializada en tecnología de cápsula líquida en el país, la misma que representa una gran ventaja competitiva, sin embargo, internamente, mediante la observación se pudo comprobar que no existe una adecuada gestión del talento humano puesto que posee deficientes condiciones laborales mismas que en sus políticas no existe una verdadera retribución al trabajo que se realiza, además el estilo de liderazgo es demasiado déspota y riguroso basado en tradiciones pasadas en las que se utilizaban capataces y esclavos, se realiza también una selección poca técnica del personal escogiendo a personal sin capacitación y experiencia, a su vez el exceso de

trabajo no permite que el personal labore de acuerdo a lo que la empresa requiere por ende por sus jornadas extensas de trabajo no cumplen con sus metas y el personal se siente presionado por la carga laboral que es demasiada alta.

La Rotación de Personal requiere de una ordenada gestión del Talento Humano, compromiso total de sus componentes puesto que si se rompe un eslabón que forma parte de la gran cadena de comercialización, se rompen las expectativas y necesidades de las personas que puede incursionar en la inestabilidad laboral, perdida de fidelidad del cliente, deficiente gestión de ventas, mala actitud del personal dando una mala imagen a los consumidores y sus compañeros lo que conlleva al malestar en el usuario y por ende a su insatisfacción completa, en este medio en el que dependemos de ellos.

Por ello existe la necesidad de proponer un adecuado manual de reclutamiento y selección del personal en el área de recursos humanos para poder satisfacer de manera correcta al cliente.

### **1.1.3. Prognosis**

Al no dar solución al alto índice de rotación de personal en la empresa Roddome en la comercialización se verá afectada en su producción dando como consecuencia el retraso de la entrega de la mercadería, decremento en sus ventas, perdida de la cartera de clientes donde la imagen de la empresa decaerá y muchos de los clientes ya no tendrán confianza en la misma perdiendo el prestigio.

### **1.1.4. Formulación del Problema**

¿Cómo influye el alto índice de rotación de personal de la empresa “Roddome S.A.” en el servicio al cliente?

### 1.1.5. Preguntas Directrices

- ¿Qué impacto tiene la alta rotación de personal en la empresa “Roddome S.A.” de la ciudad de Ambato?
- ¿Cuál es el nivel actual del servicio a los clientes de la empresa “Roddome S.A.” para que exista la necesidad de efectuar mejoras en el reclutamiento y selección del personal?
- Será necesario diseñar un manual de Reclutamiento y selección de personal, mediante un proyecto de investigación, que determine la factibilidad de mejorar el servicio al cliente de la empresa Roddome S.A.

### 1.1.6. Delimitación del Problema

**Límite de contenido:**

**Campo:**

Organizacional

**Área:**

Talento Humano

**Aspecto:**

Rotación de Personal.

**Delimitación espacial:**

Empresa “Roddome S.A.” Sucursal

Ambato, se encuentra ubicada en la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Ficoa, Avenida de los Guaytambos y Montalvo, C.C. Caracol, locales 87 – 88 – 89 y 90.

**Límite temporal:**

Mayo 2012 – Noviembre 2012

## **1.2. JUSTIFICACIÓN**

Una empresa competitiva requiere herramientas que le permitan incrementar su productividad. El objetivo básico que persigue el área de recursos humanos con estas tareas es alinear las políticas de reclutamiento y selección del personal en base a las estrategias de la organización, lo que permite cumplir sus objetivos a través de las personas, quienes son consideradas como el único recurso vivo e inteligente capaz de llevar al éxito organizacional y enfrentar los desafíos que hoy en día se percibe en la fuerte competencia mundial. Es imprescindible resaltar que no se administran personas ni recursos humanos, sino que se administra con las personas viéndolas como agentes activos y proactivos dotados de conocimientos, creatividad y habilidades intelectuales.

En la práctica surge la iniciativa de proponer un manual de reclutamiento y selección de personal que permita interactuar entre la empresa y los clientes, que procure una relación más sólida entre el trabajador y el cliente, tratando de que no se termine esa relación por rotaciones innecesarias. Que al hacer uso de esta herramienta facilite la administración del talento humano enfocada en el consumidor final orientándose hacia el futuro con la toma de decisiones acertadas prever y resolver problemas, incrementar sus ventas y así poder dar respuesta a las exigencias de los clientes internos y externos en términos de efectividad, eficiencia, y rentabilidad como garantías de calidad, supervivencia, permanencia y expansión.

También ofrecer soluciones a los problemas de la empresa es parte de los trabajos de investigación, es por ello que el presente proyecto pretende contribuir a la empresa Roddome mediante un trabajo factible y realizable para que se puedan realizar las revisiones que se crean convenientes dentro del área de personal y para que puedan realizar los cambios necesarios que por ende puedan ofrecer un mejor servicio a sus clientes tanto internos como externos, cumpliéndose así el paso de la teoría a la práctica.

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. General**

Determinar cómo influye el alto índice de rotación de personal de la empresa “Roddome S.A.” en el servicio al cliente.

### **1.3.2. Específicos**

- Diagnosticar que impacto tiene la alta rotación del personal en la empresa Roddome S.A. de la ciudad de Ambato
- Analizar el nivel actual del servicio a los clientes de la empresa “Roddome S.A.” para que exista la necesidad de efectuar mejoras en el reclutamiento y selección del personal
- Proponer el diseño de un manual de reclutamiento y selección de personal, mediante un proyecto de investigación, que determine la factibilidad de mejorar el servicio al cliente de la empresa Roddome S.A.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

La investigación sugiere partir también de cosas que ya pasaron, es decir la búsqueda de información en libros y tesis que puedan sostener el trabajo, en este caso esta información se refiere a la rotación de personal y el servicio al cliente.

Estos nos permiten recabar información valiosa que amplían nuestros conocimientos y que nos asienten para tener una mejor comprensión del problema a investigar:

El término rotación de recursos humanos según (Chiavenato) se utiliza para “definir la fluctuación de personal entre una organización y su ambiente; esto significa que la fluctuación entre una organización y el ambiente se define por el volumen de personas que ingresan en la organización u el de las que salen de ella. La rotación de personal se

expresa mediante la relación porcentual entre las admisiones y los retiros, y el promedio de los trabajadores que pertenecen a la organización en cierto periodo.

La rotación de personal puede estar destinada a dotar al sistema con nuevos recursos (mayores entradas que salidas) para impulsar las operaciones y acrecentar los resultados o reducir el tamaño del sistema (mayores salidas que entradas) para disminuir las operaciones y los resultados”.<sup>1</sup>

Las tesis nos ayudan para poder comparar las informaciones y obtener un mayor enfoque del tema a solucionar, así mismo nos guían en la estructura del trabajo, así:

LLUGSH, L. (2011). *Sistema de gestión del talento humano y su incidencia en el nivel de desempeño laboral del personal de la empresa “Tierra Linda” del cantón pillarlo*, (Tesis). Facultad de Ciencias Administrativas. Ambato.

Conclusiones:

- Después de esta investigación se llega a la conclusión de que la empresa al poner a disposición de los empleados un manual o una guía por escrito de los pasos que se deben seguir cada tarea implícita en las secciones que se trabaja se hace más ágil.
- Para que las empresas puedan funcionar mejor extremadamente es decir en relación con los clientes deben estar preparados internamente es decir un grupo humano realmente integrado para atraer nuevos mercados.

Lo que nos indica el autor es que se debe manejar la organización de una empresa mediante reglas y que estas reglas deben estar plasmadas en un manual para que el trabajo sea más eficiente y permita la obtención de los mejores resultados.

---

<sup>1</sup> CHIAVENATO, I. (2006). *Administración de recursos Humanos*. Editorial Mc Graw Hill



VILLACRES, L. (2011). *El entrenamiento y desarrollo del personal y su incidencia en el servicio al cliente en la cadena radial Panamericana del cantón Quero*, (Tesis). Facultad de Ciencias Administrativas. Ambato.

Conclusiones:

- De acuerdo a los datos obtenidos se concluye que existe un porcentaje considerable de clientes que manifiestan que la atención es muy buena, buena y regular. Hay un porcentaje significativo que señala que el personal no tiene un sentido de compromiso en el servicio al cliente.

Así mismo Villares nos ofrece una idea muy interesante y es que para poder atender al cliente, quien es la base de la empresa, el personal debe estar capacitado y encontrarse apto para realizar las actividades que el mercado demanda.

VELASCO, V. (2011). *La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del comisariato Fecos de la ciudad de Salcedo*, (Tesis). Facultad de Ciencias Administrativas. Ambato.

Conclusiones:

- Una vez estudiado la fase se llega a la conclusión que la imagen que tiene la Cooperativa tanto para los clientes como para los externos es buena y se debe encaminar que sea muy buena en el ambiente financiero donde se desenvuelve, eso quiere decir que no hay que dejar de lado la atención que se a los clientes ya que ellos son ya que ellos son cada vez más exigentes y las necesidades que tienen son cambiantes.

- El análisis de los reclamos de un servicio a través de encuestas es buena herramienta de esta manera se va a saber exactamente en qué se debe mejorar para satisfacer las necesidades y obtener más clientes.
- Los clientes tienen confianza en las cooperativas aunque no existe agilidad en la entrega del servicio y de los funcionarios que laboran en la misma por lo que si no se considera una gestión de calidad en el servicio la institución no podrá alcanzar el liderazgo.

Por esta parte el autor menciona la personalización del servicio a los clientes y lo importante que es saber qué es lo que quieren, porque así se puede atender sus requerimientos más exigentes.

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Puesto que se desea el mejoramiento de la calidad de vida del ser humano dentro del contexto de la investigación científica buscando la transformación positiva ante el mundo cambiante y cada vez más materialista, se ha seleccionado el paradigma *crítico – propositivo*.

*Ontológicamente*, Con el dinamismo de la realidad cambiante, los seres humanos necesitan cada vez más de nuevos métodos y herramientas para realizarse, siempre en búsqueda de su bienestar y de los suyos, conviene por tanto decir que la rotación de personal y la atención al cliente tienen una relación en la cual uno depende de lo otro y a la vez están ligados a las necesidades diarias y cambiantes de cada uno de estos factores con mística y humanismo.

*Epistemológicamente*, El factor humano es el único “recurso” pensante e interactuante dentro de las organizaciones, es por ello que se lo debe atesorar y encaminarlo de la mejor manera en pro de la empresa, la sociedad y de ellos mismos. Es así que las organizaciones deben buscar métodos más actuales, propios que sean dinámicos e

interactuantes con el exterior y a la vez que permitan rapidez, eficacia y eficiencia en sus procesos de servicio; esto es lo que oferta una adecuada gestión de recursos humanos que sea desarrolladora de talentos humanos, mismos que por su naturaleza, permitan una relación más sólida entre el cliente y la asociación mediante un trato amable, justo y ético lo cual conlleva a lo que toda empresa desea: mantenerse, expandirse y obtener utilidades en un contexto medioambientalista y humanista positivo.

*Axiológicamente*, Vivimos en una sociedad en donde pocas personas ven a su profesión como una vocación sino más bien como un negocio donde mientras más dinero se gane es mejor. Es así que muchos empresarios catalogan al ser humano trabajador como una máquina de hacer fortunas y que se utilizan y se los desecha cuando dejan de ser útiles, sin ver más allá de ello, por tanto las nuevas gerencias desarrollan métodos en los cuales no se ven al ser humano como un recurso sino más bien como un ente generador de ideas que posee talento, carisma, ideas y que contribuye al desarrollo no solo de las empresas sino también de la sociedad y de sus propias actividades y que por tanto se los debe educar y mantener el mayor tiempo posible en las organizaciones.

*Metodológicamente*, Para el desarrollo del presente trabajo de investigación, el problema, es decir la elevada rotación de personal, debe verse de forma cualitativa, haciendo partícipes de la solución al mismo no solo por parte del investigador, sino también involucrando a las partes que contextualizan este problema, tanto el cliente que resulta afectado por el mal servicio que recibe por parte de la empresa como los directivos de esta. Para esto el investigador estará apto de aportar con el conocimiento necesario sobre los Recursos Humanos utilizando métodos propios de la investigación científica, los directivos de la organización serán capaces de colaborar con la información necesaria requerida para la solución de este problema y por su parte los clientes darán su criterio de la atención que han recibido.

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

En la ciudad de Quito, distrito Metropolitano, a los 28 días del mes de abril de 2011 fue suscrito en el Sistema Nacional de Contratación Pública, la Empresa Roddome S.A. bajo el número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) 1791241819001, quedando habilitado el Registro Único de Proveedores (RUP) (Ver Anexo B), para realizar las siguientes actividades: Comercialización de Medicamentos como Omeprazol, Calcitriol, Calcio, Clopidogrel, Atorvastatina, Metronidazol y Ciprofloxacino; dando de esta manera cumpliendo con las leyes del estado.

Roddome S.A. es regida por la Constitución, Leyes y Reglamentos que regulan la vida empresarial e instituciones que lo gobiernan, así como también:

#### *Ley orgánica de defensa del Consumidor*

#### **CAPITULO V. RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR**

**Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.-** Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor.

**Art. 27.- Servicios profesionales.-** Es deber del proveedor de servicios profesionales. Atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas.

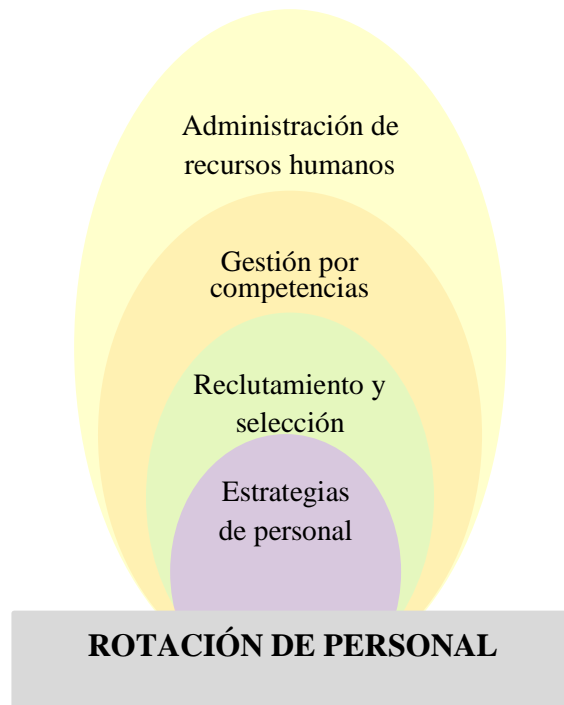
#### **CAPÍTULO IV. INFORMACIÓN BÁSICA COMERCIAL**

**Art. 15.- Rotulado mínimo de medicamentos.-** Sin perjuicio de lo establecido en las normas especiales, los medicamentos en general y los productos naturales procesados, deberán contener información sobre:

- a) Nombre del producto, genérico o de marca;
- b) Marca comercial;
- c) Identificación del lote;
- d) Razón social de la empresa;
- e) Contenido neto;
- f) Número de registro sanitario;
- g) Fecha de expiración o tiempo máximo de consumo;
- h) Lista de componentes, con sus respectivas especificaciones;
- i) Precio de venta al público;
- j) País de Origen;
- k) Contraindicaciones; y,
- l) En cuanto a productos naturales, debe identificarse la procedencia, y si hay elementos culturales o étnicos en el origen.

**Art. 27.- Servicios profesionales.-** Es deber del proveedor de servicios profesionales. Atender a sus clientes con calidad y sometimiento estricto a la ética profesional, la ley de su profesión y otras conexas.

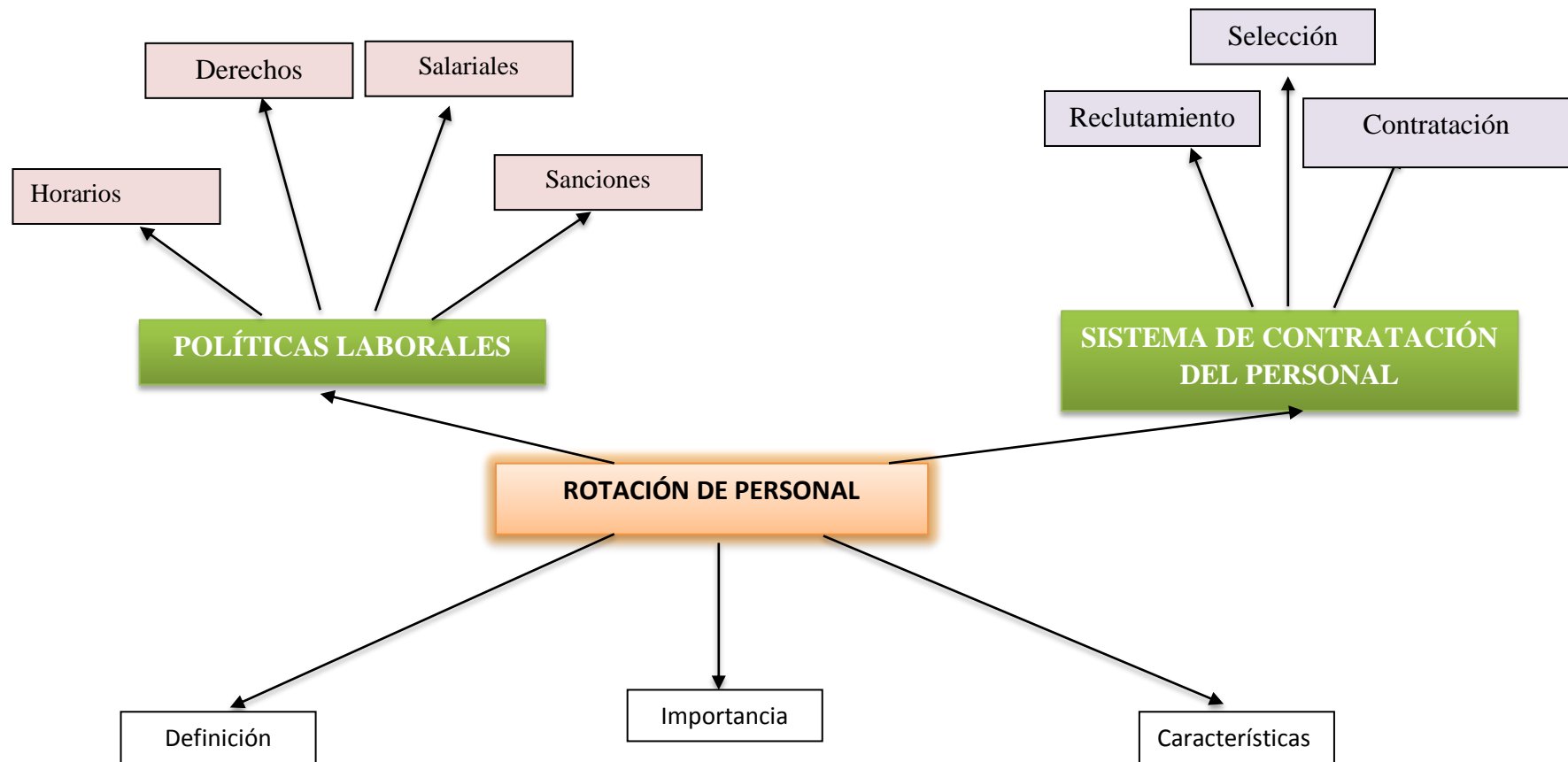
## 2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

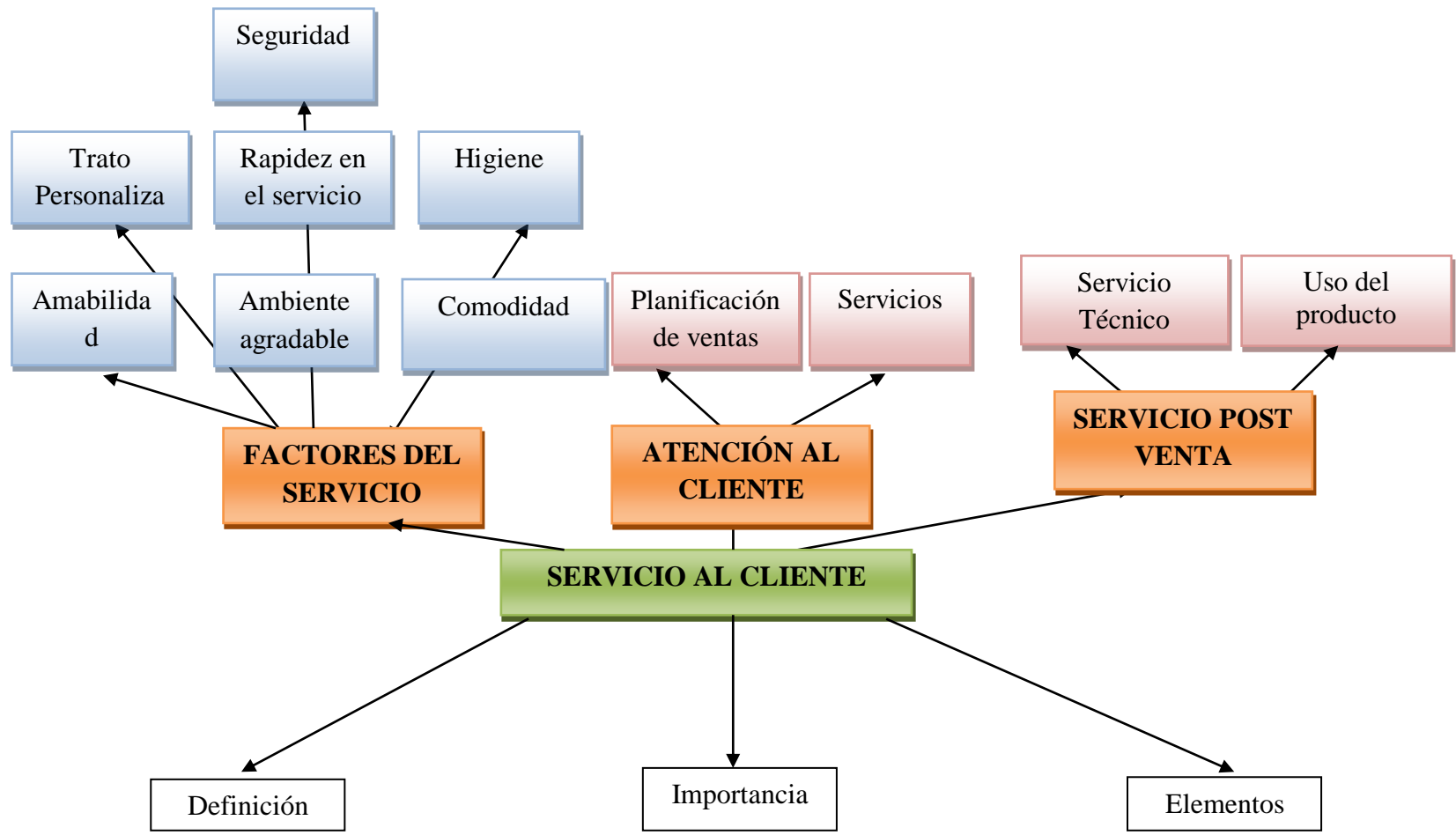


VI



VD







### 2.4.1. Rotación de personal (Variable independiente)

#### **Administración de Recursos Humanos**

La Administración de Recursos Humanos es la manera en que trata a las personas, buscarlas e integrarlas en el mercado, integrarlas y orientarlas, lo que hace es administrarlas en la organización.

Los procesos en la organización que utilizan en la administración son:

1. **Provisión** su objetivo es quien irá a trabajar.
2. **Aplicación** que es lo que harán las personas.
3. **Mantenimiento** que haremos para mantener a las personas trabajando en la organización.
4. **Desarrollo** como capacitar a los trabajadores.
5. **Seguimiento y control** como darme cuenta de cómo son las personas.

#### **Gestión por Competencias**

Conjunto de comportamientos observables relacionados causalmente con un desempeño bueno o excelente en un trabajo y organización dados o en una situación personal-social determinada.

#### **Objetivos de la aplicación de las competencias**

- ✓ Desarrollar una ventaja competitiva para toda la empresa mediante la gestión del talento humano, descubriendo y mejorando sus características personales para volverlos exitosos en su vida personal y laboral.
- ✓ Reclutar y retener empleados con competencias claves para evitar los costos de la mala selección; y definir en el largo plazo el progreso o carrera profesional de los trabajadores dentro de la organización.
- ✓ Contribuir a los planes de mejora continua de la empresa, al motivar el constante desarrollo del personal.

### **Componentes de las competencias**

Las competencias se componen de:

**Conocimiento:** información que adquieren las personas a través de educación formal.

**Destrezas:** grado de dominio que tiene una persona en la ejecución de tareas específicas y se adquieren por la práctica.

**Aptitudes o capacidades:** potencial latente que poseen las personas para ejecutar una tarea.

**Rasgos de personalidad:** son tendencias estables del comportamiento que tienden a manifestarse en cualquier tipo de situación.

**Motivos:** son necesidades subyacentes que seleccionan, impulsan y orientan los comportamientos hacia el logro de las metas.

**Actitudes:** predisposiciones aprendidas de carácter racional y emocional hacia algo o alguien y que predisponen a la acción.

**Valores:** son un tipo particular de carencias que atribuyen juicios morales a personas situaciones y ventas, y que guían la conducta ética.

## **Ventajas de la gestión por competencias**

- ✓ La posibilidad de definir perfiles profesionales que favorecerán a la productividad.
- ✓ El desarrollo de equipos que posean las competencias necesarias para su área específica de trabajo.
- ✓ La identificación de los puntos débiles, permitiendo intervenciones de mejora que garantizan los resultados.
- ✓ El gerenciamiento del desempeño en base a objetivos medibles, cuantificables y con posibilidad de observación directa.
- ✓ El aumento de la productividad y la optimización de los resultados.<sup>2</sup>

## **Reclutamiento y selección**

### **Reclutamiento**

El reclutamiento se define como el proceso de atraer individuos oportunamente en suficiente número y con los debidos atributos y estimularlos para que soliciten empleo en la organización

Igualmente, puede ser definido como el proceso de identificar y atraer a la organización a solicitantes capacitados e idóneos.

Es importante señalar que los planes de reclutamiento, selección, capacitación y evaluación deben reflejar como meta el promover y seleccionar a los colaboradores de la empresa lo cual incluye la elaboración de política de la empresa, los planes de los recursos humanos y la práctica de reclutamiento.

### **Selección**

La selección de personal ha sido objeto de estudio de la esfera de la psicología y la dirección, que se han encargado del estudio de la actividad laboral bajo distintas

---

<sup>2</sup> ALLES, Martha. "Dirección Estratégica de Recursos Humanos", Granica, Buenos Aries, 2006

denominaciones en el curso de los años; su función social radica en compatibilizar el desarrollo humano y económico con las necesidades de la sociedad.

El estudio del proceso de selección del personal idóneo para desarrollar una actividad es una problemática que surge desde los mismos procesos de división del trabajo. Se sistematiza al surgir la psicología y la dirección como ciencias y es un problema complejo y controvertido desde el punto de vista científico, pues existen múltiples tendencias en el estudio tanto del hombre como de la actividad laboral.

La selección de personal forma parte de la gestión de los recursos humanos y tiene Como objeto de estudio escoger al personal idóneo para desarrollar una actividad. Su función social radica en compatibilizar el desarrollo humano y el desarrollo económico con las necesidades de la sociedad.

### **Estrategias de personal**

Las estrategias son acciones que se llevan a cabo con el fin de alcanzar determinados objetivos.

**Consiga que empiecen con buen pie:** Esta fase comienza por contratar a personas adecuadas para el trabajo que van a desempeñar y asegurarse de que comprenden dónde se van a meter. Un buen inicio también está en ofrecer una nueva orientación del empleado con el fin de que las personas se sientan bien recibidas y que forman parte de un colectivo.

**Comparta la información:** Ofrezca información de forma gratuita, sobre la empresa, el rendimiento financiero, las estrategias y los planes. Diga a sus empleados que confía en ellos, que son socios importantes de la empresa y que usted respeta su habilidad para comprender y contribuir en la empresa en su totalidad.

**Ofrezca a las personas la mayor autonomía posible:** A muchas personas les gusta trabajar con la mínima supervisión necesaria, por ese motivo debe dejarlos con la mayor

libertad posible. Eso les hará a ellos más felices y su trabajo, como directivo., será más sencillo.

**Señale un reto a las personas:** La mayoría de las personas, especialmente los que usted desea retener, disfrutan del reto porque eso les hace sentir que ha puesto en ellos grandes expectativas que espera se cumplan. Por esa razón, debe poner más retos a las personas y ofrézcales todo el apoyo que necesitan para tener éxito.

**Sea flexible:** Unos acuerdos laborales flexibles tienen mucho éxito a la hora de retener a los empleados, pero debe saber que no todos los directivos disponen de la autoridad necesaria para establecer unos nuevos acuerdos laborales.

### **Rotación**

Es el movimiento de trabajadores entre diferentes puestos. Esto requiere que los trabajadores se trasladen a diferentes puestos o estaciones de trabajo en periodos fijos o irregulares de tiempo.

### **Personal**

Conjunto de personas que se desempeñan y prestan sus servicios profesionales en alguna empresa, taller u organización.

### **Rotación de personal**

Idalberto Chiavenato define a la Rotación de Personal como; “el intercambio de personas entre la organización y su ambiente, definido por el volumen de personas que ingresan y salen de la empresa ocupando un mismo puesto de trabajo en un lapso determinado de tiempo”<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup>CHIAVENATO, I. (2006). *Administración de recursos Humanos*. Editorial Mc Graw Hill

La rotación de personal consiste en la renovación constante de personas en una empresa debido a las bajas (retiros) y altas (ingresos) que haya durante un período específico de tiempo. Si el índice de rotación es muy bajo esto quiere decir que existe un estancamiento y envejecimiento del personal; si el índice de rotación es muy alto esto significa que hay muchas personas retirándose de la organización, lo cual puede perjudicar a la misma.

### **Factores relacionados con la rotación de personal**

En la empresa Roddome Pharmaceutical S.A. se determinaron ciertos factores que afectan la alta rotación del personal siendo estos en ciertos aspectos:

**Biológicos.-** aquellas salidas relacionadas con el término de la vida laboral de la personal.

- ✓ Muerte
- ✓ Jubilación
- ✓ Incapacidad para el trabajo

**Personales.-** son promovidos por voluntad propia del trabajador causados por incidencias de factores propias de su personal.

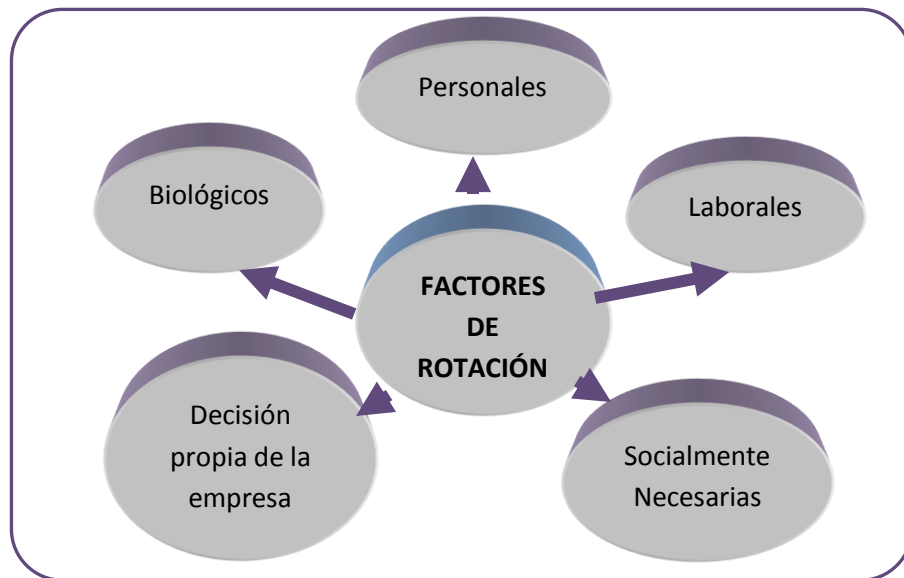
**Laborales.-** promovidas por la gestión interna de la organización.

- ✓ Motivos salariales
- ✓ Condiciones laborales

**Socialmente necesarias.-** bajas que se mueven por razones de necesidades sociales y por las cuales la empresa no puede o debe ejercer influencia para su disminución.

- ✓ Cometer actos ilegales
- ✓ Fraude
- ✓ Robo

*Factores de la Rotación de personal*



*Elaborado por: Jessica Paz  
Fuente: <http://es.scribd.com>*

**Decisión propia de la Empresa.-** decisión tomada por la empresa y no por el trabajador y a las cuales tiende a concedérsela un carácter positivo o favorable para el trabajo de la empresa.

- ✓ Despidos
- ✓ Ruptura de contrato
- ✓ Ineficiencia para el puesto
- ✓ Separaciones

**Diagnóstico de las causas de rotación de personal**

La rotación del personal no es una causa sino un efecto, consecuencia de ciertos fenómenos localizados en el interior o el exterior de la organización que condicionan la actitud y el comportamiento del personal. Es una variable dependiente de los fenómenos internos y/o externos. Como fenómenos externos pueden citarse la situación de oferta y

demanda de recursos humanos, la situación económica, las oportunidades de empleo, etc.

Entre los fenómenos internos pueden mencionarse la política salarial y de beneficios sociales de la organización, el tipo de supervisión, etc.

La información correspondiente a estos fenómenos internos y externos se obtiene mediante entrevistas de retiro.

La entrevista de retiro constituye uno de los principales medios de controlar y medir los resultados de la política de recursos humanos desarrollada. Esta información junto con otras fuentes, permiten así determinar los cambios necesarios, con el propósito de impulsar nuevas estrategias que permitan remediar los efectos sobre la rotación del personal.

### **Ventajas y desventajas de la rotación del personal**

La rotación de personal comprende una gran variedad de Ventajas, pero también sostiene sobre sí misma, la posibilidad de que haya desventajas, porque toda rotación de personal requiere el tener que asumir ajustes.

#### **Ventajas:**

- ✓ Permite que cada personal que labora en la empresa, descubra su potencial, habilidades y destrezas que no había desarrollado hasta entonces.
- ✓ Permite que en cada equipo de trabajo pueda interactuar con nuevos miembros.
- ✓ Permite que cada persona nueva aporte novedades al grupo a través de sus habilidades, talentos, ideas, etc.



- ✓ Permite que cada Líder de grupo pueda ver a mayor escala cómo es el desenvolvimiento de cada empleado en su área, y en la empresa en general, cuando ésta le permite trabajar en otra área en la cual no ha laborado antes.
- ✓ Permite que todos los miembros de cada equipo tengan igualdad de oportunidades para poder rendir en diferentes áreas, conocer nuevas habilidades, y adquirir nuevos conocimientos.

### **Desventajas o dificultades que puede generar la rotación de personal:**

- ✓ Hay personas que no se sienten preparadas para asumir nuevas funciones.
- ✓ Hay personas que les cuesta adaptarse a nuevos miembros en el grupo.
- ✓ Hay personas que les cuesta seguir las órdenes de nuevos líderes.
- ✓ Hay personas que les cuesta adaptarse a un cargo que les exige liderar a un grupo, si ellos nunca antes han tenido ese tipo de exigencias.
- ✓ Hay personas que les cuesta socializar, y cuando les ha costado integrarse a un grupos, luego de lograrlo, les cuesta tener que dejarlo para comenzar en uno nuevo.
- ✓ Hay personas que saben trabajar individualmente, pero no saben trabajar en equipo.
- ✓ Hay personas que cuando trabajan en grupo son muy buenos, pero cuando les toca liderarlos, terminan rompiendo relaciones, y nadie los quiere como líderes.

### **Costos de la Rotación de Personal**

Muchas veces, en el mantenimiento de una política salarial restrictiva de flujo continuo de recursos humanos a través de una elevada rotación de personal puede resultar mucho más costoso. Por tanto, se trata de evaluar la alternativa más económica. Saber hasta

qué nivel de rotación de personal puede una organización soportar sin verse muy afectada, es un problema que cada organización debe evaluar según sus propios cálculos e intereses.

La rotación de personal implica costos Primarios, secundarios y terciarios:

**Costos Primarios.-** Se relacionan directamente con el retiro de cada empleado y su reemplazo por otro, incluyen:

- ✓ Costo de reclutamiento y selección
- ✓ Costo de registro y documentación
- ✓ Costo de ingreso
- ✓ Costo de desvinculación.

**Costos Secundarios.-** Abarcan aspectos intangibles, difíciles de evaluar en forma numérica porque sus características son cualitativas en su mayor parte. Están relacionados de manera indirecta con el retiro y el consiguiente reemplazo del trabajador y se refieren a los efectos colaterales inmediatos de la rotación:

- ✓ Efectos en la producción
- ✓ Efectos en la actitud de personal
- ✓ Costo extra laboral
- ✓ Costo extra operacional.

Los cálculos de los costos primarios y secundarios de la rotación de personal podrían aumentar o disminuir, de acuerdo con los niveles de los intereses de la organización.

**Costos Terciarios.-** Se relacionan con los efectos colaterales mediatos de la rotación, que se manifiestan a mediano y a largo plazo. En tanto los costos primarios son

cuantificables y los costos secundarios son cualitativos, los costos terciarios son sólo estimables:

- ✓ Costo de inversión extra: Aumento proporcional en las tasas de seguros, mantenimiento y reparaciones con respecto al volumen de producción (reducido ante las vacantes o a los recién ingresados); Aumento de salarios pagados a los nuevos empleados y ajustes al resto.
  
- ✓ Perdidas en los negocios: La imagen y los negocios de la empresa pueden sufrir deterioro por la deficiente calidad de los productos en razón de la inexperiencia de los empleados.

**Políticas Laborales.-** En general incluyen las leyes, lineamientos y normas vigentes en un país que afecten al ámbito laboral, estas son asumidas por una organización y acopladas a sus requerimientos.

**Salario.-** Se puede definir como la compensación obtenida por la prestación de un esfuerzo o la realización de una tarea, por cuenta y bajo dependencia ajena.

**Horarios.-** Es todo período de tiempo dedicado a realizar actividades que contribuyen a la producción de bienes y servicios dentro del marco que establece la ley.

**Derechos.-** Es el conjunto de principios, normas e instituciones que contienen las condiciones y garantías generales para la prestación del trabajo.

**Sanciones.-** Se denomina a la consecuencia o efecto de una conducta que constituye infracción de una norma establecida por la empresa en el marco de las leyes.

**Sistema de Contratación de Personal.-** Proceso de Reclutamiento, Selección, Contratación y Capacitación que permitan allegarse a los candidatos idóneos, evaluando la potencialidad física y mental de los solicitantes, así como su aptitud para el trabajo.

**Reclutamiento.-** Es un conjunto de procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización.

**Selección.-** Proceso que trata no solamente de aceptar o rechazar candidatos si no conocer sus aptitudes y cualidades con objeto de colocarlo en el puesto más a fin a sus características.

**Contratación.-** Es formalizar con apego a la ley la futura relación de trabajo para garantizar los intereses, derechos, tanto del trabajador como de la empresa.

#### **2.4.2. Servicio al cliente (Variable dependiente)**

##### **Gestión de ventas**

Es el proceso de determinar las necesidades y los deseos de una persona y presentarle un producto, de tal forma que la persona se sienta motivada a tomar una decisión de compra favorable.

##### **Objetivos de la gestión de ventas:**

- Definición de las correctas estrategias de ventas
- Incrementar las ventas gracias a la mejora de resultados del equipo.
- Análisis, selección y formación en técnicas de ventas del equipo humano.
- Definición de objetivos para el equipo de ventas.
- Definición de presupuestos de ventas.
- Fijación de un sistema de control para la fuerza de ventas.

- Aumentar la satisfacción y fidelización del cliente.
- Diseño de la red, rutas y territorios de ventas.
- Determinación de sistemas de remuneración adecuados.

### **La metodología de la gestión de ventas:**

- Definición de un plan de ventas a partir de los objetivos corporativos y/o del plan de Marketing.
- Diagnóstico del área de ventas a todos los niveles.
- Planes de acción consecuentes.
- Definición de procedimientos internos para la gestión del equipo de ventas.
- Seguimiento semanal o mensual de los resultados.

### **Administración de ventas**

La administración de ventas son todas las actividades, procesos y decisiones que abarca la función de la administración de ventas de una empresa. 1

#### **El proceso de la administración de ventas**

La buena administración de la fuerza de ventas de una compañía incluye tres series interrelacionadas de decisiones o procesos.

**1. Formulación de un programa de ventas:** el programa de ventas debe tomar en cuenta los factores del entorno que enfrenta la empresa. Los ejecutivos de ventas organizan y planean las actividades generales de las ventas personales y las suman a los demás elementos de la estrategia de marketing de la empresa.

**2. Aplicación del programa de ventas.** La fase de la aplicación implica seleccionar al personal de ventas adecuado, así como diseñar e implantar las políticas y los procedimientos que dirigirán sus esfuerzos hacia los objetivos deseados.

**3. Evaluación y Control del programa de ventas.** La fase de evaluación implica elaborar métodos para observar y evaluar el desempeño de la fuerza de ventas. Cuando el desempeño no es satisfactorio, la evaluación permite hacer ajustes al programa de ventas o a su aplicación.

La administración de ventas también genera reportes e indicadores que facilitan la medición del desempeño bajo estándares robustos y claros para todos los miembros del equipo de ventas.

## **Marketing**

El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

### **La mezcla de la mercadotecnia**

**Producto:** Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad. La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

- La cartera de productos
- La diferenciación de productos
- La marca
- La presentación

**Precio:** Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costes de producción, distribución...
- El margen que desea obtener.
- Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
- Las estrategias de marketing adoptadas.
- Los objetivos establecidos.

**Plaza o Distribución:** Elemento de la mezcla que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:

- Canales de distribución: Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.
- Planificación de la distribución: La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- Distribución física: Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
- Merchandising: Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

**Promoción:**

La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- El marketing directo.

**Personas:** Una empresa cuenta con personal que atiende a sus clientes. La satisfacción de estos se ve afectada por el buen o mal servicio que reciban de la empresa.

**Procesos:** Los procesos tienen que ser estructurados correctamente, ya sea que hablemos de un servicio o de la creación de un producto, esto nos llevara a la logística de la empresa para reducir costos y aumentar ganancias.

### **Estrategias de ventas**

Estrategias de ventas son acciones que se llevan a cabo con el fin de cumplir objetivos de ventas propuestos.

### **Diseño de la estrategia de la fuerza de ventas**

Toda empresa compite con otras para conseguir los pedidos de los clientes. Así pues, debe fundamentar su estrategia en el conocimiento del proceso que sigue el cliente para comprar. Una empresa puede usar una o varias técnicas de ventas para ponerse en contacto con los clientes. Un vendedor se puede limitar a hablar con un prospecto o cliente, en persona o por teléfono. O puede hacer una presentación de ventas ante un grupo de compradores.

Un equipo de ventas (por ejemplo, un ejecutivo, un vendedor y un ingeniero de ventas de la empresa) puede hacer una presentación de ventas ante un grupo de compradores.



En la conferencia de ventas, el vendedor hace que el personal de recursos de la empresa se reúna con uno o varios compradores para analizar los problemas y las oportunidades. En el seminario de ventas, el equipo de una empresa ofrece al personal técnico del cliente un seminario educativo sobre los últimos avances del ramo.

Por lo tanto, es frecuente que el vendedor actúe como un “gerente de cuenta” que concierta contactos entre el personal de compras y de ventas de las empresas. Como los vendedores necesitan la ayuda de otras personas de la empresa, las ventas requieren que se trabaje en equipo. Otras personas que podrían ayudar a los vendedores serían las que están bajo la órbita de la gerencia general, sobre todo cuando se trata de ventas grandes.

Cuando la empresa ha optado por una forma de vender deseable, puede recurrir a un cuerpo de vendedores directo o a contrato. Un cuerpo de vendedores directo (o de la empresa) está compuesto por empleados, de medio tiempo o tiempo completo, que trabajan en exclusiva para la empresa. Este cuerpo de vendedores incluye vendedores internos, que realizan sus actividades en oficinas por medio del teléfono o recibiendo visitas de posibles compradores, y vendedores de campo, que se trasladan para visitar a los clientes. Un cuerpo de vendedores a contrato está compuesto por representantes, agentes de ventas o corredores del fabricante que reciben una comisión sobre sus ventas.

## **Servicio**

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.

## **Cliente**

En la empresa Roddome el Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago.

## Servicio al Cliente

Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción obteniendo el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

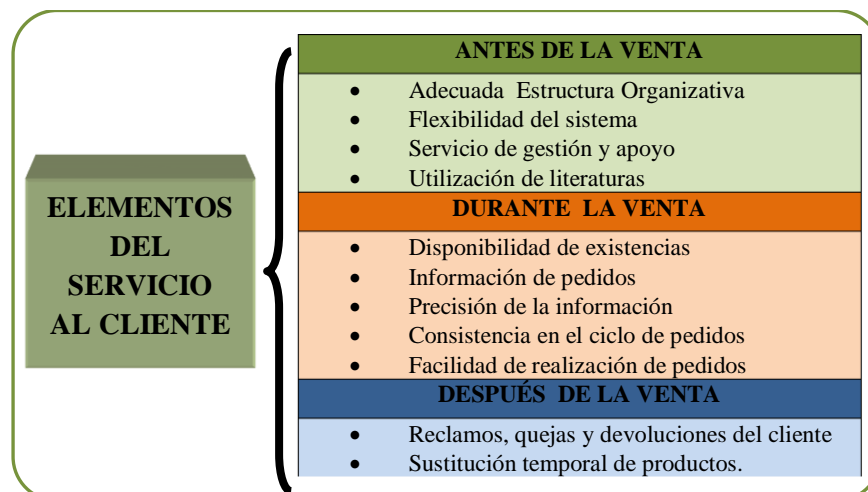
## Importancia del servicio al cliente

El servicio al cliente juega un papel importante en el desarrollo y mantenimiento de la fidelidad y satisfacción del cliente. La fidelización del cliente permite a la organización retenerlo, de manera que asegura la rentabilidad de la “inversión inicial” de capacitación, desarrollo de productos y prestación del servicio. Por este motivo, el servicio al cliente debe ser considerado como una de la actividades estratégicas básicas de la empresa.

## Elementos del servicio al cliente

El servicio al cliente abarca diversas actividades que tienen lugar antes, durante y después de la venta. A continuación se relacionan los elementos de servicio al cliente, teniendo en cuenta la temporalidad en que se generan

*Elementos del servicio al cliente*



*Elaborado por: Jessica Paz  
Fuente: <http://es.scribd.com>*

## **Impacto de la rotación de personal en el Servicio al Cliente**

**Incidencia en el servicio.** El nuevo trabajador debe completar un proceso de aprendizaje del puesto, que le puede demorar varias semanas o meses por lo que un nuevo trabajador debe tomarse el tiempo para conocer bien a los clientes, los procedimientos, políticas y normas de la empresa. Si los puestos rotan mucho el impacto en los clientes es inminente. Los clientes no van a sentir un servicio estándar sino lleno de altibajos.

**Incidencia en la fidelidad de Clientes.** Este punto es poco explorado por las empresas, sin embargo es común escuchar a los clientes reclamar por “tanto cambio en el personal”. Esto puede significar que algunos clientes no se sienten identificados con la empresa debido a que no han logrado crear un vínculo con los trabajadores que les atienden.

## **Factores en el servicio al cliente**

Veamos los factores que intervienen en el servicio al cliente y en los cuales deberíamos trabajar para poder brindar un buen servicio o atención al cliente:

- **Amabilidad**

Se debe mostrar amabilidad con todos y cada uno de los clientes, y bajo cualquier circunstancia. Ésta debe estar presente en todos los trabajadores del negocio, desde el encargado de la puerta hasta el dueño del negocio. Siempre se debe saludar, mostrar una sonrisa sincera, ser cortés, atento, servicial, y siempre dar las gracias.

- **Ambiente agradable**

Un ambiente agradable es un ambiente en donde el cliente se sienta a gusto. Puede ser generado por empleados que muestren un trato agradable o cordial con el cliente, por una buena decoración, por una buena disposición de los elementos del local, por una buena disposición de la iluminación, etc.

- **Comodidad**

El cliente debe contar con todas las comodidades posibles. Para ello el local del negocio debe contar con un espacio lo suficientemente amplio como para que el cliente se sienta a gusto. Se debe contar con sillas o sillones cómodos, mesas amplias, estacionamiento vehicular, un lugar en donde el cliente puede dejar guardadas sus pertenencias, etc.

- **Trato personalizado**

Brindar un trato personalizado consiste procurarle al cliente un trato personal. Para ello es posible ofrecerle promociones u ofertas exclusivas, brindarle un producto o servicio que satisfaga sus necesidades particulares, o darle mayor autoridad a un trabajador para que él mismo sea capaz de hacer concesiones, atender un reclamo o queja, y solucionar el problema de un cliente, y, de ese modo, evitar que el cliente tenga que estar siendo remitido a otros trabajadores, y que tenga que explicar su problema a todo el mundo.

- **Rapidez en el servicio**

No se le debe hacer esperar de más al cliente, y más bien atenderlo con la mayor rapidez posible. Una forma de lograr ello es creando procesos simples y eficientes, por ejemplo, haciendo uso de programas informáticos que permitan recibir con mayor rapidez los pedidos del cliente.

- **Higiene**

El local debe contar con todas las normas de higiene establecidas, los baños siempre deben estar limpios, no deben haber papeles en el piso, los empleados deben estar bien aseados y con el uniforme o la vestimenta impecable, etc.

- **Seguridad**

El local debe contar con todas las medidas de seguridad posibles, no solo para que puedan ser usadas en caso de alguna emergencia, sino también, para que el cliente esté consciente de ellas y se sienta seguro. Se debe contar con suficiente personal de

seguridad, marcar las zonas de seguridad, señalar las vías de escape, contar con botiquines médicos, etc.

**Atención al Cliente.-** Es el servicio que proporciona una empresa para relacionarse con sus clientes, es decir, con trato amable, ambiente agradable, comodidad, trato personalizado, una rápida atención, entre otros.

**Planificación de Ventas.-** Es el proceso que implica el establecimiento de objetivos y toma de decisiones sobre las estrategias y tácticas a seguir respecto a las operaciones de ventas, constituyendo un enfoque organizado para su desarrollo integral.

**Servicios.-** Utilizando las estrategias y técnicas de marketing para que cada día siga creciendo y aumentando sus carteras de clientes.

**Servicio Post – Venta.-** Consiste en todos aquellos esfuerzos después de la venta para satisfacer al cliente y, si es posible, asegurar una compra regular o repetida.

**Servicios técnicos.-** Incluyen diversas actividades que se realizan con el objetivo de materializar, mantener o restablecer a productos, fundamentalmente de larga vida útil, sus características y propiedades.

**Uso del producto.-** Estos son los servicios que se prestan al cliente para que puedan hacer uso más efectivo de los productos aumentando así la percepción del valor de estos.

Un buen servicio al cliente se puede lograr si se mantienen las relaciones entre clientes y trabajadores, dando tiempo para la “construcción” de las relaciones; de lo contrario lo que estaríamos haciendo es remitir nuestros clientes hacia nuestros competidores, quienes gozosos los van a recibir.

## 2.5. Hipótesis

**Hipótesis.-** Se la puede definir como proposición cuya veracidad es temporalmente asumida como la solución a un problema dado. En nuestro trabajo de investigación la Hipótesis es:

¿Con la implementación de un manual de reclutamiento y selección de personal, se logra bajar el índice de rotación de personal y que el servicio al cliente de la empresa “Roddome S.A.” sea satisfactoria?

## 2.6. Señalamiento de variables

- a. **Variable independiente (X).**-*Rotación de Personal*– Cuantitativa / Discreta
- b. **Variable dependiente (Y).**-*Servicio al Cliente* – Cualitativa

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

La actual investigación se encuentra sustentada en herramientas del conocimiento científico como son las fichas de observación que ayudarán a la recolección de datos reales observados para el desarrollo del problema, también mediante la utilización de información secundaria que solo fuentes bibliográficas de distinto orden y en distintas fuentes y bibliotecas nos darán referentes necesarios para aclarar dudas sueltas y ofrecer una alternativa de solución adecuada.

Puesto que cada empresa es diferente, requieren de tratamientos especiales, es por ello que para el presente investigación se hace referencia a las necesidades propias del servicio al cliente y la rotación de personal actual en la empresa “Roddome S.A.” enfocada al cliente externo y personal Administrativo – Operativo que se lo manejará a través de un proceso planificado y ordenado de información utilizando las herramientas necesarias de la investigación científica y el software necesario para ello.

De conformidad con el paradigma Crítico Propositivo seleccionado para describir filosóficamente a la presente investigación, corresponde ahora determinar el enfoque, mismo que será utilizado bajo los siguientes preceptos:

### **Enfoque Cualitativo**

Este enfoque está orientado hacia la comprensión del problema objeto de estudio, es decir, a recabar información adjetiva del servicio al cliente ofrecido actualmente por la empresa “Roddome S.A.”, y que se ajuste a la aplicación de un manual de reclutamiento y selección, enfocada en la rotación del personal que permita ser analizada en su totalidad para poder ofrecer una alternativa de solución más acertada y viable al problema que se investigará.

Puesto que la experiencia vivida en contacto con los elementos de una empresa es mucho mejor que los referentes, este enfoque orientará hacia una observación naturalista, para concebir una visión más realista del problema con información que permitirá su posterior análisis y comprobación.

También su perspectiva es desde adentro de la empresa, es decir que no se mira el objeto de estudio únicamente desde su contexto, sino, se tiende a mirar los sub problemas y causas que influyen en la alta Rotación de Personal y que será muy importante a la hora de la ejecución de una propuesta.

Es concreto y permite que nos enfoquemos en la rotación de personal en sí, utilizando únicamente la información que nos corresponde para poder analizarla, procesarla e interpretarla en su esencia a su momento.

Este enfoque asume una posición dinámica la cual nos resulta conveniente puesto que no sabemos el comportamiento que tendrá el alto índice de rotación de personal a la hora de su análisis y comprobación.



## **3.2. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La presente investigación está conformada por tres tipos de investigación, que durante todo un trayecto de estudios se los fueron estudiando y poniéndolos en práctica para ubicarnos en diferentes escalones de conocimiento científico, y son los siguientes:

### **Investigación Exploratoria**

Se planteó un problema basado en las necesidades de la empresa Roddome, se formuló una hipótesis de trabajo que permite verificar y analizar el grado de relación entre las variables existentes: rotación de personal y servicio al cliente, y se previó una metodología a utilizar, mediante el desarrollo de un proyecto anterior, generándonos una idea general que la concretamos en el capítulo cuatro del presente trabajo.

### **Investigación Descriptiva**

Acudimos a técnicas explícitas para la recolección de información, estas son: observación, entrevista y cuestionarios y otros documentos que permitieron obtener referencias del tema que se ha investigado dentro de un marco de tiempo y espacio específicos. Esta investigación trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta de los resultados proyectados.

### **Investigación Correlacional**

Medir la relación entre las variables rotación de personal y servicio al cliente será el propósito fundamental al momento de la investigación y la ejecución del presente proyecto, dentro de la exploración científica y la estadística inferencial para poder analizar, interpretar y ofrecer resultados deseados. El uso de Chi Cuadrado ( $\chi^2$ ) será fundamental para determinar la comprobación crítica de la Hipótesis planteada, que permita así la interpretación de resultados, haciendo que esta sea una herramienta apropiada para proseguir con el desarrollo de la propuesta final de solución.

### 3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

Poniendo énfasis en nuestra investigación, la rotación de personal sobre el servicio al cliente de la empresa Roddome, la hemos delimitado de acuerdo a nuestras necesidades de estudio, por lo tanto de los cientos de clientes que posee esta empresa se considerará una muestra, en el caso de los clientes, y el universo total, en el caso del personal de la empresa, por lo cual se requerirá la aplicación de una fórmula para los datos que serán recopilados, la misma que es la siguiente:

$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

Donde: Por tanto,

n = tamaño de la muestra

m = tamaño de la población

e = error máximo admisible (de 1% - 10%)

$$n = ?$$

$$m = 155$$

$$e = 5\%$$

Remplazando en la fórmula:

$$n = \frac{155}{0.05^2(155 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{155}{0.0025 (154) + 1}$$

$$n = 111.913$$

$$n = 112 \text{ Clientes}$$

La muestra con la que se va a trabajar es de **112** Clientes

### 3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

##### 3.4.1. Variable Independiente: ROTACIÓN DE PERSONAL

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>ROTACIÓN DE PERSONAL</p> <p>Es la entrada y salida de personas entre la organización y su ambiente, ya que los puestos son ocupados por diferentes personas en un lapso de tiempo definido, es decir varios trabajadores rotan por un mismo puesto.</p>	<p>Rotación</p> <p>Ambiente Laboral</p> <p>Puesto de Trabajo</p> <p>Lapsos de Tiempo</p>	<p>Salidas Entradas</p> <p>Relaciones Humanas Seguridad e Higiene</p> <p>Administrativo Operativo</p> <p>Corto Plazo Largo Plazo</p>	<p>¿Con que frecuencia ha visto usted que se cambia a los Visitadores a Médicos de la empresa RODDOME S.A.?</p> <p>¿Qué apreciación tiene usted del cambio frecuente del personal en la empresa Roddome S.A.?</p> <p>¿Se siente usted conforme que la empresa "RODDOME S.A." este cambiando a su personal con frecuencia?</p>	<p>Encuesta a Clientes</p>

### 3.4.2. Variable Dependiente: SERVICIO AL CLIENTE

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p><b>SERVICIO AL CLIENTE</b></p> <p>Es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y generar en ellos algún nivel de satisfacción obteniendo el producto en el momento, lugar adecuado y un buen servicio Post- venta que asegure un uso correcto del mismo.</p>	<p>Gestión</p> <p>Personal</p> <p>Satisfacción de Necesidades</p> <p>Clientes</p> <p>Producto</p> <p>Servicio post – venta</p>	<p>Planificación Organización</p> <p>Calificado No Calificado</p> <p>Personales Colectivas</p> <p>Externos Internos</p> <p>Bienes Servicios</p> <p>Devoluciones Seguimiento</p>	<p>¿Cuándo usted solicita los productos que ofrece Roddome la atención es?</p> <p>¿Qué tipo de Servicio le ofrece la empresa Roddome luego de la venta?</p> <p>¿Qué tipo de beneficios adicionales usted recibe de la empresa “Roddome S.A.”?</p> <p>Que le ofrecen a usted los visitantes permanentes</p> <p>¿Los productos y servicios que oferta “Roddome S.A.” cumplen con sus expectativas?</p>	<p>Encuesta a Clientes</p>

### **3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

#### **3.5.1. Técnicas**

Las técnicas utilizadas para desarrollar la presente investigación son las siguientes:

Para la recolección de *Información Secundaria*:

**Lectura Científica.-** La misma fue utilizada para adquirir conocimientos fundamentales para el desarrollo de la investigación y el entendimiento del problema de estudio.

Para la recolección de *Información Primaria*:

- ✓ **Observación.-** Mediante la observación se pudo obtener información de primer plano y asimilar de la mejor manera a los actores de la empresa Roddome y su entorno social, organizacional y comercial (Ver Anexo G).
- ✓ **Entrevista.-** Esta práctica permitió el dialogo y la obtención de juicios y premisas centrales por parte de quienes hacen empresa y desean seguirlo haciendo, por tanto, es inverosímil acotar que esta técnica fue muy útil para conocer a fondo la fuente de la organización y desplegar el presente trabajo (Ver Anexo H).
- ✓ **Encuesta.-** Solo mediante esta herramienta de destreza se pudo obtener información valiosa para descubrir que está sucediendo en realidad dentro de Roddome Pharmaceutical y determinar posibles soluciones a los errores y felicitaciones a los aciertos de esta empresa (Ver Anexo I).

#### **3.5.2. Instrumentos**

Para la recolección de *Información Secundaria*:

**Libros, Revistas, Tesis.-** Estos instrumentos permitieron que afloren nuevas razones desconocidas hasta entonces que fueron teorías y que hoy son resultados plasmados de desarrollo científico.

Para la recolección de *Información Primaria* tenemos:

- ✓ **Cámara Fotográfica.-** Este elemento permitió detener el tiempo en un instante deseado y forjar imágenes que hablan por sí solas de una realidad que quisiéramos, a veces, que se quedaran así y otras que se borren, sin embargo son realidades que permiten un estudio profundo, sean cual fueren estas.
  
- ✓ **Cuestionario.-** A este instrumento nos acogemos para permitirnos redactar cuestiones que ameritaron conocer del cliente la información que asintiera procesarla y analizarla para poder realizar un informe, esta consistió en nueve preguntas bien acertadas en la búsqueda de datos relacionados a la Rotación de personal y atención al cliente en la empresa para poder determinar su estado actual y las acciones que se deban tomar.

### **3.6. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Para la presente investigación se utilizará instrumentos como la encuesta y la ficha de observación los cuales nos brindarán información valiosa, misma que se procederá a la respectiva revisión para detectar posibles errores y organizarla de manera que sea más fácil su análisis. Su codificación se lo ha realizado en el mismo momento de elaborar el respectivo cuestionario para mayor facilidad (Ver Anexo H).

Dentro de la Categorización de la información tenemos algunos grupos de interés para nuestra investigación, como:

- ✓ Determinación de las necesidades del cliente
- ✓ Tiempos de servicio
- ✓ Encuestas
- ✓ Evaluación de servicio de calidad
- ✓ Análisis de recompensas y motivación

En el presente se utilizará la tabulación manual en vista que nuestro marco muestral es pequeño y computarizada para el procesamiento de datos de los clientes basado en la encuesta.

Una vez que hemos recopilado, organizado y tabulado dicha información, nos corresponderá su respectivo análisis para la obtención de resultados.

Dentro del presente proyecto de investigación se ha seleccionado el tipo de investigación inferencial, la cual nos permitirá el análisis y la comprobación de la Hipótesis propuesta en el capítulo anterior, por ello se usara la prueba paramétrica. Esta prueba involucra el uso de  $\chi^2$  como instrumento estadístico para la comparación de las variables X, Y, su análisis y su posterior comprobación, la cual será de gran utilidad en el desarrollo del proyecto.

Dentro de las diferentes maneras de presentar la información analizada, para el presente proyecto hemos escogido la Tabular que representa una mejor manera de procesar la información, aplicar tablas y matrices que nos permitirán presentar nuestra información ordenadamente y de la mejor manera; así mismo la presentación Grafica será útil a la hora de exponer gráficos estadísticos, mapas y otros.

Luego de haber realizado los procesos anteriores nos corresponderá interpretar los resultados arrojados de la manera más puntual y eficiente, describiendo y analizando la Hipótesis y cada una de las respuestas arrojadas en la encuesta, estudiando y analizando cada uno de los resultados y elaborando una síntesis de los mismos.

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Para el presente capítulo tomamos en cuenta, la encuesta realizada a 112 clientes, en donde se elaboró un cuestionario de nueve preguntas.

También se pone en exposición algunos datos generales concernientes a nuestra investigación, por ejemplo tenemos que “en el mercado Ecuatoriano existen alrededor de 212 empresas que se dedican exclusivamente a la distribución de medicamentos, las cuales están divididas de la siguiente manera, 103 pertenecen a la región costa con un porcentaje alto de 48,58 %, 81 a la región sierra con un porcentaje de 38.21% y 28 al sector del austro con el 13, 21%.<sup>4</sup>

Esto representa que un alto índice de medicamentos es vendido y comercializado en nuestro sector, lo cual representa una competencia fuerte para Roddome Pharmaceutical S.A.

---

<sup>4</sup> YEPEZ E. Diagnostico organizacional y propuesta de planeación estratégica para la empresa distribuidora farmacéutica C Y. ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL.



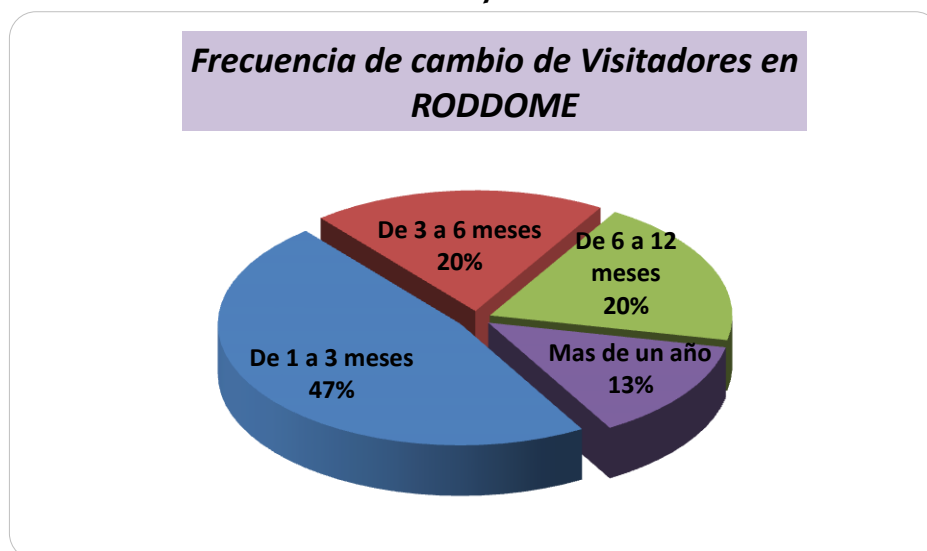
**PREGUNTA No 1.** ¿Con que frecuencia ha visto usted que se cambia a los Visitadores a Médicos de la empresa Roddome s.a.?

**Tabla N° 1: FRECUENCIA DE CAMBIO DE VISITADORES EN RODDOME**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3 meses	53	47%
De 3 a 6 meses	22	20%
De 6 a 12 meses	22	20%
Más de un año	15	13%
<b>TOTAL:</b>	112	100%

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Gráfico N°1**



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Análisis:** Del 100% de los encuestados, es decir de 112 clientes, se observó que: el 47% de la muestra respondió que de 1 a 3 meses con frecuencia se cambia los visitadores a médicos, el 22% manifestó que de 3 a 6 meses y de 6 a 12 meses han observado cambios en este lapso de tiempo, y un 13% respondió que no con frecuencia se cambian a los visitadores a médicos más de un año.

**Interpretación:** Este dato también nos ayuda a identificar el punto exacto y conocer lo que ocasiona en los clientes los cambios frecuentes de los visitadores determinando en ellos molestias y actualizaciones de datos con frecuencia.

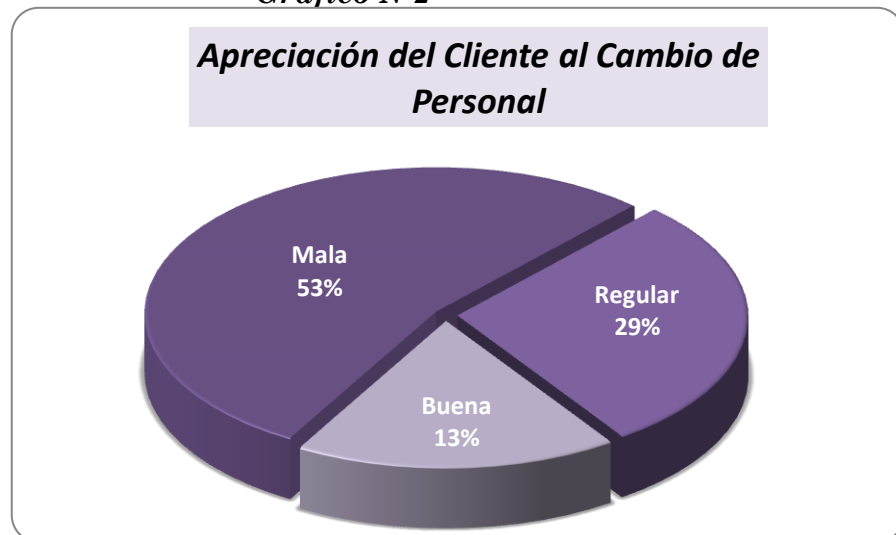
**PREGUNTA No 2.** ¿Qué apreciación tiene usted del cambio frecuente del personal en la empresa Roddome S.A.?

**Tabla N° 2: APRECIACIÓN DEL CLIENTE AL CAMBIO DE PERSONAL**

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Excelente</b>	1	1%
<b>Muy buena</b>	3	3%
<b>Buena</b>	16	14%
<b>Regular</b>	32	29%
<b>Mala</b>	60	54%
<b>TOTAL:</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Gráfico N°2**



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Análisis:** De los 112 clientes, 1 cliente dice que es excelente que se den cambios frecuentes en el personal, el 3% indica que es muy buena, el 14% que corresponde a 16 clientes dice que es bueno el cambio de personal en la empresa, un 29% afirma que es regular y el 54% aprecia que es malo el cambio frecuente.

**Interpretación:** Esta información refleja el malestar en los clientes al ver que a cada instante aparece una persona nueva para realizar las relaciones comerciales, es decir se denota que existe un alto índice de rotación de personal en la empresa Roddome.

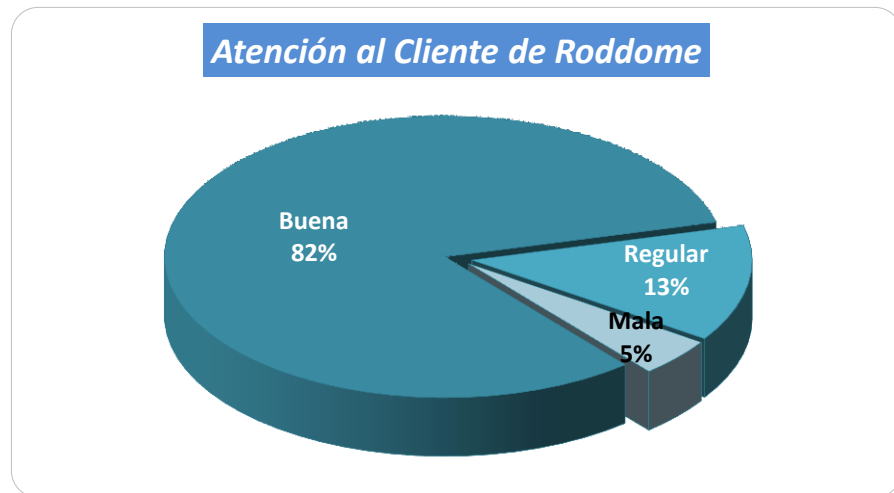
**PREGUNTA No 3.** Cuando usted solicita los productos que ofrece Roddome la atención es:

**Tabla N° 3: ATENCIÓN AL CLIENTE DE RODDOME**

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Buena</b>	92	82%
<b>Regular</b>	15	13%
<b>Mala</b>	5	4%
<b>TOTAL:</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Gráfico N°3**



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Análisis:** Del 100% de las personas encuestadas, el 82% que corresponde a 92 clientes y respondió que cuando ellos requieren productos de la empresa Roddome la atención que dan los visitantes es buena, el 13%, 15 clientes encuestados dicen que es regular y tan solo un 4% con 5 clientes, dice que es mala.

**Interpretación:** Mediante esta información se deduce que la atención que se da al cliente es buena esto nos quiere decir que los visitantes que tiene la empresa saben cómo relacionarse con sus clientes debido a las capacitaciones que reciben en la empresa.

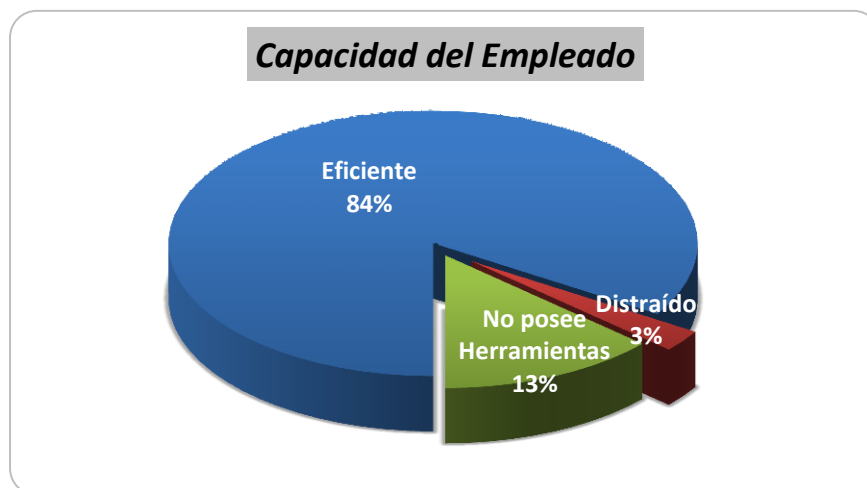
**PREGUNTA No 4.** A su criterio, al momento de realizar sus pedidos, el visitador a médico de la empresa Rodomme S.A. es:

**Tabla N° 4: CAPACIDAD DEL EMPLEADO**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Eficiente</b>	94	84%
<b>Distraído</b>	3	3%
<b>No posee Herramientas</b>	15	13%
<b>TOTAL:</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Gráfico N° 4**



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Análisis:** Del 100%, 112 clientes encuestados, 94 personas dieron un criterio positivo a esta consulta, que corresponden al 84% al momento de realizar sus pedidos el visitador a médico de la empresa Roddome S.A. es eficiente, el 3% que corresponde a 3 clientes es distraído y un 13%, 15 clientes opina que no posee sus herramientas necesarias para realizar el pedido.

**Interpretación:** Se deduce que el visitador a médicos de la empresa Roddome que un gran porcentaje califica como excelente la capacidad del empleado al realizar los pedidos hacia sus clientes cumpliendo con sus expectativas.

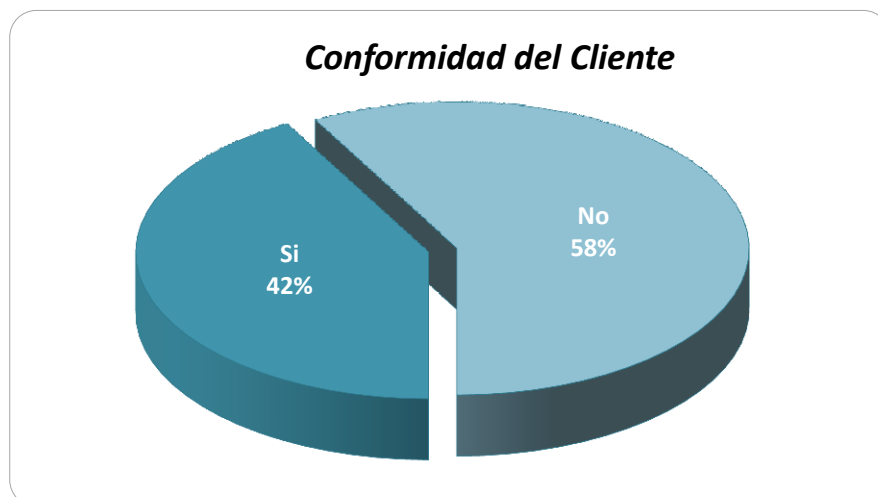
**PREGUNTA No 5.** ¿Se siente usted conforme que la empresa “Roddome S.A.” este cambiando a su personal con frecuencia?

**Tabla N° 5: CONFORMIDAD DEL CLIENTE**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	47	42%
<b>No</b>	65	58%
<b>TOTAL:</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Gráfico N°5**



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Análisis:** De los 112 clientes encuestados, el 58%, es decir 65 clientes dijeron que no se encuentran conformes que estén cambiando al personal de Roddome con frecuencia, el otro 42% que corresponde a 47 clientes dice que sí están de acuerdo con que se cambien los visitadores a médicos.

**Interpretación:** Los cambios frecuentes de personal están afectando la economía y surgimiento de la empresa Roddome incurriendo en gastos innecesarios y pérdida de tiempo y por ende una alta insatisfacción en el cliente.

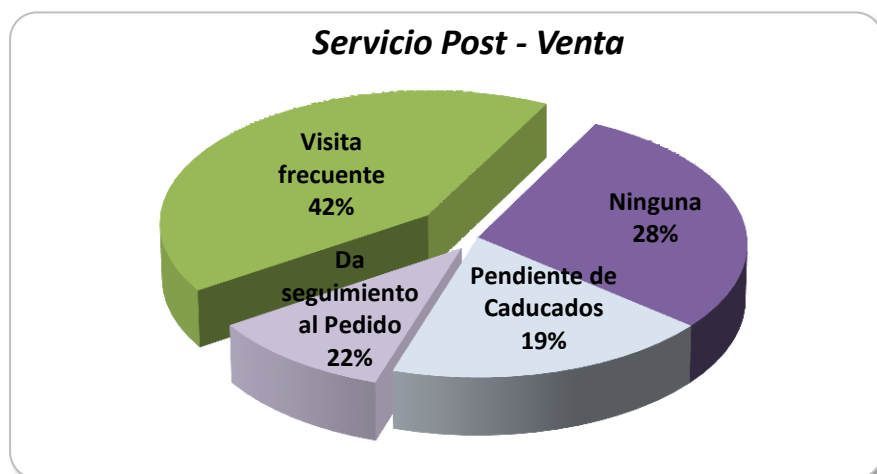
**PREGUNTA No 6.** ¿Qué tipo de Servicio le ofrece la empresa Roddome luego de la venta?

**Tabla N° 6: SERVICIO POST - VENTA**

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Pendiente de Caducados</b>	21	19%
<b>Da seguimiento al Pedido</b>	12	11%
<b>Visita frecuente</b>	47	42%
<b>Ninguna</b>	32	28%
<b>TOTAL:</b>	<b>112</b>	<b>100,00%</b>

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Gráfico N°6**



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Análisis:** Del 100% de encuestados, el 19% que corresponde a 21 clientes dice que el servicio que ofrece la empresa Roddome luego de la venta es estar pendiente de productos caducados, el 11% ,12 clientes dicen que da seguimiento al pedido, a su vez el 42% que corresponde a 47 clientes se ven visitados frecuentemente y un restante 28% que son 32 clientes manifiesta que ninguna de las anteriores.

**Interpretación:** Por ello se deduce que el servicio Post – Venta que se da a los clientes es bueno, a su medida, manteniendo un buen margen de ventas y mayor salida de productos.

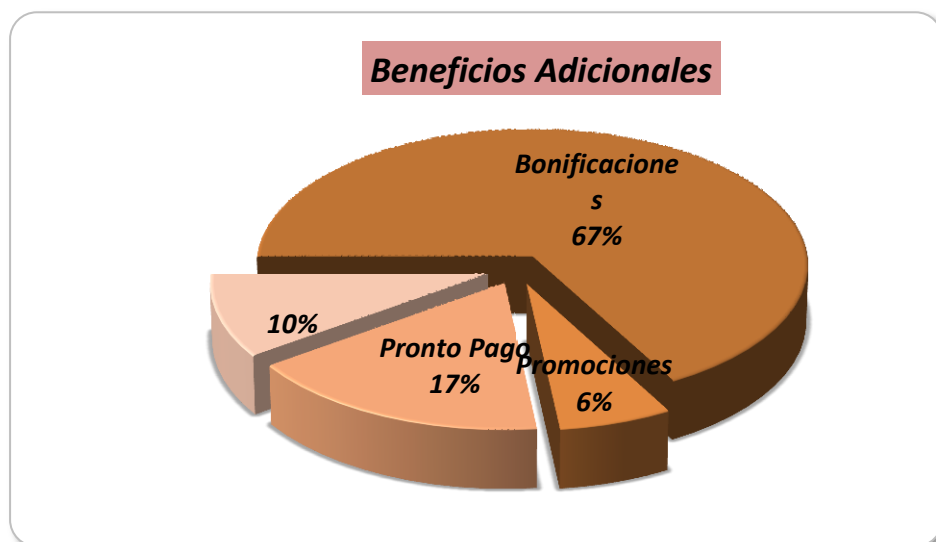
**PREGUNTA No 7.**¿Qué tipo de beneficios adicionales usted recibe de la empresa “Roddome S.A.”?

**Tabla N° 7: BENEFICIOS ADICIONALES**

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Bonificaciones</b>	75	67%
<b>Promociones</b>	7	6%
<b>Pronto Pago</b>	19	17%
<b>Ninguna</b>	11	10%
<b>TOTAL:</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Gráfico N°7**



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Análisis:** Del 100% del total de los encuestados, es decir de 112 clientes, el 67% que corresponde a 75 clientes encuestados responde que han recibido bonificaciones, un 6%, 7 clientes, promociones, el 17% que corresponde a 19 clientes pronto pago y un restante del 10% con 11 clientes aseguro no recibir ningún tipo de beneficio de parte de la empresa.

**Interpretación:** Esto da lugar a que la mayoría de encuestados aseguren tener beneficios adicionales al adquirir los medicamentos.

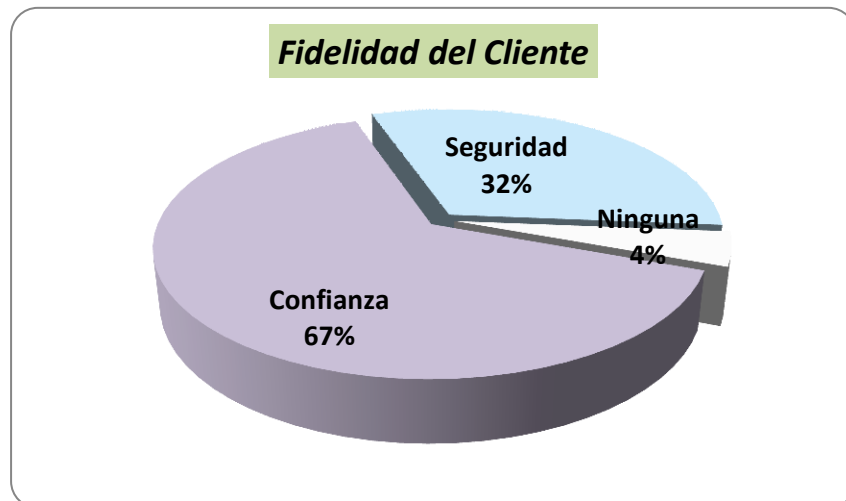
**PREGUNTA No 8.** Que le ofrecen a usted los visitantes permanentes:

**Tabla N° 8: FIDELIDAD DEL CLIENTE**

<i>Alternativas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<b>Confianza</b>	75	67%
<b>Seguridad</b>	37	33%
<b>Ninguna</b>	5	4%
<b>TOTAL:</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Gráfico N°8**



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Análisis:** Del 100% es decir de 112 encuestados, el 67% que son 75 clientes admitió que los visitantes permanentes les ofrecen confianza, un 32% que corresponde a 37 clientes seguridad y el 4% con 5 clientes dijo que ninguna.

**Interpretación:** Podemos decir que los clientes se sienten en confianza con los visitantes permanentes mas no por seguridad debido a que muchos de ellos adquieren sus productos por amistad tanto visitador – cliente y viceversa.



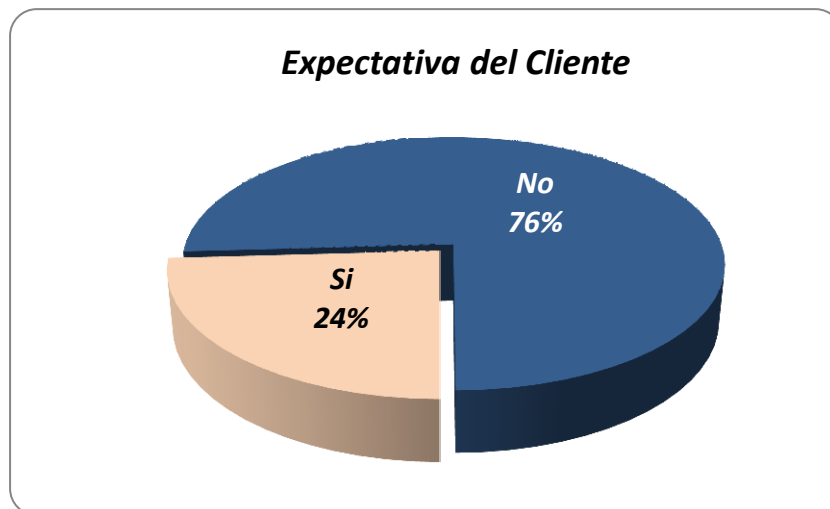
**PREGUNTA No 9.** ¿Los productos y servicios que oferta “Roddome S.A.” cumplen con sus expectativas?

**Tabla N° 9: EXPECTATIVA DEL CLIENTE**

<b>Alternativas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	27	24%
No	85	76%
<b>TOTAL:</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Gráfico N°9**



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

**Análisis:** Del 100% del total de los encuestados es decir de 112 clientes, el 76% que corresponde a 85 clientes considera que el producto que ofrece la empresa Roddome si Cumple con sus expectativas, el 24% que son 27 clientes dice que el servicio que ofrece la empresa no cumple con sus perspectivas.

**Interpretación:** Quiere decir que en la empresa Roddome sus medicamentos son de excelente calidad cumpliendo sus necesidades mientras que en el servicio no ocurre lo mismo debido a cambios frecuentes de personal.

#### 4.1. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La verificación de la hipótesis se lo realiza mediante un procedimiento secuencial por razón del uso de herramientas estadísticas que permiten, mediante la información obtenida en la investigación, decidir con objetividad si la hipótesis nula ( $H_0$ ) es confirmada o rechazada. El método de análisis de correlación no paramétrica para tablas de contingencia de la  $X^2$  parte del supuesto inicial ( $H_0$ ) de que no existe correlación entre las variables y que los resultados de la muestra son producto exclusivamente del azar.

##### Planteamiento de la Hipótesis

$H_0$  = Mediante la implementación de un manual de reclutamiento y selección de Personal **NO** se logra bajar el índice de rotación de personal y el servicio al cliente de la empresa “Roddome S.A.” sea satisfactoria.

$H_a$  = Mediante la implementación de un manual de reclutamiento y selección de Personal **SI** se logra bajar el índice de rotación de personal y el servicio al cliente de la empresa “Roddome S.A.” sea satisfactoria.

##### Tablas de Contingencia

Prosiguiendo con el análisis respectivo vamos a utilizar tablas de contingencia, mismas que se utilizan para registrar y analizar la relación entre dos o más variables, habitualmente de naturaleza cualitativa -nominales u ordinales-. Para nuestro estudio utilizamos una tabla de 2 x 2, en las cuales registraremos datos arrojados de la encuesta realizada a los clientes de Roddome, específicamente corresponde analizar las preguntas en cuyas alternativas se encuentren inmersos los ítems correspondientes a las variables rotación de personal y servicio al cliente

## Frecuencias Observadas

Esta tabla se lo elaboro en base a la encuesta realizada específicamente en la pregunta 5 que dice: ¿Se siente usted conforme que la empresa “Roddome S.A.” este cambiando a su personal con frecuencia?

**Tabla N° 10:** TABLA DE CONTINGENCIA DE  
FRECUENCIAS OBSERVADAS

		ALTERNATIVAS			
		SI	NO	TOTAL	
V.I.	ALTERNATIVAS	P 5	47	65	112
V.E.	ALTERNATIVAS	P 9	27	85	112
TOTAL		74	150	224	

*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Jessica Paz*

## Frecuencias Esperadas

Estas nos permiten determinar el grado de correlación *mayor* o *menor* entre las variables. Se calcula, de la tabla de frecuencias observadas, multiplicando la sumatoria de cada columna por la sumatoria de cada fila dividida entre la sumatoria total (n).

**Tabla N° 11:** TABLA DE CONTINGENCIA DE  
FRECUENCIAS ESPERADAS

ALTERNATIVAS	SI	NO	TOTAL
	37	75	112
	37	75	112
<b>SUBTOTAL</b>	74	150	224

*Fuente: Calculo  
Elaborado por: Jessica Paz*

## Prueba Ji – Cuadrado

La *prueba  $\chi^2$  o Ji* es considerada como una prueba no paramétrica que mide la discordancia entre una distribución observada y otra supuesta, indicando en qué medida las diferencias existentes entre ambas, de haberlas, se deben al azar en el contraste de hipótesis, y se utiliza la siguiente fórmula:

$$\chi^2 = \sum \left[ \frac{(O - E)^2}{E} \right]$$

En donde:

$\chi^2$  = Ji – Cuadrado

$\sum$  = Sumatoria

$O$  = Frecuencia Observada

$E$  = Frecuencia Esperada

**Tabla N° 12:** TABLA DE CONTINGENCIA DE  
CALCULO DE Ji – CUADRADO

O	E	O-E	(O-E)2	(O-E)2/E
47	37	10	100	2,702702703
65	75	-10	100	1,333333333
27	37	-10	100	2,702702703
85	75	10	100	1,333333333
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>8,072072072</b>

*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Jessica Paz*

Luego que hemos establecido el valor de Ji – Cuadrado (**8,072**) de igual manera establecemos el valor del Ji – Cuadrado Tabular con un grado de libertad de 1 y con un nivel de significancia de 0.5 (**3.841**)

## Nivel de Significancia o Grados de Libertad

Es la máxima probabilidad con la que estamos dispuestos a correr el riesgo de cometer el error de rechazar la  $H_0$  cuando debiera ser aceptada. Cuando se utilizan tablas de contingencia, el nivel de significancia se establece mediante el producto del número de filas menos uno por el número de columnas menos uno, como sigue:

$$g.l. = (r-1)(k-1)$$

Dónde:

$g.l.$  = Grados de libertad

$r$  = Filas de la tabla

$k$  = Columnas de la tabla

En nuestro caso:

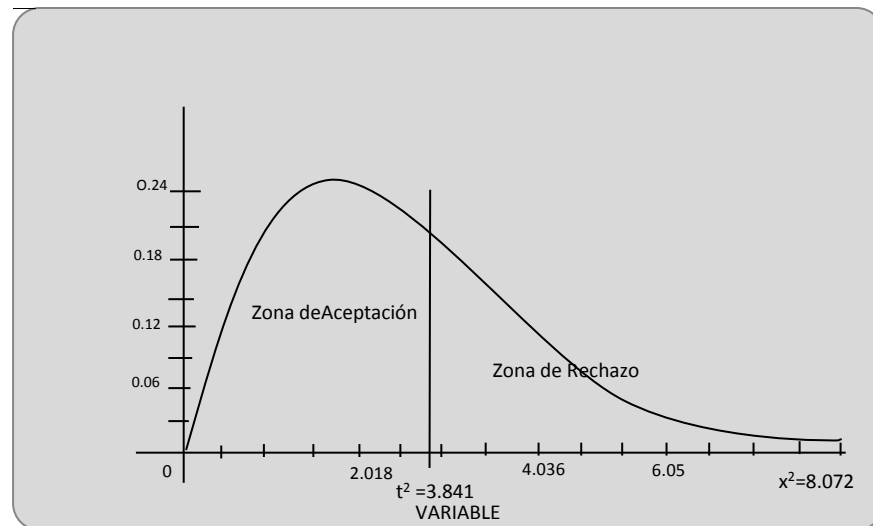
$$g.l. = (2-1)(2-1)$$

$$g.l. = (1)(1)$$

$$g.l. = \mathbf{1}$$

### Gráfico de decisión

Con los datos obtenidos e interpretados a través de las encuestas se puede determinar que es significativo el muestreo efectuado.



El valor calculado con 1 grado de libertad y un nivel de significancia de 0,05  $x = 3.841$ . El  $x^2 = 8.072$ , por eso se puede decir que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que consta de lo siguiente:

Elaborar un Manual de Reclutamiento y Selección de personal si permitirá reducir la rotación frecuente del empleado en la empresa Roddome de la ciudad de Ambato.

Probabilidad de un valor superior - Alfa ( $\alpha$ )				
Grados de libertad	0.001	0.025	0.05	0.1
1	10.827	5.024	3.841	2.706
2	13.815	7.378	5.991	4.605
3	16.266	9.348	7.815	6.251
4	18.466	11.143	9.488	7.779
5	20.515	12.832	11.07	9.236
6	22.457	14.449	12.592	10.645
7	24.321	16.013	14.067	12.017
8	26.124	17.535	15.507	13.362
9	27.877	19.023	16.919	14.684
10	29.588	20.483	18.307	15.987

## **CAPITULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES**

- ✓ Definiendo el problema existente dentro de la Empresa Roddome, de cómo influye el alto índice de rotación de personal en el servicio a sus clientes, esto se da por diferentes variables relacionadas con la rotación, tales como la insatisfacción en el trabajo, la presión del trabajo, entre otras que conllevan a que el personal abandone la organización.
  
- ✓ Se concluye que existe un porcentaje muy alto de cambios frecuentes del personal en la empresa Roddome , rota de uno a tres meses, lo que demuestra un alto índice, por lo que se ven afectados el cliente en su atención y por su parte la empresa en la venta de medicamentos, ocasionando pérdidas y desprestigio de la misma.

- ✓ Se concluye que un gran porcentaje de clientes se encuentran molestos debido a los cambios que se dan con frecuencia, la empresa no cuenta con una herramienta básica en cuanto a la selección del personal, la mayoría de los visitantes médicos ingresan mediante recomendaciones.
  
- ✓ Se concluye también que los productos que ofrece la empresa Roddome son de excelente calidad, mientras que el servicio que se ofrece a sus clientes no es factible en su totalidad debido a la alta rotación que se da en la empresa.
  
- ✓ Concluimos también que muchos de los clientes de la empresa compran sus productos por amistad.



## **RECOMENDACIONES**

- ✓ Se recomienda la implementación de un manual de reclutamiento y selección de personal donde no solo se busca cubrir un puesto sino ir más allá, es decir lograr el crecimiento y desarrollo tanto en el ámbito personal de los empleados como beneficios para la empresa.
  
- ✓ Programar reuniones periódicas entre los visitantes a médicos y jefes de área que permitan conocer falencias o avances que se realicen dentro de la misma, el servicio debe ser mejorado en cada uno de sus procesos con la finalidad de generar en el cliente fidelización.
  
- ✓ Se recomienda buscar estrategias de motivación adecuadas en el cual participen los empleados a fin de que reduzca la inestabilidad laboral, mejore su rendimiento y se sientan con entusiasmo al realizar sus actividades diarias en la empresa Roddome.
  
- ✓ El recurso humano es un pilar fundamental para la empresa por lo que se recomienda otorgar incentivos de motivación como económicos para que el personal note que la organización busca satisfacer sus necesidades y de esa manera evita la salida de su gente y satisface al cliente.

## **CAPITULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **6.1.DATOS INFORMATIVOS**

**Título:** Elaborar un MANUAL DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL, para mejorar el servicio al cliente de la empresa Roddome S.A.

**Institución ejecutora:** Roddome Pharmaceutical S.A. de la ciudad de Ambato

**Beneficiarios:** Directivos, Clientes Internos de la empresa Roddome.

**Ubicación:** Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Ficoa, Avenida de los Guaytambos y Montalvo, C.C. Caracol, locales 87 – 88 – 89 y 90. Ambato – Tungurahua – Ecuador.

**Tiempo estimado para la ejecución: Inicio:** Mayo 2012 **Fin:** Noviembre 2012

**Costo:** \$1.925,00

**Equipo técnico responsable:** Jessica Paz investigadora, Ing. José Herrera Tutor.

## **6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

En toda empresa para que exista un excelente desenvolvimiento y crecimiento económico se deben establecer mecanismos que coadyuven con su mejoramiento por esto es necesario incorporar actividades que la beneficien, mediante un análisis profundo y minucioso de los diferentes problemas que lo enfrentan.

Roddome, no cuenta con un esquema de selección técnica debido al tipo de administración que antes ha tenido la empresa, al no disponer de un manual de reclutamiento y selección de personal, no está en capacidad de diseñar los perfiles de los puestos y el desempeño del personal, afectando el servicio a los clientes, mismo que al no percibir una adecuada atención y visita frecuente de una misma persona pueden buscar otra opción perjudicando a la empresa.

Los elementos que afectan la alta rotación del personal de la empresa Roddome S.A. son las siguientes: la falta de un adecuado reclutamiento y selección de personal, demasiada carga laboral, jornadas extensas de trabajo, y la falta de comunicación en la consecución de los distintos objetivos en beneficio de la empresa.

Se debe tomar en cuenta como punto principal el servicio dado a nuestros clientes. Un nuevo trabajador debe tomarse el tiempo para conocer bien a los usuarios, procedimientos, políticas y normas de la empresa. Si los puestos rotan mucho el impacto en los clientes es inminente. Los clientes no van a recibir un servicio estándar sino lleno de altibajos, y lo que se estaría haciendo es remitir nuestros compradores hacia la competencia, quienes con gusto los van a recibir.

## **6.3 JUSTIFICACIÓN**

Ante la alta rotación de personal y su incidencia en el servicio al cliente de la empresa Roddome, y luego de haber realizado la investigación se considera necesario realizar la

presente propuesta con la finalidad de disponer de talento humano idóneo y de esta manera evitar el movimiento innecesario del trabajador.

Roddome debe contar con un herramienta que establezca de forma más clara y precisa los procesos de reclutamiento y selección de sus empleados permitiendo alcanzar íntegramente las expectativas, desarrollo y satisfacción que tienen tanto la empresa como los clientes, por lo que es necesario crear un manual que establezca en forma clara cómo realizar la planeación y necesidades que obtiene el talento humano en la forma de reclutar, seleccionar, contratar e inducir a las personas, con la finalidad de ayudar a la empresa Roddome a cumplir con sus expectativas y una entera satisfacción hacia el cliente, brindándoles un servicio oportuno y eficaz.

Dentro de este contexto, en lo referente al personal la empresa Roddome debe contar con las personas idóneas para que la misma este posicionada en el mercado competitivo, por tanto la coordinación, motivación, dirección y satisfacción del personal son aspectos cada vez más importantes en el ambiente que se desenvuelven, para así mejorar el desempeño, lograr la satisfacción del colaborador y obtener una actitud positiva para minimizar la rotación del personal.

## **6.4. OBJETIVOS**

### **6.4.1 Objetivo General**

- ✓ Elaborar un MANUAL DE RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PERSONAL, que permitan reducir la rotación frecuente del empleado en la empresa Roddome de la ciudad de Ambato.

### **6.4.2 Objetivos Específicos**

- ✓ Determinar los procesos de reclutamiento y selección de personal generando una guía de orientación empresarial en el área del talento humano en la empresa Roddome S.A.
- ✓ Diagnosticar la situación actual de la contratación e inducción del personal para generar responsabilidad y desarrollo organizacional.
- ✓ Diseñar formularios en los cuales vamos a registrar datos útiles que nos permitan calificar y seleccionar al personal más idóneo y capacitado para la empresa Roddome Pharmaceutical S.A.

## **6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

### **Factibilidad Socio Cultural**

Es importante mantener un constante compañerismo, comunicación, una buena relación con los empleados de la empresa, fomentar su participación a través de eventos sociales, culturales que motiven la permanencia del personal en su lugar de trabajo por un largo período de tiempo.

### **Factibilidad Tecnológica**

Para el presente trabajo de investigación se utiliza programas, para la tabulación y análisis de datos, recurriendo a Microsoft Word y Microsoft Excel, estas herramientas nos facilita elaborar cualquier trabajo de esta índole.

### **Factibilidad Organizacional**

Se ha desarrollado eficientemente la investigación gracias a la apertura de todos quienes conforman la empresa, los mismos que han proporcionado la información necesaria para el desarrollo del mismo, logrando así identificar las causas por la que existe un alto índice de rotación de personal, para ello, se diseña un manual de reclutamiento y selección de personal proporcionando beneficios para los trabajadores y progreso de la empresa.

### **Factibilidad Económico financiero**

Un manual de reclutamiento y selección de personal permite a la empresa incrementar su nivel de ingreso, ya que se contrata al personal apto, ofreciendo todos los beneficios de ley y compensaciones por cumplimiento de metas, desempeñándose de una mejor manera.

## **6.6. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

El presente trabajo está sustentada en el paradigma crítico propositivo que enmarca a la investigación cualitativa, para determinar en forma sistemática la provisión y demanda del personal de la empresa Roddome S.A, el departamento de recursos humanos se encarga de planificar sus labores de reclutamiento, selección , contratación, inducción y capacitación por lo cual se hace referencia a lo siguiente:

### **Reclutamiento**

Reclutamiento es un conjunto de procedimientos orientados a atraer e identificar candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización, de los cuales se seleccionara a alguno para efectuarle el ofrecimiento de empleo.

Los métodos son diversos y cada vez es más necesario apelar a los recursos humanos siendo un activo principal para el desarrollo y crecimiento de la organización.

### **Elección de métodos y canales de búsqueda**

Se realiza un breve análisis comparativo entre el reclutamiento interno y externo.

### **Fuente interna**

Para un adecuado reclutamiento interno debe cumplirse con ciertos pasos que no siempre, por uno u otro motivo, las empresas están dispuestas a dar.

- ✓ Colocar avisos de empleo en carteleras u otros medios internos.
- ✓ Llenar un eficiente inventario del personal, con un banco de datos que identifique habilidades y aptitudes.
- ✓ Planificar reemplazos y sucesiones.

### **Fuente Externa**

Utilizarla únicamente cuando los medios de reclutamiento interno no llenen las expectativas de personal requerido para una vacante tanto en cantidad, como en calidad del perfil del candidato.

### **Selección**

Proceso que trata no solamente de aceptar y rechazar candidatos sino conocer sus aptitudes y cualidades con el objeto de colocarlo en el puesto más a fin a sus características.

## **Contratación**

Es un convenio celebrado entre uno o varios sindicatos de patronos, con objeto de prestar un trabajo en uno o más establecimientos.

Dentro de proceso de contratación implica:

- ✓ Los aspirantes deberán desarrollar la entrevista con el responsable del área de recursos humanos.
- ✓ Aplicar la prueba de conocimientos.
- ✓ Seleccionara a los candidatos con mejor puntaje.

## **Inducción**

El proceso de inducción es una etapa que se inicia al ser contratado un nuevo empleado en la organización, en la cual se le va a adaptar lo más pronto posible a su nuevo ambiente de trabajo, a sus nuevos compañeros, a sus nuevas obligaciones y derechos, a las políticas de la empresa

## **Capacitación**

La capacitación en la actualidad representa para las unidades productivas uno de los medios más efectivos para asegurar la formación permanente de sus recursos humanos respecto a las funciones laborales que y deben desempeñar en el puesto de trabajo que ocupan.





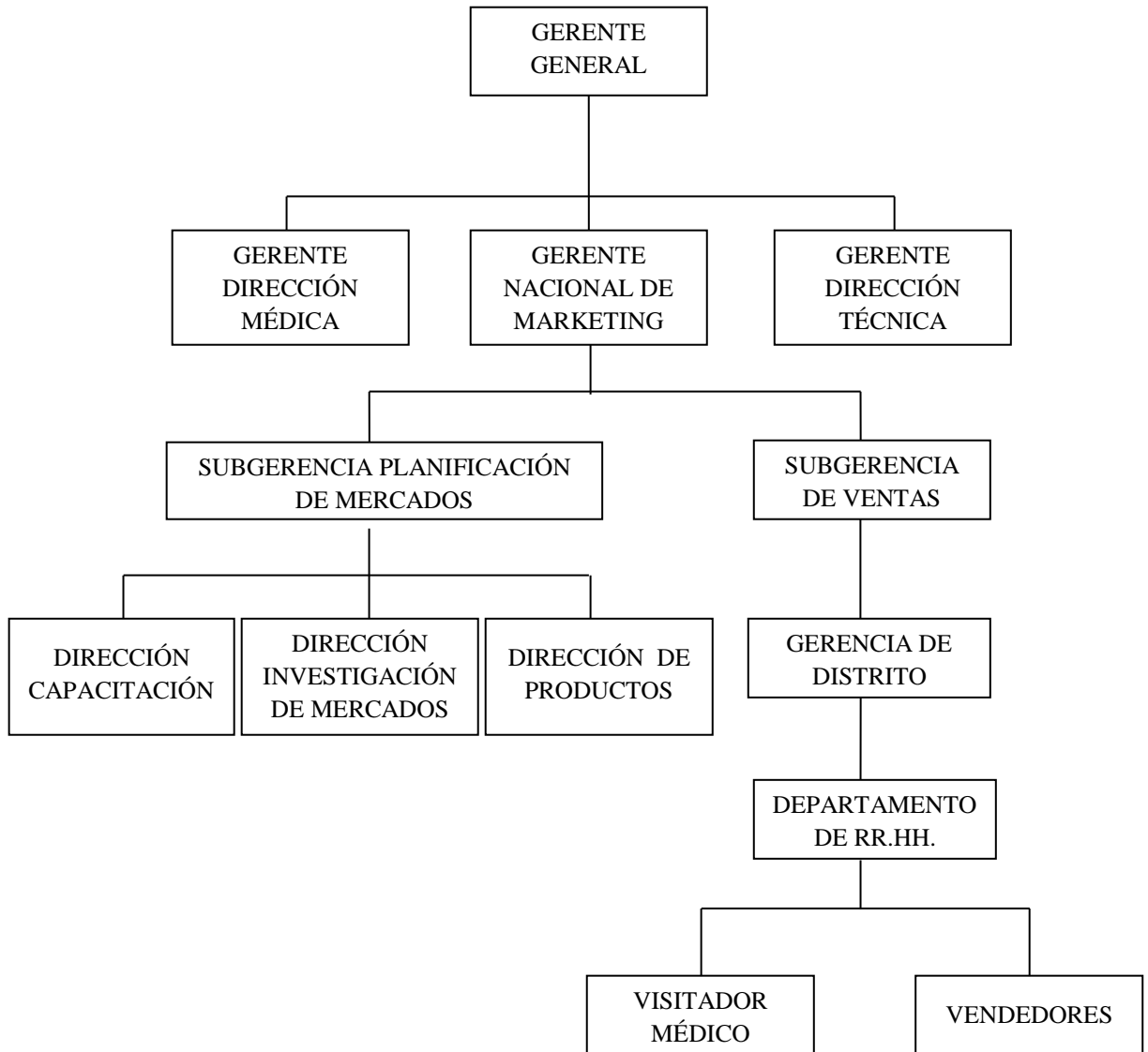
Distribución y venta de Medicamentos




# MANUAL DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL



**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**  
**EMPRESA RODDOME PHARMACEUTICAL S.A.”**

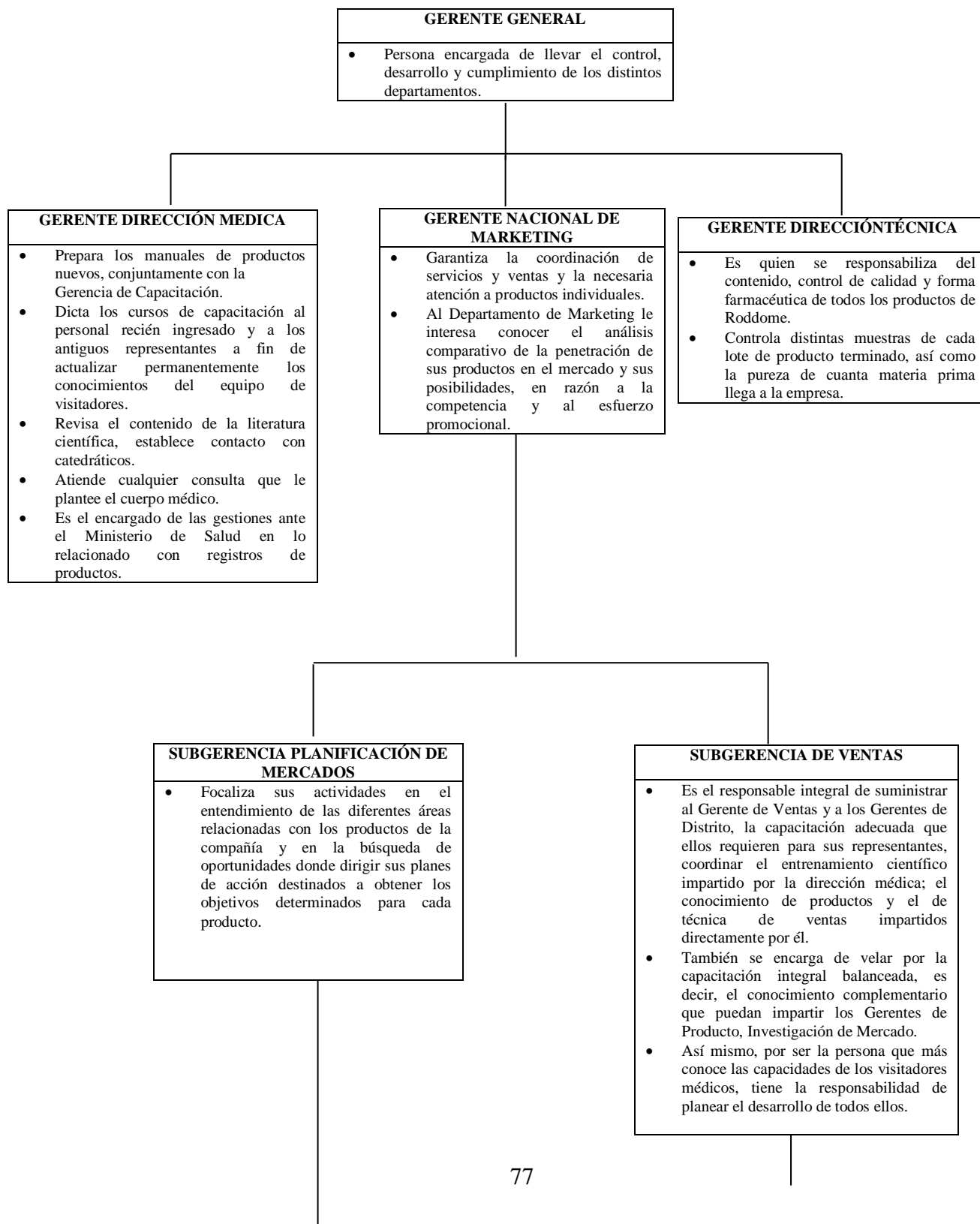


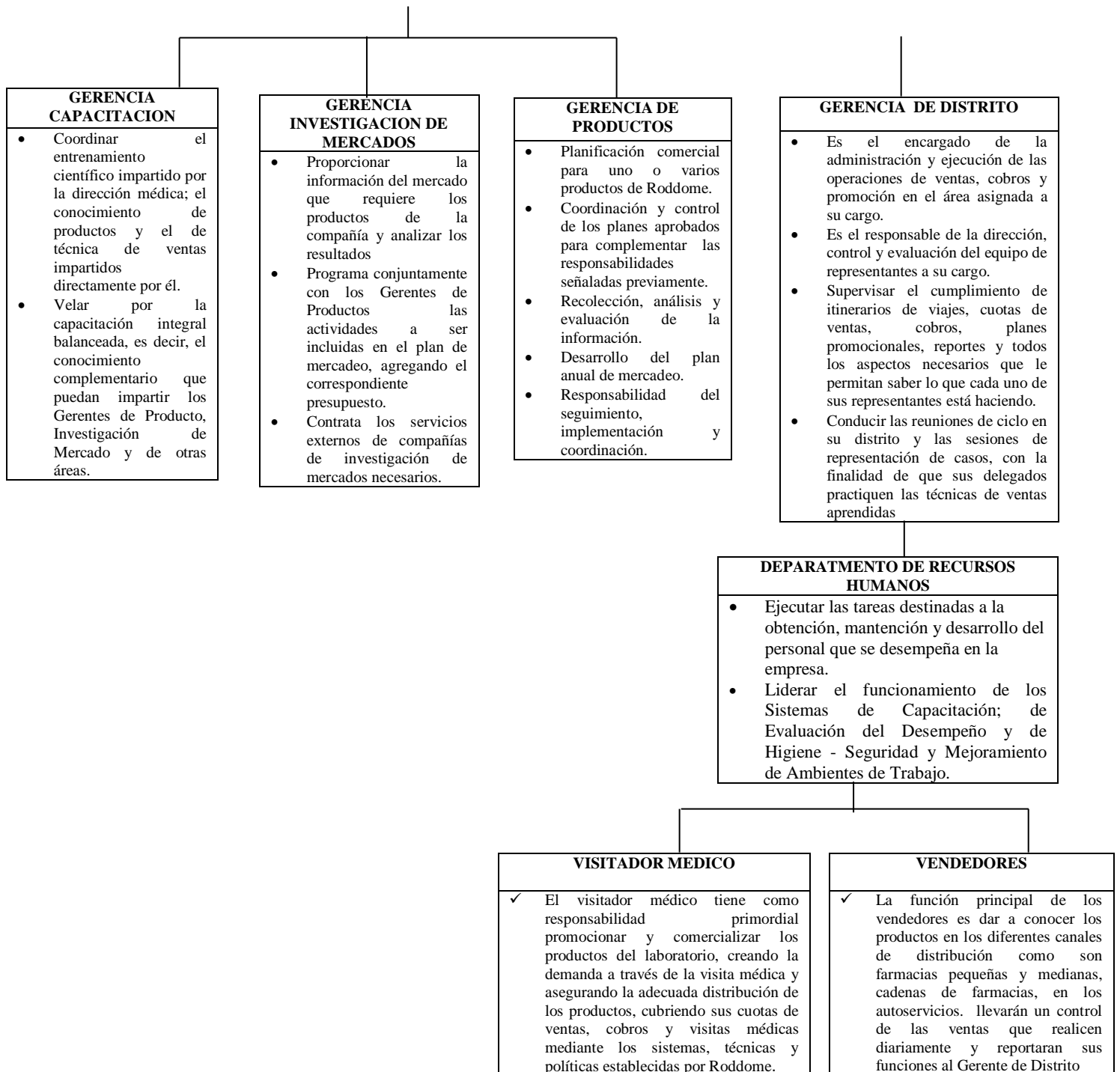
**CUADRO DE REFERENCIAS**

Simbología	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha
Autoridad 	DEPARTAMENTO RECURSOS HUMANOS EMPRESA RODDOME.	GERENTE GENERAL	08/20/2011


## ORGANIGRAMA FUNCIONAL

### EMPRESA “RODDOME PHARMACEUTICAL S.A.”





### CUADRO DE REFERENCIAS

Simbología	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha
Autoridad 	DEPARTAMENTO RECURSOS HUMANOS EMPRESA RODDOME.	GERENTE GENERAL	08/20/2011

## **6.7. METODOLOGÍA- MODELO OPERATIVO**

### **MANUAL DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA EMPRESA RODDOME PHARMACEUTICAL S.A.**

#### **Estructura**

- 1. Introducción**
- 2. Uso del Manual**
- 3. Instrucciones para el uso del Manual**
- 4. Políticas de Reclutamiento y Selección**
- 5. Reclutamiento**
- 6. Selección**
- 7. Contratación**
- 8. Inducción**
- 9. Capacitación**

#### **Introducción**

El presente manual contiene la forma de cómo debe llevarse a cabo la provisión de recursos humanos, trazando los lineamientos acorde a los objetivos, valores y principios propuestos para el proceso de reclusión y selección del personal.

Este instrumento facilita la comprensión e importancia de fijar criterios para identificar, atraer y seleccionar a los candidatos idóneos con las competencias y cualidades necesarias para el desempeño en los cargos vacantes, en otras palabras, el cómo abastecer y conseguir para la empresa Roddome Pharmaceutical S.A. los mejores talentos humanos necesarios para contribuir de forma significativa el logro eficaz de los objetivos y metas propuestas.

## **Uso del Manual**

Para el uso y la aplicación del presente manual, el gerente de distrito y el jefe de recursos humanos, son los únicos responsables de velar por el cumplimiento de todo lo establecido en este documento.

## **Instrucciones para el uso del Manual**

- ✓ El manual de reclutamiento y selección de personal en la empresa Roddome debe ser conocido y utilizado por los que laboran dentro de la empresa.
- ✓ La información contenida en este documento debe ser revisada y analizada por gerente general, gerente de distrito y el departamento de recursos humanos para ser puestas en práctica.

## **Políticas de Reclutamiento y Selección de personal en la empresa Roddome Pharmaceutical S.A.**


Estas políticas se establecen con la finalidad de reclutar y seleccionar al talento humano, en una forma justa, formal, transparente y sobre todo cumpliendo con los requisitos y características que el puesto o cargo exigen; por lo que la Comisión responsable del concurso, deberá verificar que el candidato seleccionado cumpla con todos los requisitos y las características del puesto.

## **Políticas de reclutamiento**

- ✓ Todo cargo a cubrir, deberá contar con el perfil del puesto que se requiere, que permite orientar la búsqueda.

- ✓ Ningún candidato podrá ser considerado, si no pasa satisfactoriamente por todo el proceso.
- ✓ Todo postulante deberá entregar su currículum y complementar la solicitud de empleo, que pasarán a ser propiedad de la empresa Roddome. **Formulario 1.**
- ✓ Los llamados al concurso no deberán contener sesgos de ningún tipo, ni emplear lenguaje discriminatorio, ni requerir antecedentes personales que excedan las exigencias del cargo y no estén referidas directamente a él.

## FORMULARIO N° 1

<b>SOLICITUD DE EMPLEO</b>		
Puesto al que aplica.....	Fecha.....	
<b>1.1.Datos personales</b>		
Apellidos completos.....	Edad.....	
Nombres completos.....		
Lugar y fecha de nacimiento.....		
C.I.....		
Dirección completa.....		
Teléfono..... Fax..... E-mail.....		
Ciudadano de.....		
<b>1.2.Empleo solicitado</b>		
Tipo de empleo Solicitado.....		
Puesto Especifico que se solicita.....		
Usted Desearía trabajar:		
a) Como empleado de tiempo completo	<input type="checkbox"/>	
b) Como empleado de tiempo parcial	<input type="checkbox"/>	
c) Como empleado temporal	<input type="checkbox"/>	
<b>1.3.Datos Familiares</b>		
Estado Civil: Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Unión Libre <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/>		
Tienes parientes que trabajan en la empresa indique los datos siguientes:		
Nombres y Apellidos.....		
Cargo que ocupa.....		
<b>1.4.Formación académica</b>		
Señale el grado(s) que usted ha obtenido en el curso de su formación académica, especificando la institución y el número de años cursados:		
Primaria:.....		

Secundaria:.....			
Bachillerato o preparatoria.....			
Universidad.....			
Cursos de posgrado.....			
Cursos comerciales, de computo, etc.....			
Describa sus habilidades laborales. Incluya los vehículos, aparatos y herramientas que sabe operar y cualquier información relevante que considere necesario			
.....			
<b>1.5.Referencias</b>			
Laborales:	Nombres	Dirección	Teléfono
	.....	.....	.....
	.....	.....	.....
Personales:	Nombres	Dirección	Teléfono
	.....	.....	.....
	.....	.....	.....
<b>Elaborado por: Departamento de RR.HH.</b>			

**Políticas de selección**

- ✓ Todo el proceso de selección debe estar basado en el perfil acorde al cargo, los que a su vez deben estar basados estrictamente en los requisitos exigidos para el puesto, y no podrá contener requerimientos que no estén asociados a la función.
- ✓ En los procesos de selección no podrán aplicarse exámenes que tengan carácter invasivo y/o discriminatorio, tales como por ejemplo, pruebas de embarazo.
- ✓ Los postulantes que presenten alguna discapacidad que les produzca impedimento o dificultades para la aplicación de los instrumentos de selección, deberán informarlo en su postulación, para efectos de adaptarlos y así garantizar la no discriminación por esta causal.
- ✓ Con el propósito de fomentar la participación y no discriminación, el proceso de selección finalizará con una entrevista a cargo de una comisión de Selección, la misma tendrá la facultad de decidir mediante votación y argumentación cuál postulante ocupará la vacante.



- ✓ El proceso de reclutamiento y selección, deberá contener toda la documentación que interviene en el procedimiento, debidamente clasificada y archivada en el departamento de talento humano.
- ✓ El uso de la información recabada a lo largo del proceso será confidencial y exclusiva del área de recurso humano, para su utilización.


### **6.7.1 RECLUTAMIENTO**

**El proceso de reclutamiento del personal en la empresa Roddome Pharmaceutical S.A. tendrá las siguientes fases:**

#### **Requisición de personal**

El departamento de recursos humanos encargado de realizar los **Formularios: 2, 3, 4** de requisición de personal, entrega al gerente general para que sea revisado, analizado y aprobado, terminado este proceso será publicado en varios medios de comunicación (internet, prensa escrita, radio), para dar a conocer la existencia de la vacante, con sus respectivos requisitos según el perfil al cargo requerido en la empresa.

## FORMULARIO N° 2

<b>REQUISICIÓN DE PERSONAL</b>			
		Fecha:..... /..... /.....	
Departamento solicitante del personal..... (Área).....			
Nombre del puesto de trabajo	..... ..... .....		
Numero de plazas requeridas	<input type="checkbox"/> .....	Duración de la vacante	Semanas Meses Años .....
Motivo por el que se solicita..... .....			
Nombre de la persona a quien se suplirá	..... (Apellido Paterno/APELLIDO materno/Nombres)		
Fecha de inicio del puesto vacante		Termino del puesto vacante	
Tipo de jornada			
Nombre y Firma de quien Solicita			
Nombre..... <span style="float: right;">_____</span>			

FORMULARIO N° 3

**DESCRIPCION DEL PUESTO**



Título del puesto.....  
Departamento.....

Descripción del puesto:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**CRITERIOS DE SELECCIÓN**

Nivel Académico.....  
Experiencia Laboral.....  
Condiciones de trabajo.....  
Tipo de actividades.....  
Características físicas.....  
Relaciones Humanas.....  
Conocimientos adquiridos.....  
Pruebas que serían aplicadas.....  
Indicaciones Generales.....

.....  
.....  
Observaciones.....  
.....  
.....

\_\_\_\_\_  
Gerente General

\_\_\_\_\_  
Departamento de RR.HH.

**FORMULARIO N°4**

**PERFIL DEL CANDIDATO**



Perfil que aplica para el cargo de.....  
Fecha.....

**REQUISITOS GENERALES**

Lugar de trabajo:  
Edad entre:..... y..... Preferencia especifica.....  
Sexo: Masculino..... Femenino.....  
Nacionalidad: Ecuatoriana..... Extranjera.....  
Ciudad Origen:.....  
Estado civil:.....  
Horario de trabajo:.....  
Posee Vehículo: SI..... NO.....

**FORMACIÓN ACADÉMICA PROFESIONAL**

Formación académica en..... Nivel.....  
Conocimientos en:.....  
Otros aspectos de preparación.....

**IDIOMA:**

	Habla	Lee	Escribe
.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....

**EXPERIENCIA LABORAL:**

Tiempo Laborado	Cargo	Nombre de le empresa
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....

\_\_\_\_\_  
**Gerente General**

\_\_\_\_\_  
**Departamento RR.HH.**

## **Fuentes de reclutamiento**

### **Fuentes internas.**

Será el medio de reclutamiento más idóneo para conseguir posibles candidatos dentro de la empresa Roddome, para brindarle al personal administrativo y operativo la oportunidad de superación personal, profesional, social y económica, se publica en la cartelera informativa, se enviará por vía mail el perfil del puesto vacante a todos los empleados de la empresa.

### **Fuentes Externas.**

Esta técnica se utiliza, una vez que se realizó el reclutamiento interno, encaso de no llenar la vacante, se busca candidatos ajenos a la organización, se lo realiza a través de:

- ❖ Colocar anuncios en lugares concurrentes dentro y fuera de la empresa.
- ❖ Anuncios en los medios de comunicación, (internet, prensa escrita, radio).

## **6.7.2. SELECCIÓN**

La empresa Roddome para su eficiente funcionamiento contara con personal adecuado en los lugares precisos, de otro modo será contar con talento humano de calidad, ya que es el motor y activo más importante, por ello, se debe proceder con una selección adecuada. El conseguir este objetivo, consiste para la empresa Roddome una disminución en los costos, derivados del proceso de selección para cubrir un puesto, lo cual se logra aplicando un proceso técnico de reclutamiento y selección de personal.

## **Especificación o perfil del cargo**

Se fundamenta en una descripción de las funciones esenciales del cargo y de las condiciones, calidades que debe tener el aspirante a llenar la vacante, las cual se valora a través del análisis de la hoja de vida presentada por el postulante.

## **Convocatoria**

El puesto de mayor rotación del personal de la empresa Roddome es el de, visitador a médico. Una vez realizada la convocatoria al puesto vacante, el jefe de recursos humanos fija la fecha de convocatoria, para realizar el proceso de selección, disponiendo de un proceso de 15 días hábiles a partir del momento que se produce la vacante, **Formulario 5**.

Una vez publicada la convocatoria el aspirante tiene un plazo de 5 días laborables para presentar su hoja de vida correspondiente en las instalaciones de la empresa Roddome, cumpliendo con aportes que acrediten sus requisitos intelectuales (educación, experiencia, capacitación), responsabilidad (administración de dinero, conocimientos elementales en computación), Esfuerzo (físico, intelectual), condiciones de trabajo, experiencia laboral, referencias (familiares-personales).

### **FORMULARIO N° 5**

**REQUIERE CONTRATAR**



#### **VISITADOR A MEDICO**

La empresa Roddome de la ciudad de Ambato, requiere contratar personal para ocupar el cargo de visitadores médicos que cumplan con los siguientes requisitos.

#### **Requisitos:**

- ✓ Bachiller
- ✓ Título de tercer nivel con especialidad en químico farmacéutico, administración de empresas o carreras afines.

- ✓ Sexo indistinto
- ✓ Hasta 35 años de edad
- ✓ Experiencia laboral mínima 6 meses
- ✓ Disponibilidad para viajar dentro y fuera de la ciudad
- ✓ Movilización propia

**Perfil del cargo:**

Conocimientos básicos de marketing  
Manejo de Computadoras  
Persona proactiva con deseos de superación  
Sociable  
Buena comunicación

**Ofrecemos:**

- ✓ Estabilidad Laboral
- ✓ Sueldo acorde a la ley
- ✓ Afiliación al IESS
- ✓ Comisiones más viáticos

Las personas interesadas deben presentar su carpeta con todos los documentos requeridos y actualizados a color en la Empresa Roddome, ubicada en la: Av. Guaytambos y Montalvo, C.C. Caracol, locales 87 – 88 – 89 y 90. Telf.032420003, o enviar al siguiente correo electrónico [rodphar@gmail.com](mailto:rodphar@gmail.com)

Para seleccionar al personal idóneo, se utiliza el método de puntos o denominado **(POINT RATING SYSTEM)**.

## **MÉTODO DE PUNTOS**

Es e método más usado tanto en las organizaciones públicas como privadas, fue creado por Merrill R. Lott, en vez de utilizar niveles salariales, como el método de comparación de factores, utiliza puntos, sus resultados son más precisos, porque permite manejar con mayor detalle los factores esenciales.

Este método presenta considerables ventajas y supremacía sobre los demás, como consecuencia del estudio exhaustivo y analítico de los puestos, lo cual permite su clasificación automática y diferenciada.

## **PROCEDIMIENTO**

### **1. Determinación de los factores esenciales**

El sistema de puntos puede desarrollarse con los mismos factores del método de comparación, pero generalmente profundiza más el análisis, pues descompone estos elementos en subfactores. Por ejemplo, el factor responsabilidad puede descomponerse en; A) responsabilidad por el manejo de equipos y materiales de trabajo; b) responsabilidad por la calidad de productos y servicios.

### **2. Determinación de los niveles de los factores**

Dado que el nivel de responsabilidad, así como otros factores puede variar de uno a otro puesto, el sistema de puntos crea varios niveles, aunque es posible usar menos o más, dependiendo del tipo de organización. Estos niveles ayudan a los especialistas a fijar compensaciones para diferentes grados de responsabilidad y otros factores esenciales.

## **FACTORES ESENCIALES**

<b>FACTORES DE EVALUACIÓN</b>
<p><b>Requisitos intelectuales:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Educación</li> <li>2. Experiencia</li> <li>3. Capacitación</li> </ol>
<p><b>Requisitos físicos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Físico</li> <li>2. Mental</li> </ol>
<p><b>Responsabilidad por:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manejo de Materiales y equipos de trabajo</li> <li>2. Costos y manejo de dinero</li> <li>3. Gestión Administrativa</li> </ol>
<p><b>Condiciones de trabajo:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Riesgos</li> <li>2. Condiciones ambientales</li> </ol>



### 3. Adjudicación De puntos a cada factor

Con los factores esenciales enlistados y los diferentes niveles se colocan como encabezados, se aplica un sistema matricial de puntuación. A partir del grado IV, el comité de evaluación de puestos, conceden puntos, en forma objetiva, a cada subfactor.

Esta adjudicación de puntos permite que el comité conceda puntuaciones más exactas a cada elemento del puesto.

#### SISTEMA MATRICIAL DE PUNTOS

FACTORES ESENCIALES	NIVELES			
	MÍNIMO I	BAJO II	MODERADO III	ALTO IV
<b>Requisitos intelectuales: 360</b>				
a) Educación	45	90	135	180
b) Experiencia	25	50	75	100
c) Capacitación	20	40	60	80
<b>Requisitos físicos: 240</b>				
a) Físico	25	50	75	100
b) Mental	35	70	105	140
<b>Responsabilidad por: 240</b>				
a) Materiales y equipos de trabajo	20	40	60	80
b) Costos (Dinero)	25	50	75	100
c) Seguridad	15	30	45	60
<b>Condiciones de trabajo: 160</b>				
a) Riesgos	20	40	60	80
b) Condiciones ambientales	20	40	60	80
<b>TOTAL PUNTOS</b>				<b>1.000</b>

### 4. Adjudicación de los puntos a los niveles

Ya asignados los puntos a cada elemento del puesto, los encargados de seleccionar al personal conceden puntos a cada nivel diferente, para resaltar la importancia de cada uno.

### MÉTODO DE PUNTOS

(1000 PUNTOS)

		NIVEL DE FACTOR				
FACTOR DEL PUESTO	PESO	1	2	3	4	5
Educación	50%	100	200	300	400	500
Responsabilidad	30%	60	120	180	240	300
Esfuerzo físico	12%	24	48	72	96	120
Condiciones Laborales	8%	16	32	48	64	80
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>					

El intervalo de cada grado puede calcularse restando del número máximo y el número mínimo de puntos y dividiendo entre el número de grados empleados menos 1.

#### Fórmula:

$$Intervalo = \frac{\text{máximo nivel} - \text{mínimo nivel}}{n - 1}$$

$$Intervalo = \frac{500 - 100}{5 - 1} = 100$$

La empresa Roddome a través de la entrevista por parte del gerente de recursos humanos ha justificado que el factor más importante y de relevancia para evaluar es el nivel académico, el personal debe tener conocimientos acerca de las actividades que realiza un visitador médico, se requiere de experiencia laboral, también se indica que en este tipo de trabajo la empresa Roddome, le capacita acorde a las necesidades que se requiere para ocupar dicho puesto.

De igual manera los porcentajes aplicados en la pruebas técnicas de conocimientos son mediante el consentimiento del gerente, considera que se toma un porcentaje superior en las pruebas prácticas por que ayuda a conocer las habilidades que posee los aspirantes en la forma de visita a los médicos, comercialización de medicamentos y su desenvolvimiento ante sus clientes, y la entrevista final tendrá un porcentaje de 10% que lo calificara el gerente de distrito de la empresa.

### **Ponderaciones y Puntajes**

Hoja de vida (60%)

<b>FACTORES</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
Nivel académico	30%
Experiencia Laboral	18%
Capacitación	12%

Los aspirantes que tengan un porcentaje igual o superior a 48% serán considerados para la siguiente fase.

#### **Pruebas técnicas de conocimiento (30%)**

Los aspirantes que tengan un porcentaje igual o superior a 25% serán considerados para la siguiente fase.

#### **Entrevista Final (10%)**

Esta fase será calificada por el gerente general de la empresa Roddome, con un porcentaje igual o superior a 7%

Total 100%

La empresa Roddome para seleccionar a la persona idónea hacia el puesto que se requiere, se basa en la fase de méritos la misma que contiene nivel académico, experiencia laboral, capacitación, de igual manera la fase de oposición que contendrá las pruebas técnicas y entrevista final.

#### **Detalle de la Hoja de vida (60%)**

El jefe de recursos humanos ira seleccionando a los posibles candidatos en base a lo requerido para el puesto.

Será calificada la hoja de vida que cumpla con los porcentajes igual o superior a 48% de los requisitos solicitados en cuanto a:

Nivel académico

Experiencia laboral

Conocimientos específicos

Edad

### **Criterios de ponderación**

Los aspirantes serán evaluados por sus merecimientos con un puntaje de 60%, serán elegibles los candidatos que alcancen un rendimiento igual o superior a 48%.

### **Fase de Merecimientos**

Se considera los factores educación, experiencia y capacitación, que están valorados con un porcentaje equivalente a60%.

#### Factores Ponderación

Nivel académico	30%
Experiencia Laboral	18%
Capacitación	12%

En la fase de merecimientos se califica de acuerdo a los porcentajes establecidos a lo solicitado en su publicación.

### **Nivel académico (30%)**

Hace referencia a que el participante cuente con los conocimientos necesarios para ejercer con efectividad las responsabilidades del puesto y alcanzar los resultados previstos. La educación es adquirida mediante estudios formales.

Para definir el grado, ponderación y puntajes según el nivel de estudio, se presenta a continuación la siguiente tabla:

<b>GRADOS Y PONDERACIÓN</b>		
<b>Grado</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Definición</b>
1	5	Bachiller
2	10	Requiere haber aprobado Segundo año de universidad en carreras afines a la medicina
3	15	Título terminal universitario en carreras afines a la medicina
<b>Total</b>	<b>30 puntos</b>	

**Experiencia laboral (18%).** Valora la experiencia de trabajo necesario para que un empleado pueda desempeñar el cargo sin dificultad. Involucra el tiempo de entrenamiento obtenido en el desempeño de otros cargos similares que capacita a una persona.

Para definir el grado, ponderación y puntajes según la experiencia laboral, se presenta a continuación la siguiente tabla:

<b>Grados y ponderación</b>		
	<b>GRADOS</b>	<b>PUNTOS</b>
1	1-6 meses	4 puntos
2	Entre 7 meses y 1 año	6 puntos
3	De 2 años en adelante	8 puntos
	<b>Total</b>	<b>18 puntos</b>

**Capacitación (12%).** Del puntaje establecido, se asigna valores, que corresponden a los documentos presentados por el aspirante que justifique su participación en eventos como: talleres, cursos, seminarios, etc.

<b>GRADOS Y PONDERACIÓN</b>	
<b>HORAS</b>	<b>PONDERACIÓN</b>
30 horas	2 puntos
40 horas	4 puntos
Más de 50 horas	6 puntos
<b>Total</b>	<b>12 puntos</b>

### **Pruebas de idoneidad**

La empresa Roddome para seleccionar al personal utiliza pruebas psicométricas, prácticas, se realiza dependiendo al cargo que se desea cubrir.

**Aplicación:** Las pruebas son psicométricas y prácticas

### **Valoración**

La prueba psicométrica tendrá un valor del (10%), la prueba práctica tendrá la valoración de (15%) de un porcentaje total de 25%.

**Preparación de pruebas.-**el gerente general conjuntamente con el jefe del área de recursos humanos serán los encargados de preparar las pruebas para el puesto a cubrir, con el fin de valorar la actitud del aspirante, las mismas deben ser coherentes con los requisitos del puesto y de acuerdo al perfil del cargo.

**Recepción y valoración de las pruebas.-** se informa por vía telefónica o vía mail el día, lugar, hora previstos para el desarrollo de las pruebas donde será calificado por el responsable del departamento de recursos humanos.

## **Informe de las pruebas**

Una vez revisadas y calificadas las pruebas, con sus respectivos puntajes finales, los aspirantes que han obtenido las mejores notas serán seleccionados, el departamento de recursos humanos da a conocer los resultados.

## **Tipos de pruebas**

### **Pruebas Psicométricas:**

Las pruebas de habilidades psicométricas miden la fuerza, la coordinación y la destreza. Con la aplicación de esta prueba en la empresa Roddome S.A. se evaluará indicadores de personalidad como carácter, autoestima, responsabilidad, cautela, creatividad, estabilidad emocional; aptitudes como: habilidad, nivel de organización, servicio social, liderazgo que la persona posee; y de inteligencia, que poseen los aspirantes a ocupar un puesto dentro de la empresa y a través de ellas hacer más fácil la selección de un candidato específico que llene las condiciones del puesto requerido, (Ver Anexo Ñ).

### **Pruebas Prácticas:**

Este tipo de pruebas se realiza en la empresa Roddome S.A. para conocer las habilidades y destrezas que el candidato posee para la visita médica como, venta de medicamentos, visita a farmacias, médicos y otros recursos que se utiliza en el desarrollo de las funciones del puesto,(Ver anexo O).

### **Entrevista Personal (10%)**

El Gerente General realiza la entrevista a los candidatos finales, con un puntaje igual o superior a 7%.

## **Entrevista**

Se utiliza una entrevista estructurada para los candidatos, con el fin de complementar la información que se ha obtenido mediante el análisis de las hojas de vida, verificación de referencias laborales y personales, sus aspiraciones, dicha entrevista está a cargo del gerente general.

### **Proceso de la Entrevista**

- ✓ Se debe citar a los postulantes, indicando el lugar, día y hora de la entrevista.
- ✓ Los entrevistadores deben actuar en forma sencilla y cordial, con el fin de dar confianza al entrevistado.
- ✓ Cerrar la entrevista, anunciándole que los resultados y decisión del ganador serán publicados o comunicados oportunamente.
- ✓ El gerente general de la empresa lleva a cabo el presente proceso, tabulará inmediatamente los resultados y elaborará el informe final.

### **Del Postulante**

- ✓ Debe acudir a la entrevista 10 minutos antes de la hora convocada.
- ✓ Debe estar bien presentado física y anímicamente
- ✓ Deberá contestar las preguntas en forma serena.
- ✓ Debe presentarse a la entrevista con traje formal



## **Verificación de Antecedentes Laborales**

En esta etapa la empresa Roddome procede a verificar la idoneidad y veracidad del postulante, manifestada en su solicitud o presentada en su currículum vitae, constatando los estudios indicados, capacitación, experiencia laboral y referencias personales.

## **Informe de Selección**

El departamento de Recursos humanos de la empresa Roddome S.A, una vez establecido los grados de ponderación, en base a los puntos dados a cada factor esencial presenta un informe final, los aspirantes que tengan un mínimo de 80 puntos serán considerados posteriormente por la comisión calificadora correspondiente al departamento de recursos humanos, se seleccionará al personal apto, para ocupar el puesto vacante dentro de la empresa, postulando a personas idóneas para los puestos requeridos, este informe se da a conocer vía telefónica las próximas 48 horas posteriores a la entrevista,(Ver anexo J)

### **6.7.3. CONTRATACIÓN**

Una vez seleccionado al personal eficaz y que reúne todos los requisitos se procede a preparar el documento denominado contrato de trabajo con la previa autorización del gerente general, el jefe de recursos humanos de la empresa Roddome se compromete a elaborar un contrato de trabajo el mismo que establece la relación jurídica laboral entre colaborador y empresario, en donde el nuevo colaborador se compromete a prestar sus servicios intelectuales, así como la responsabilidad del empleador a retribuirle económicamente, mediante una remuneración y beneficios sociales que las leyes establecen generando un conjunto de derechos y obligaciones de ambas partes,  
**Formulario6.**

**FORMULARIO N°6**

**SOLICITUD DE CONTRATACION**



**REQUERIMIENTO:**

Departamento.....  
Requiere personal para .....

Con el presente perfil

.....  
.....  
.....

**CONTRATACIÓN:**

Contrato a Tiempo                  Prueba                  Fijo  
Fecha estimada de la provisión: .....

Causa que origina el requerimiento

Nombre:.....

Renuncia:.....

Tiempo de contrato:.....

Otro:.....

Fecha:.....

.....

Nombre y Firma

**AUTORIZACIÓN DE LA GERENCIA**

\_\_\_\_\_  
Firma Gerente General

- ✓ Una vez celebrado el contrato de trabajo la persona contratada procederá a la firma del contrato, durante un periodo de prueba de 90 días.
- ✓ Transcurrido el contrato de prueba se renovara el contrato de trabajo hasta cumplir un año conforme lo señala el código de trabajo.
- ✓ Si se requiere separar a la persona de la empresa por diferentes motivos con 30 días antes de que cumpla el año se puede realizar el desahucio
- ✓ También se puede utilizar el visto bueno ante el Ministerio de Relaciones Laborales, cuando el trabajador hubiere infringido las disposiciones contenidas en el artículo 72 del Código de Trabajo.

## CONTRATO DE TRABAJO

Conste por el presente Contrato de trabajo a Plazo Fijo bajo modalidad de Contrato por Inicio (o incremento) de nueva Actividad que celebran al amparo del artículo 57 del texto único Ordenado por la ley de Productividad y Competitividad Laboral, que fuera aprobado por el D.S. 0003-97-TR y normas complementarias de una parte....., con RUC N..... y domicilio fiscal en....., debidamente representada por el señor....., con DNI N....., a quien en adelante se le denominara simplemente EL EMPLEADOR; y de la otra parte don..... con DNI N....., domicilio en.....a quien en adelante se le denominara EL TRABAJADOR; en los términos y condiciones siguientes:

**Primero:** EL EMPLEADOR requiere cubrir las necesidades de recursos humanos que son originados por la.....

**Segundo:** Por el presente documento EL EMPLEADOR contrata plazo fijo bajo la modalidad ya indicada, los servicios de EL TRABAJADOR, quien desempeñara el cargo de ....., en relación con las causas objetivas señaladas en la cláusula que antecede.

**Tercero:** El plazo de duración del contrato es de.....(máximo 3 años), y rige a partir del.....de.....de 201....., fecha en la cual empezara sus labores El TRABAJADOR hasta el .....de.....de.....201..., fecha en que terminara el contrato.

**Cuarto:** El TRABAJADOR se contratara sujeto a un periodo de prueba de tres meses, el mismo que se inicia el.....de.....de 201..., y concluye el.....de.....de 201....

Queda entendido que durante este periodo de prueba EL EMPLEADOR puede rescindir el contrato sin expresión de causa alguna.

**Quinto:** EL TRABAJADOR se regirá por el horario siguiente: de lunes a viernes a....., de..... horas a.....horas.

**Sexto:** EL TRABAJADOR deberá cumplir con las normas propias del centro de trabajo, así como las contenidas en el reglamento interno trabajo y en las demás normas laborales, y las que se imparten por necesidad del servicio en ejercicio de las facultades de administración de la empresa, de conformidad con el artículo 9 del texto Único Ordenado aprobado por el D.S. 0003-97-TR.

**Séptimo:** EL EMPLEADOR abonara al trabajador la cantidad de \$.....como remuneración mensual, de la cual se deducirán las aportaciones y los descuentos por tributos establecidos en la ley que le resulten de aplicación.

**Octavo:** Queda entendido que El EMPLEADOR no se encuentra obligado a dar el aviso referente al termino del presente contrato, operando su extinción en la fecha de su

vencimiento de acuerdo a la cláusula tercera, oportunidad en la cual se abonara Al TRABAJADOR los beneficios sociales que le pudieren corresponder de acuerdo a la ley.

**Noveno:** el contrato queda sujeto a las disposiciones que contiene el texto Único Ordenado de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral que fuere aprobado por el D.S. 0003-97-TR. y demás normas legales que lo regulen o que le sean de aplicación durante la vigencia del presente contrato.

Como muestra de conformidad con las clausulas materia del presente contrato se procede a firmar el presente documento por triplicado, a los..... días del mes de.....de.....

.....

**EMPLEADO**

**TRABAJADOR**

### **Desahucio**

Es el aviso con el que una de las partes dentro de la relación laboral, hace saber a la otra que su voluntad es dar por terminado el contrato de trabajo establecido en el Art. 148 Código Trabajo, tiene que ser por escrito, y ante el Inspector de Trabajo.

- ✓ Se debe presentar con una anticipación mínima de 30 días si es presentado por el empleador y 15 días si lo es por el trabajador.

### **Visto Bueno**

Es la resolución de la Autoridad del Trabajo, declarando que son legales las causas mencionadas por el empleador o el trabajador, en su caso, para dar por terminado el contrato de trabajo unilateralmente antes de su vencimiento.


#### 6.7.4. INDUCCIÓN

Una vez que se ha reclutado y seleccionado el personal se proporciona al nuevo empleado la información básica, orientarlo, capacitarlo que le permita integrarse rápidamente al lugar de trabajo.

La empresa Roddome proporcionara al nuevo colaborador toda la información necesaria donde incluirá información sobre: **(Formulario 7)**.

- ✓ Horarios laborales,
- ✓ Días de descanso, Días de pago,
- ✓ Reglas generales de disciplina
- ✓ Derechos y obligaciones de los trabajadores

#### FORMULARIO N°7

<b>INDUCCION GENERAL</b>	
Nombres y apellidos del trabajador Incorporado:..... Denominación del puesto:..... Ubicación del puesto:.....	
COMPONENTES DE LA INDUCCIÓN	FIRMA DEL TRABAJADOR COMO RECIBIDO
Reglamentos existentes Códigos Políticas Instrucciones Presentación general con sus nuevos compañeros de trabajo Mostrar instalaciones de la empresa Ratificación de las funciones del puesto Entrega de los instrumentos necesarios, indicaciones sobre su uso	..... ..... ..... ..... ..... ..... ..... .....

Explicar las actividades a realizar	.....
_____	_____
Firma del trabajador incorporado	Firma responsable de la inducción

### **Contenido del programa de inducción de la empresa Roddome**

**1. BIENVENIDA:**

- ✓ Apoyar el ingreso del nuevo empleado a la empresa en forma cordial, invitándole desde el inicio a sentir confianza y a gusto en su nuevo trabajo.

**2. FIRMA DE CONTRATO**

- ✓ Establece el compromiso formal de trabajo
- ✓ Especificaciones de cada uno de los puntos del contrato de trabajo

**3. INFORMACIÓN SOBRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA**

- ✓ Cómo empezó, quiénes la integran, cuáles son los objetivos y metas de la empresa y qué tipo de empresa es.

**5. INFORMACIÓN SOBRE POLÍTICAS GENERALES DE LA EMPRESA**

- ✓ Horario, día, lugar y hora de pago
- ✓ Normas de seguridad
- ✓ Áreas de servicio para el personal
- ✓ Reglamento interior de trabajo
- ✓ Actividades recreativas de la empresa

**. 6. PRESENTACIONES**

- ✓ Con el supervisor o jefe directo, con los
- ✓ Compañeros de trabajo

## 7. UBICACIÓN DEL EMPLEADO EN SU PUESTO DE TRABAJO

- ✓ Objetivo del puesto
- ✓ Labores a cargo del empleado

### 6.7.5. CAPACITACIÓN

Una vez contratado al personal idóneo para ejercer el cargo de visitador a médico se ha diseñado este seminario taller, de forma práctica y de una manera participativa; así también, generamos ejercicios de comunicación especializados y entregamos material didáctico útil para ello se ha planteado los ítems siguientes:

#### 1. NOCIONES DE VENTA Y MERCADEO FARMACEUTICO

Se da conocimientos especializados y se desarrolla ciertas habilidades, destrezas para realizar ese trabajo.

- ✓ **El Visitador médico posee conocimientos técnicos - científicos de los productos que promociona:** Una de las principales obligaciones que tiene el Visitador médico es la de conocer a profundidad cada producto que promociona. En términos generales, este conocimiento está dividido en dos partes:
  1. El conocimiento comercial que incluye las características, ventajas y beneficios del producto (necesarios para estructurar los argumentos promocionales)
  2. El conocimiento técnico de esos productos, el cual, cuenta con el suficiente respaldo científico.
- ✓ **El Visitador médico utiliza técnicas de venta adaptadas al rubro farmacéutico:** Se refiere a todo aquello que el Visitador médico utiliza para:



1. Identificar a su Grupo Objetivo de médicos,
  2. Preparar con anticipación cada entrevista para que sean personalizadas y productivas.
  3. Entrevistar a los médicos de su Grupo Objetivo de tal manera que obtenga los resultados esperados
  4. Brindar servicios para conseguir o mantener la lealtad de los médicos. Todo esto, sin olvidar la enorme responsabilidad de proporcionar argumentos promocionales basados en información técnica - científica para la respectiva valoración del médico.
- ✓ **El Visitador médico tiene cualidades necesarias para brindar servicios acordes con las exigencias del segmento que atiende:** el Visitador médico no solo realiza presentaciones de los productos que promociona, sino que también, brinda servicios al segmento que atiende; por ello, posee o desarrolla una cierta actitud y un conjunto de habilidades que le permiten brindar servicios que en algunos casos incluyen solamente al médico, y en otros, también a los clientes, farmacéuticos, etcétera.

## **2. NOCIONES DE MEDICINA (Anatomía, Fisiología, Terminología Médica y Farmacología)**

En el ejercicio de sus funciones habrá de promover el uso adecuado de los medicamentos. Así define el concepto de “visita médica” sobre publicidad de medicamentos de uso humano, una norma que deja constancia de la importante labor social desarrollada por estos profesionales en áreas de la transmisión del conocimiento científico-técnico.

## **3.- NOCIONES DE CRÉDITO Y COBRANZA**

El Visitador médico realiza un contacto directo, establece una relación de persona a persona con cada médico que se encuentra dentro de su Grupo Objetivo, logrando de esa manera, una interacción personal que puede derivar en un conjunto de beneficios para ambas partes.

#### **4. TÉCNICAS DE VISITA MÉDICA**

- ✓ Conocer las actividades a realizar para preparar la entrevista con el médico
- ✓ Ganar seguridad al vender el producto farmacéutico
- ✓ Realizar un plan de seguimiento para sus acuerdos
- ✓ Saber escoger el momento y el ritmo adecuado al cerrar el negocio
- ✓ Controlar mejor sus entrevistas

#### **TÉCNICAS DE VENTA PARA VISITA MÉDICA Y FARMACÉUTICA**

El rol del Visitador Médico y la dinámica de ventas en consultorios médicos y farmacias:

- ✓ Conceptos generales sobre la venta de medicamentos.
- ✓ Análisis y especificidad del cliente de visita médica y farmacéutica.
- ✓ Competencias de un visitador médico: habilidades, presentación, producto.

La Venta en Visita Médica:

- ✓ Planificación de la venta
- ✓ Prospección de clientes
- ✓ Preparación de la visita
- ✓ Gestión del tiempo

La entrevista de Venta:

- ✓ Toma de contacto y apertura de la relación con el médico/cliente.
- ✓ Sondeo de necesidades: el arte de preguntar y la escucha activa
- ✓ Elaborar una buena argumentación de venta en la presentación del producto
- ✓ Tratamiento de las objeciones
- ✓ Cierre de la venta y obtención de compromisos del médico/farmacéutico

#### Seguimiento

- ✓ Análisis de las visitas realizadas
- ✓ Seguimiento de las ventas y plan de acción

**PLAN DE ACCIÓN Empresa Roddome (Proceso de Reclutamiento y selección de personal)**

Fase	Medida Propuesta	Objetivo	Responsable	Ejecución		Observaciones
				Frecuencia	Periodo	
<b>ÁREA ORGANIZATIVA</b>						
A. Requisición del personal.	1. Fuentes Internas.	Recomendados – Confianza.	Dep. Talento Humano.	Cada 4 años	No definida	Tomar en cuenta a los empleados de mayor confianza y antigüedad.
	2. Fuentes Externas.	Mayor opción de elegir a postulantes.	Dep. Talento Humano .	Cada 4 años	No definida	Se debe realizar una revisión exhaustiva.
B. Selección.	3. Revisión curricular a postulantes.	Seleccionar a la persona ideal para el puesto ideal.	Gerente Dep. Talento Humano .	Cada 3 años	No definida	Debe cumplir con el perfil requerido del puesto.
C. Contratación.	4. Contrato de trabajo.	Legalizar el convenio entre la empresa y el empleado.	Gerente Dep. Talento Humano.	Trimestral	No definido	Toda la documentación estar completa y legal.
D. Inducción	5. Manuales de información del puesto y políticas.	Ratificación y comprometimiento del empleado a la empresa.	Gerente Dep. Talento Humano.	Trimestral	Constante	Que se haya cumplido con lo establecido
<b>ÁREA OPERATIVA</b>						
E. Capacitación	6. Evaluación al Personal contantemente	Brindar Atención y Servicio de Calidad.	Dep. Talento Humano.	Mensual	30 de cada mes	Deben participar todos los miembros de la Empresa.

## 6.8. Presupuesto

<b>Cant.</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	Requisición del personal. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuentes Externas</li> <li>• Fuentes Internas.</li> </ul>	\$80,00 \$120,00	\$200,00
1	Selección.		\$250,00
1	Contratación.		\$500,00
1	Inducción		\$400,00
40 H	Capacitación	\$ 10,00	\$400,00
<b>TOTAL:</b>			<b>\$1.750,00</b>

<b>SUBTOTAL:</b>	<b>\$ 1750,00</b>
<b>IMPREVISTOS 10%:</b>	<b>\$ 175,00</b>
<b>TOTAL:</b>	<b>\$ 1925,00</b>

## **6.9. Administración de la Propuesta**

El gerente propietario de la empresa Roddome y el encargado del departamento de talento humano serán los encargados de monitorear el cumplimiento de las acciones programadas en función del tiempo y son los encargados de poner en práctica el funcionamiento del Plan de Acción de manera que sea aprovechado al máximo en beneficio de la empresa, contribuyendo con su crecimiento y desarrollo empresarial.

## 6.10. Evaluación de la propuesta

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Qué evaluar?	La satisfacción y conocimiento del personal operativo de la empresa Roddome.
¿Por qué evaluar?	Porque se necesita un personal idóneo dentro de la empresa Roddome
¿Para qué evaluar?	Para conocer si el Manual de Reclutamiento y Selección es lo correcto.
¿Quién evalúa?	Gerente general Departamento Talento Humano
¿Cómo evaluar?	Mediante la puesta en práctica del manual por parte del departamento de Recursos Humanos.
¿Cuándo evaluar?	Todo el tiempo desde el inicio de la aplicación del manual hasta el trabajo que se desempeña en la empresa.
¿Con que evaluar?	El gerente general evaluara con el rendimiento del personal y la aceptación de los clientes.

## BIBLIOGRAFÍA

- CHIAVENATO, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. Editorial McGraw – Hill México. Quinta edición. Universidad Técnica de Ambato
- CHIAVENATO, D. (2009). *Gestión del Talento humano*. Editorial McGraw – Hill. México.
- GARCÍA, J. (1994). *Informatización de Empresas. Sistematización, Control, Gestión*. Editorial McGraw – Hill. México.
- LOVELOCK, Christopher & JOCHEN Wirtz.(2009). *Marketing de Servicios*.Editorial Pearson Prentice-Hall. México.
- MIQUEL, P. (2007). *Gestión de personas. Manual de la Gestión del capital humano en las organizaciones*. Editorial Eddie. Universidad Católica de Chile. Santiago.
- RAMÓN VALLE CABRERA.  
SIMÓN L, DOLAN.  
SUSAN E, JACKSON. y,  
RANDALL S. SCHULER. (2007). *La gestión de Recursos Humanos. Como crear, retener y desarrollar con éxito el capital humano en tiempos de transformación*. Editorial McGraw – Hill. México.
- MARIO IBAÑEZ MACHICAO. (2005). *Administración de Recursos Humanos en la Empresa*. Editorial San Marcos. Lima Perú.



## Tesis

LLUGSH, L. (2011). *Sistema de gestión del talento humano y su incidencia en el nivel de desempeño laboral del personal de la empresa “Tierra Linda” del cantón pillarlo*, (Tesis). Facultad de Ciencias Administrativas. Ambato.

RINA, G. (2011). *Gestión del talento humano y su incidencia en el desempeño laboral de la empresa Muebles Garzón de la ciudad de Ambato*,(Tesis). Facultad de Ciencias Administrativas. Ambato.

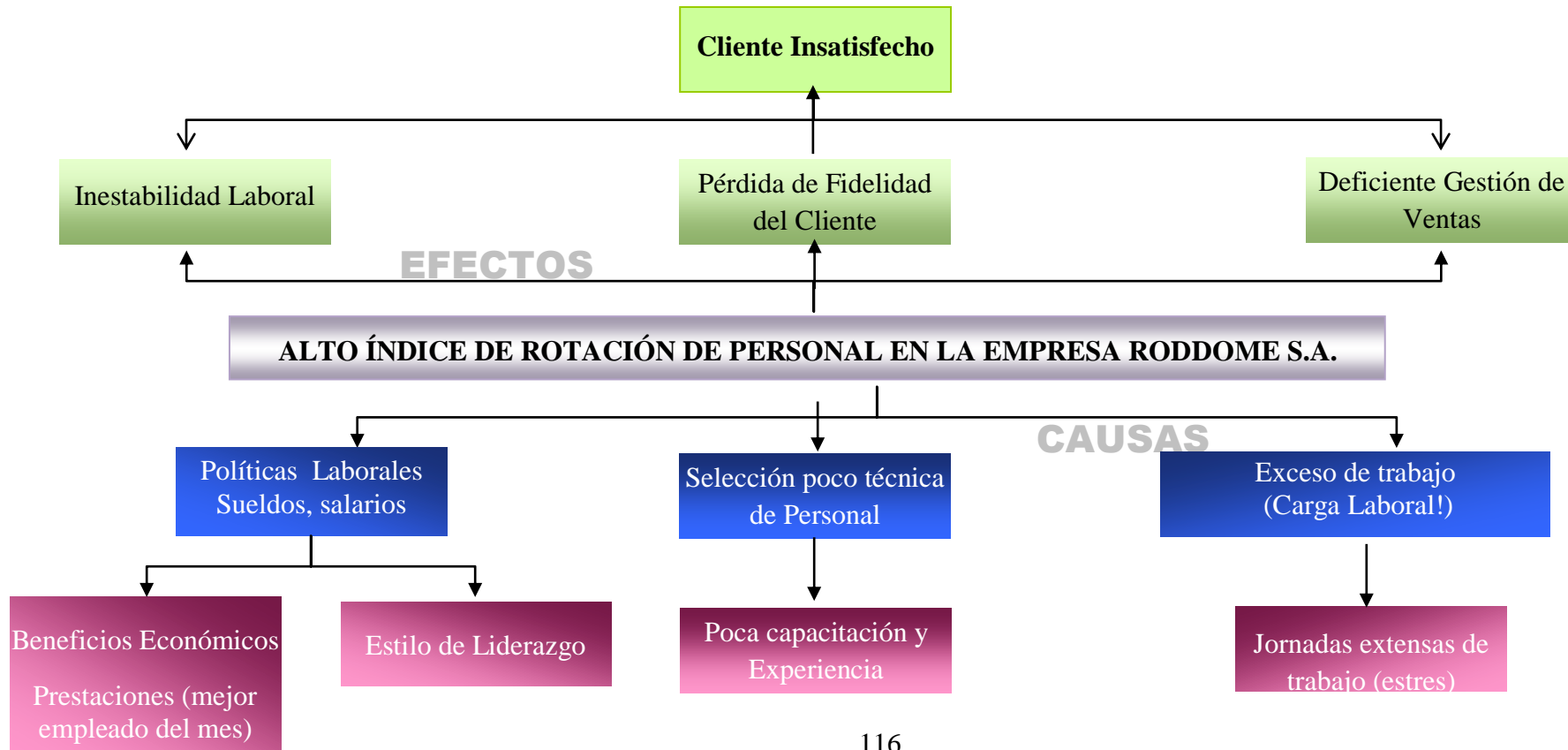
## Fuentes Electrónicas

<a href="http://www.elprisma.com">http://www.elprisma.com</a>	<i>Distribución Ji Cuadrada(<math>X^2</math>)</i>
<a href="http://www.wikipedia.com">http://www.wikipedia.com</a>	<i>Gestión de Recursos Humanos</i>
<a href="http://www.cursoadministracion1.blogspot.com">http://www.cursoadministracion1.blogspot.com</a>	<i>Rotación de Personal</i>
<a href="http://www.monografias.com">http://www.monografias.com</a>	<i>Servicio y Atención al Cliente</i>
<a href="http://www.cognos.com">http://www.cognos.com</a>	<i>Administración de Empresas</i>

Anexos

Anexo A

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Anexo B – (1/2)

Registro Único de Proveedores (RUP) RODDOME PHARMACEUTICAL S.A.

<http://www.compraspublicas.gov.ec/ProcesoContratacion/compras/...>



REPÚBLICA DEL ECUADOR



SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

REGISTRO ÚNICO DE PROVEEDORES DE FÁRMACOS

Una vez revisados los documentos presentados, certifico que: **RODDOME** con RUC número **1791241819001**, ha cumplido satisfactoriamente con los requisitos establecidos, por lo tanto **HABILITADO** en el Registro Único de Proveedores, RUP.

DATOS DE LA PERSONA

Nombre Comercial: RODDOME PHARMACEUTICAL S.A.  
 Nombre Completo: RODDOME  
 RUC: 1791241819001

DIRECCIÓN PRINCIPAL

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: BENALCAZAR  
 Transversal: E IGNACIO BOSSANO Calle: AV. 6 DE DICIEMBRE Número: E32594 Edificio:  
 Página Web: Correo Electrónico: roddome@yahoo.com Teléfono(s):

FÁRMACOS

Ítem	CUM ID	DCI (denominación común internacional)	FORMA FARMACÉUTICA	CONCENTRACIÓN	PRESENTACIÓN	VÍA DE ADMINIST
1	A02BC010910	Omeprazol	Cápsula	10 mg	--	Oral
2	A02BC010920	Omeprazol	Cápsula	20 mg	--	Oral
3	A02BC010930	Omeprazol	Cápsula	40 mg	--	Oral
4	A11CC040910	Calcitriol	Cápsula	0.5 mcg	--	Oral
5	A12AA000110	Calcio (citrato de calcio)	Tableta	200 mg	--	Oral
6	B01AC040110	Clopidogrel	Tableta	75 mg	--	Oral
7	C10AA050910	Atorvastatina	Cápsula	10 mg	--	Oral
8	C10AA050920	Atorvastatina	Cápsula	20 mg	--	Oral
9	C10AA050930	Atorvastatina	Cápsula	40 mg	--	Oral
10	G01AA511510	Metronidazol con nistatina	Óvulo	500 mg + 100.000 UI	--	Vaginal
11	G01AF010710	Metronidazol	Tableta vaginal	500 mg	--	Vaginal
12	J01MA020110	Ciprofloxacino	Tableta	500 mg	--	Oral
13	J01MA020120	Ciprofloxacino	Tableta	750 mg	--	Oral
14	J01MA024130	Ciprofloxacino	Solución inyectable	20 mg/ml	10 ml	Parenteral
15	J01XD014110	Metronidazol	Solución inyectable	5 mg/ml	100 ml	Parenteral
16	P01AB012610	Metronidazol	Suspensión	125 mg/5 ml	120 ml	Oral
17	P01AB012620	Metronidazol	Suspensión	250 mg/5 ml	120 ml	Oral



Anexo B – (2/2)

Registro Único de Proveedores (RUP) RODDOME PHARMACEUTICAL S.A.

<http://www.compraspublicas.gov.ec/ProcesoContratacion/compras/...>



Dirección de Contratación Pública

Lugar: Quito, 28 de Abril de 2011

Responsable: Dbercovici

Copyright © 2008 - 2010 Instituto Nacional de Contratación Pública.

Anexo C

Principales Líneas de Productos que comercializa “RODDOME S.A.”

**ETRON®** Suspensión  
120 - 120 mg / 5 ml  
brazo grande de 120 ml  
metronidazol - RODDOME

En pediatría... Medio terapéutico completo!!

También en cápsula líquida:  
Biodisponibilidad y Bioequivalencia.

Exclusiva forma farmacéutica  
**Cápsula Líquida**  
de gelatina

... y con todas las presentaciones!

**Densibone D® Soya**  
Citrato de Calcio 1500 mg  
Vitamina D3 200 IU  
Isoflavonas 25 mg

**Densibone D®**  
Citrato de Calcio 1500 mg  
Vitamina D3 200 IU

Isolflavonas + Calcio + Vitamina D3... triple evidencia para la masa ósea!!

¡¡¡¡¡  
¡¡¡¡¡  
¡¡¡¡¡  
¡¡¡¡¡  
¡¡¡¡¡

**Densibone D® Suspensión**  
Citrato de Calcio 800 mg  
Vitamina D3 80 IU

...ES CITRATO DENSO!!

ÚNICO CITRATO DE CALCIO + VITAMINA D EN SUSPENSIÓN!!

**Atovarol®** 10 mg  
20 mg  
40 mg  
Atorvastatina Cápsulas Líquidas

Por primera vez... ATORVASTATINA en CÁPSULA LÍQUIDA!!

**ATEPLAX®** Tabletas recubiertas  
Clopidogrel 75 mg  
"film coated"

Antiagregante plaquetario de especialidad !!

**Rhinodina®** ... control de la reacción alérgica!!  
cetirizina

**Rhinodina D®** Cuando predomina la congestión...  
cetirizina + pseudoefedrina

...control de la alergia... y la rinorrea!!

**Rhinodina®** cetirizina

DOSIS PEDIÁTRICA (DIARIA)		DOSIS ADULTOS (DIARIA)	
EDAD	JARABE	GOTAS	TABLETAS
6 meses - 2 años		1 gota / kg / día (1 VO)	
2 años - 6 años	1 cucharita / 5 ml / 5 mg	15 gotas / 5 ml / 5 mg (1 VO)	
Mayores de 6 años	2 cucharitas / 10 ml / 10 mg	30 gotas / 1 ml / 10 mg (1 VO)	1 tab. 10 mg / 1 VO

Anexo D

NOMINA PERSONAL EMPRESA "RODDOME S.A."

N°	DENOMINACIÓN	Cant.	NOMBRE
1.	GERENTE DISTRITO	1	Ing. Milton Solórzano
2.	SUPERVISOR	1	Sra. Carolina Márquez
3.	VISITADORES A MÉDICOS	2	Sr. Andrés Garcés Srta. Sandra Solís
TOTAL. NOMINA PERSONAL		4	

Anexo E - (1/4)

LISTADO DE CLIENTES “RODDOME S.A.”

No	CLIENTE	CIUDAD
6	APROFE	AMBATO
7	ARAUJO REYES MONICA LORENA	AMBATO
8	AREA 1 CENTRO DE SALUD AMBATO	AMBATO
9	AREA DE SALUD 3	AMBATO
10	AREA DE SALUD N.- 7 QUERO CEVALLOS	AMBATO
11	AREA DE SALUD N.- 7 QUERO CEVALLOS	AMBATO
12	AREA DE SALUD N.-2 AMBATO	AMBATO
13	BIO CENTER RECKEWEG CIA.LTDA.	AMBATO
14	BOTICA BAYER 2	AMBATO
15	BOTICA BRISTOL	AMBATO
16	BOTIQUIN HUACHI GRANDE	AMBATO
17	BOTIQUIN LA SALUD	AMBATO
18	BOTIQUIN MARTINEZ	AMBATO
19	BOTIQUIN SAN ISIDRO	AMBATO
20	BOTIQUIN SAN MATEO	AMBATO
21	CENTRO DE SALUD # 2	AMBATO
22	CENTRO ORIENTAMIENTO EDUCATIVO	AMBATO
23	CLINICA AMBATO	AMBATO
24	CLINICA CENTRAL	AMBATO
25	CLINICA CREHUITAL###	AMBATO
26	CLINICA DE ESPECIALIDADES MEDICAS LA GUADALUPANA	AMBATO
27	CLINICA DEL NINO Y LA FAMILIA	AMBATO
28	CLINICA DURAN	AMBATO
29	CLINICA QUIROPRACTICA	AMBATO
30	CLINICA SAN BARTOLOME	AMBATO
31	CLINICA SAN FRANCISCO	AMBATO
32	CLINICA SAN JULIO	AMBATO
33	CLINICA SAN SEBASTIAN	AMBATO
34	CLINICA TUNGURAHUA	AMBATO
35	COBO LOPEZ NILA VERONICA	AMBATO
36	CONSULT. MED. FIDEL SANTOFIMIO	AMBATO
37	CONSULT.MED DR. FERNANDO SILVA	AMBATO
38	CONSULT.MED. DANILO RODRIGUEZ	AMBATO
39	CONSULT.MED. JUAN PAZMINO	AMBATO
40	CONSULT.MED.DR. CARLOS VELASTEGUI	AMBATO
41	CONSULT.MED.DR. JOSE MAYORGA	AMBATO
42	CONSULT.MED.DR. PATRICIO FLORES	AMBATO
43	CONSULT.MED.DRA. MARIA VILLALBA	AMBATO
44	CONSULT.MED.DRA. MONICA PAREDES	AMBATO
45	CONSULT.MED.HECTOR QUISHPE	AMBATO
46	CONSULT.MED. JAIME PALLO	AMBATO
47	CONSULT.MED. LAURA ORTIZ	AMBATO
48	CONSULT.MED. MARCO ABRIL	AMBATO
49	CONSULT.MED.RAUL MARTINEZ	AMBATO
50	CONSULT.MED. SUSANA ACOSTA	AMBATO

## Anexo E - (2/4)

## LISTADO DE CLIENTES "RODDOME S.A."

No	CLIENTE	CIUDAD
51	COOP. SAN FRANCISCO LTDA.	AMBATO
52	CORPORACION MEDINA	AMBATO
53	CRUZ ROJA PROVINC.TUNGURAHUA	AMBATO
54	DISFACENTRO	AMBATO
55	DISPENSARIO OSCUS	AMBATO
56	DISPENSARIO SAN JOSE	AMBATO
57	DISTRIBUCIONES ENRIQUE LOPEZ	AMBATO
58	DISTRIBUCIONES VH	AMBATO
59	DIZOCENTRO	AMBATO
60	ESFORST	AMBATO
61	FARMA "G"	AMBATO
62	FARMACIA 12 DE NOVIEMBRE	AMBATO
63	FARMACIA 5 DE JUNIO	AMBATO
64	FARMACIA ABDON CALDERON	AMBATO
65	FARMACIA AHORRO # 8 – CALIDAD	AMBATO
66	FARMACIA AMBATO	AMBATO
67	FARMACIA AMERICANA	AMBATO
68	FARMACIA ATENAS	AMBATO
69	FARMACIA BAYER	AMBATO
70	FARMACIA BETHEL	AMBATO
71	FARMACIA BOLIVAR	AMBATO
72	FARMACIA BOSTON	AMBATO
73	FARMACIA BUENOS AIRES	AMBATO
74	FARMACIA CENTRAL	AMBATO
75	FARMACIA CEVALLOS	AMBATO
76	FARMACIA CIENTIFICA CRUZ AZUL	AMBATO
77	FARMACIA COLON	AMBATO
78	FARMACIA COMUNITARIA GALAXY	AMBATO
79	FARMACIA COOPERATIVA OSCUS	AMBATO
80	FARMACIA CRUZ AZUL MAYORISTA	AMBATO
81	FARMACIA CRUZ AZUL SAN ROQUE	AMBATO
82	FARMACIA CUMANDA	AMBATO
83	FARMACIA ECUADOR	AMBATO
84	FARMACIA EL REY	AMBATO
85	FARMACIA EL ROSARIO ##	AMBATO
86	FARMACIA GALAXY	AMBATO
87	FARMACIA GENESIS	AMBATO
88	FARMACIA GUAYAQUIL	AMBATO
89	FARMACIA INGLESA	AMBATO
90	FARMACIA INGLESA 3	AMBATO
91	FARMACIA INTERNACIONAL	AMBATO
92	FARMACIA ISLA	AMBATO
93	FARMACIA JESUS DEL GRAN PODER	AMBATO
94	FARMACIA LA DELICIA	AMBATO
95	FARMACIA LA DOLOROSA	AMBATO
96	FARMACIA LA MERCED 1	AMBATO
97	FARMACIA LA PAZ	AMBATO
98	FARMACIA LA REBAJA	AMBATO
99	FARMACIA LAS ACACIAS	AMBATO
100	FARMACIA LOS ANDES I	AMBATO



## Anexo E - (3/4)

## LISTADO DE CLIENTES "RODDOME S.A."

No	CLIENTE	CIUDAD
101	FARMACIA LUX	AMBATO
102	FARMACIA LUZ Y VIDA	AMBATO
103	FARMACIA MILLENIUM	AMBATO
104	FARMACIA MODERNA	AMBATO
105	FARMACIA MONTALVO	AMBATO
106	FARMACIA NAPOLES	AMBATO
107	FARMACIA NUEVA VIDA	AMBATO
108	FARMACIA NUNEZ	AMBATO
109	FARMACIA OLIMPICA	AMBATO
110	FARMACIA PALMOR	AMBATO
111	FARMACIA PANAMERICANA	AMBATO
112	FARMACIA PAOLA	AMBATO
113	FARMACIA PATTY.S	AMBATO
114	FARMACIA PICHINCHA	AMBATO
115	FARMACIA POPULAR	AMBATO
116	FARMACIA POPULAR 6	AMBATO
117	FARMACIA POPULAR VIRGEN DEL CISNE	AMBATO
118	FARMACIA PROCUBANA	AMBATO
119	FARMACIA PROFESIONAL	AMBATO
120	FARMACIA REX	AMBATO
121	FARMACIA SAN ANDRES	AMBATO
122	FARMACIA SAN ANTONIO.	AMBATO
123	FARMACIA SAN CRISTOBAL	AMBATO
124	FARMACIA SAN GABRIEL	AMBATO
125	FARMACIA SAN JUAN	AMBATO
126	FARMACIA SAN NICOLAS	AMBATO
127	FARMACIA SAN PABLO	AMBATO
128	FARMACIA SAN PATRICIO	AMBATO
129	FARMACIA SANTA CLARA	AMBATO
130	FARMACIA SANTA ROSA	AMBATO
131	FARMACIA SU SALUD	AMBATO
132	FARMACIA SUCRE	AMBATO
133	FARMACIA SUDAMERICANA	AMBATO
134	FARMACIA SUIZA	AMBATO
135	FARMACIA TUNGURAHUA	AMBATO
136	FARMACIA UNE	AMBATO
137	FARMACIA VALWAYS	AMBATO
138	FARMACIA VICTOR HUGO	AMBATO
139	FARMACIA VITALIDAD	AMBATO
140	FARMACIAS COMUNITARIAS - AREA VITAL	AMBATO
141	FARMACIAS CRUZ VERDE	AMBATO
142	FARMAMBATO CIA. LTDA.	AMBATO
143	FARMANOVA	AMBATO
144	FARMAREDS 167 (EL BUEN PASTOR)	AMBATO
145	FUNDACION ALLI CAUSAI	AMBATO
146	HOSPITAL MILLENIUM, HOSPIMILLENIUM S.A.	AMBATO
147	HOSPITAL MUNICIPAL NUESTRA SENORA	AMBATO
148	HOSPITAL PROVINCIAL GENERAL DOCENTE	AMBATO
149	IESS HOSPITAL DE AMBATO	AMBATO
150	MANANTIAL DE SALUD	AMBATO

Anexo E - (4/4)

LISTADO DE CLIENTES "RODDOME S.A."

No	CLIENTE	CIUDAD
151	MEDIVENTAS	AMBATO
152	NOVA CLINICA LATINA	AMBATO
153	PAREDES FREIRE LAURA BEATRIZ	AMBATO
154	PATR.DE SERV.A LA NINEZ HCPT	AMBATO
155	PROFARMHA PROVEEDORA FARMACEUTICA HOSPITALARIA	AMBATO
156	SAN CAYETANO ESPECIALIDADES CLINICO-QUIRURGICAS CIA.LTDA.	AMBATO
157	UNIDAD ONCOLOGICA SOLCA TUNGURAHUA	AMBATO
158	UNIFARMA	AMBATO
159	UNIMED	AMBATO
160	URGENCIAS MEDICAS	AMBATO

# Anexo F

## Logotipo y Publicidad

### Logotipo



Publicidad: circula por Visitador a nivel NACIONAL

**ETRON**<sup>®</sup>

Metronidazol RODDOME

El medio terapéutico completo...

**Información para prescribir**

**COMPOSICIÓN:** ETRON 350 cápsula líquida: Contiene 350 mg de metronidazol. ETRON 500 cápsula líquida: Contiene 500 mg de metronidazol. ETRON suspensión 125: Cada 5 ml contiene 125 mg de metronidazol. ETRON suspensión 250: Cada 5 ml contiene 250 mg de metronidazol. ETRON suspensión IV de 500 mg: ETRON suspensión IV de 500 mg de metronidazol. ETRON 1000: Cada 1000 mg de metronidazol. ETRON 1000: Cada 1000 mg de metronidazol. ETRON 1000: Cada 1000 mg de metronidazol. **INDICACIONES:** Amebiasis intestinal, amebiasis hepática, Tricomoniasis, Giardiasis e infecciones causadas por el microorganismo. **CONTRAINDICACIONES:** Embarazo, lactancia, síndrome del ameboma. **ADVERTENCIAS:** No debe tomarse con alcohol durante el tratamiento y hasta 72 horas después de haberlo terminado. **POSOLÓGIA:** Giardiasis: En adultos la dosis recomendada es de 300 mg/día por 5 días o 2 g/día en una sola toma por 5 días. En niños la dosis diaria es de 15 mg/kg/día, dividido en tres tomas por 5 días. Tricomoniasis: En adultos la dosis es 250 mg dos veces al día por 10 días o la dosis única de 2 g. En niños se administra con ETRON 1000 cápsula líquida de 500 mg por 10 días. En niños la dosis es de 15 mg/kg/día, dividido en tres tomas por 10 días. Amebiasis: La dosis es 500 mg tres veces al día por 10 días. La dosis diaria en niños es de 25 a 50 mg/kg repartida en tres tomas por 10 días. Infección por ameboma: Se recomienda la administración intravenosa de ETRON 500 mg/día por 10 días o 15 mg/kg, repartida por una dosis de mantenimiento de 7.5 mg/kg cada 6 horas por 7 a 10 días. Niños: 10 a 30 mg/kg por día. **PRESENTACIONES:** ETRON 1000 cápsula líquida de 500 mg. Cada por 50 cápsulas. ETRON suspensión 125 y 250 mg. Frasco por 125 ml. ETRON suspensión IV 500 mg. Frasco por 100 ml. ETRON 1000: Caja por 10. ETRON 1000: Caja por 10.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

- Harrison's Principles of Internal Medicine 14th Edition 1998 p. 1376 - 1379.
- Southeast Asian Journal of Tropical Medicine and Public Health Sep. 1999 30 (3) p. 394 - 5.

RODDOME

PROCAPS

Anexo G

Ficha de Observación

<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS</b>	
<b>FICHA DE OBSERVACIÓN</b>	
No. ....	
Objeto del estudio: .....	
Lugar de observación: .....	
Fecha de la observación: .....	
Nombre del investigador: .....	
<b>DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN</b>	
<b>INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN</b>	

Anexo H

Cedula de Entrevista

**OBJETIVO:** Identificar la situación actual del personal de la empresa RODDOME S.A., mediante un previo análisis, implementando un modelo de reclutamiento y selección de personal para reducir la rotación frecuente.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	
CEDULA DE ENTREVISTA	
No. ....	
Lugar y Fecha: .....	
Nombre del Entrevistador: .....	
Nombre del investigador: .....	
2. Nombre del Entrevistado: .....	
3. Género: ..... 3. Edad: ..... 4. Profesión: .....	
5. Puesto Actual: .....	
6. Tiempo en la Organización: .....	
7. Experiencia laboral en la Organización: .....	
.....	
.....	
.....	
.....	

- 8. ¿Con qué frecuencia entran y salen los empleados de la empresa RODDOME S.A.?
- 9. ¿Qué tipo de ambiente Laboral ofrece la empresa RODDOME S.A. a sus empleados?

10. ¿Se planifican y se organizan las distintas etapas de la venta en RODDOME S.A.?
11. ¿Qué tipo de Personal contrata la empresa RODDOME?
12. ¿En qué medida las soluciones que sugiere usted, facilitarían el trabajo que desempeña?
13. ¿Que podría hacer usted, para que la actividad o actividades en que participa, se hagan con mayor facilidad?
14. ¿Qué necesitaría usted para eso?
15. ¿En promedio, en que tiempo debe(n) usted(es) realizar los pedidos que necesita(n)?
16. ¿Cree usted que esa actividad se podría hacer en menos tiempo? ¿Por qué?
17. ¿Cuáles son las partes fáciles de la actividad que desarrolla?
18. ¿Cuáles son las difíciles?
19. ¿Tiene usted idea de lo que las personas de fuera de la organización, esperan de ustedes?
20. ¿Conoce cuáles son las quejas más frecuentes o las felicitaciones que a la organización, hacen?
21. ¿Qué tan importante es para la población, el trabajo que ustedes realizan?
22. ¿Qué actividades se realizan para la Atención de sus Cliente?

Anexo I- (1/3)

Cuestionario

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Cuestionario No. ....

ENCUESTA SOBRE LA SITUACIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y ROTACIÓN DEL PERSONAL DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA “RODDOME S.A.”

**OBJETIVO:**

Identificar la situación actual de la Atención que reciben los clientes por parte de los Visitadores a Médicos mediante la aplicación de un cuestionario, para viabilizar la propuesta de implementación de un manual de Reclutamiento y Selección de Personal para reducir la rotación de personal dentro de la empresa “RODDOME S.A.”

**INSTRUCCIONES:**

Distinguido Cliente

El presente proyecto de investigación está dirigido a identificar aspectos relacionados al manejo de la Rotación del Personal en la empresa “RODDOME S.A.” que atiende a su distinguida clientela enfocada en las ventas, con el propósito de determinar la situación actual y poder emitir una propuesta más tecnificada para su atención mediante la investigación científica.

Sus respuestas son muy importantes para alcanzar nuestro objetivo.

**Gracias por su colaboración.**

1. ¿Con que frecuencia ha visto usted que se cambia a los Visitadores a Médicos de la empresa RODDOME S.A.?

- 1.1. De 1 a 3 meses
- 1.2. De 3 a 6 meses
- 1.3. De 6 a 12 meses
- 1.4. Más de un año


2. ¿Qué apreciación tiene usted del cambio frecuente del personal en la empresa Roddome S.A.?

- 2.1. Excelente
- 2.2. Muy buena
- 2.3. Buena
- 2.4. Regular
- 2.5. Mala


3. Cuando usted solicita los productos que ofrece Roddome la atención es:

- 3.1. Buena
- 3.2. Regular
- 3.3. Mala


4. A su criterio el momento de realizar sus pedidos, el visitador a médico de la Empresa Rodomme S.A. es.

- 4.1. Eficiente
- 4.2. Distráido
- 4.3. No posee sus herramientas necesarias


5 ¿Se siente usted conforme que la empresa “Roddome S.A.” este cambiando a su personal con frecuencia?



5.1. Si

5.2. No


6 ¿Qué tipo de Servicio le ofrece la empresa Roddome luego de la venta?

6.1. Está pendiente de productos caducados

6.2. Da seguimiento al pedido

6.3. Visita frecuente


7 ¿Qué tipo de beneficios adicionales usted recibe de la empresa “Roddome S.A.”?

7.1. Bonificaciones

7.2. Pronto Pago

7.3. Promociones


8. Que le ofrecen a usted los visitadores permanentes:

8.1. Confianza

8.2. Seguridad

8.3. Ninguna


9. ¿Los productos y servicios que oferta “RODDOME S.A.” cumplen con sus expectativas?

9.1. SI

9.2. NO


FECHA DE APLICACIÓN:.....

NOMBRE DE LA ENCUESTADORA:

Jessica Paz

Anexo J

<b>SELECCIÓN</b>	
Nombre.....	Fecha de nacimiento...../...../.....
Estudios.....	Estado Civil.....

**RESULTADOS DE LAS PRUEBAS**

Pruebas	Porcentajes										Puntos		
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100		
1. Nivel Intelectual													
2. Atención concentrada													
3. Atención distraída													
4. Razonamiento													
5. Memoria	Posición												
	Números												
	Palabras												
6. Aptitud matemática													
7. Rapidez Perceptiva													
8. Identificación de formas													
9. Percepción cromática													
10. Destreza manual													
11. Tiempo de reacción													
12. Nivel de aspiración													
13. Nivel de expectativa													


Observaciones:

.....

.....

Anexo K

FICHAS

<b>ANÁLISIS, DESCRIPCIÓN Y ESPECIFICACIÓN DE PUESTOS</b>			
Denominación.....			
Sección.....		Dpto.....	
Fecha.....			
<b>FACTORES</b>	<b>GRADOS</b>	<b>PUNTOS</b>	
Habilidad necesaria para Ejecutar el trabajo	a) Gran Habilidad b) Mediana habilidad c) Poca habilidad	50 30 20	
Esfuerzo Físico	a) Notable Esfuerzo b) Esfuerzo Normal c) Reducido Esfuerzo	60 30 10	
Responsabilidad Necesaria	a) Gran Responsabilidad b) Mediana Responsabilidad c) Baja Responsabilidad	50 30 20	
Condición de trabajo	a) Muy desagradable b) Desagradable c) Ligeramente desagradable	40 20 10	
		Valor Total Del Puesto =	Puntos
Elaborado por: Departamento de RR.HH.			

Anexo L

**MÉTODO DE CATEGORÍA**

<b>Puesto</b>	<b>Habilidad</b>	<b>Req. mentales</b>	<b>Req. técnicos</b>	<b>Responsabilidad</b>	<b>Condic. trabajo</b>	<b>Salario</b>
Gerente general						
Dirección medica						
Gerencia de distrito						
Visitador médico: ✓ Postulante A ✓ Postulante B ✓ Postulante C ✓ Postulante D						
Vendedores						

**COMITÉ DE VALORACIÓN**

<b>Puesto</b>	<b>Calificador A Gerente General</b>	<b>Calificador B Gerente de distrito</b>	<b>Calificador C Depto. RRHH</b>	<b>Promedio</b>	<b>Orden final</b>
Gerente general					
Dirección medica					
Gerencia de distrito					
Visitador médico: ✓ Postulante A ✓ Postulante B ✓ Postulante C ✓ Postulante D					
Vendedores					

La comisión calificadora de la empresa Roddome está a cargo del gerente general, gerente de distrito y el departamento de recursos humanos, serán los responsables de seleccionar al personal idóneo.

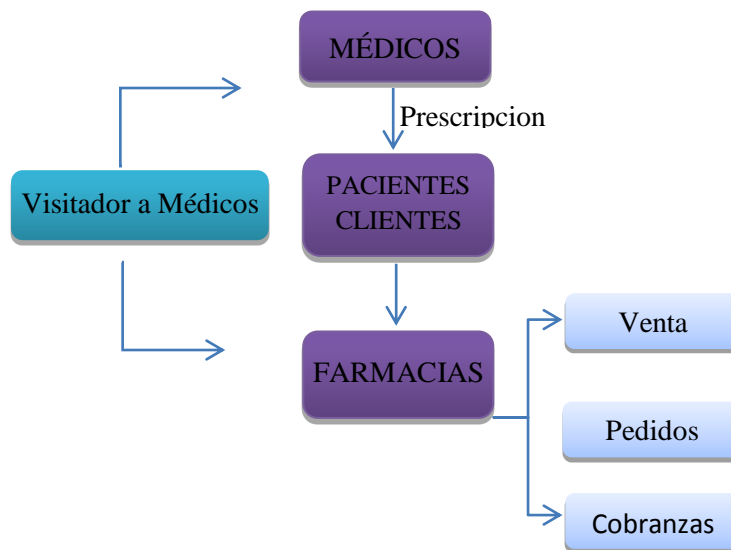
El puesto de mayor rotación es el de de visitador a médico la misma que se encuentra enmarcada en la tabla del comité de valoración.

Anexo M

**PROCESO DEL VISITADOR MEDICO**

En La Empresa Roddome el visitador a medico realiza un proceso de visita el que le permite desempeñar de mejor manera en su trabajo.

*Proceso de un Visitador a Medico*



*Elaborado por: Jessica Paz*

Anexo N  
**Medicamento**

Un medicamento es uno o más fármacos, integrados en una forma farmacéutica, presentado para expendio y uso industrial o clínico, y destinado para su utilización en las personas, dotado de propiedades que permitan el mejor efecto farmacológico de sus componentes con el fin de prevenir, aliviar o mejorar enfermedades, o para modificar estados fisiológicos.



**Clasificación:**

ATOVAROL (atorvastatina).- está indicado como tratamiento adyuvante a la dieta para disminuir los niveles elevados de colesterol total, triglicéridos y para el incremento del colesterol HDL, en pacientes con hipercolesterolemia primaria (heterocigota familiar y no-familiar) y en la dislipemia mixta, también está indicado como adyuvante de la dieta para el tratamiento de pacientes con niveles altos de y para el tratamiento de pacientes con disbetalipoproteinemia que no respondan adecuadamente a la dieta. Las CÁPSULAS BLANDAS DE GELATINA de ATOVAROL para administración oral contienen 10, 20 y 40 mg de atorvastatina cálcica.

CRIOGEL contiene 10 mg, 20 mg y 40 mg de omeprazol en forma de micro gránulos con cubierta entérica, para liberación controlada en el medio alcalino del intestino delgado donde es absorbido y está indicado en el tratamiento de ulcera péptica y gastritis crónica producida por *Helicobacter pylori*. Está demostrado que el 92% de

úlceras duodenales y el 70% de úlceras gástricas son causadas por *Helicobacter pylori* y alrededor del 95% de gastritis crónica.

ETRON.- RODDOME PHARMACEUTICAL ha desarrollado por primera vez una nueva forma galénica de metronidazol por vía oral en “cápsula líquida de gelatina.” Consiste en una cubierta compuesta de gelatina totalmente natural, inerte, no tóxica que se libera rápidamente cuando ingresa al tracto gastrointestinal. El metronidazol se encuentra dentro de la cápsula hermética de gelatina en forma de solución. No tiene contacto con las papilas gustativas y se hace disponible de inmediato porque no tiene que disgregarse, luego disolverse y recién absorberse como sucede con los componentes sólidos de las cápsulas duras, tabletas y comprimidos. Etron está indicado para Amebiasis intestinal y extra intestinal, Giardiasis, Tricomoniasis, Vaginosis bacteriana, Infecciones causadas por gérmenes anaerobios, Profilaxis de infecciones causadas por gérmenes anaerobios.

#### COMPOSICIÓN:

ETRON 500 Cápsula líquida: contiene 500 mg de metronidazol.

ETRON 250 Cápsula líquida: contiene 250 mg de metronidazol.

ETRON Suspensión 125: cada 5 ml contienen 125 mg de metronidazol.

ETRON Suspensión 250: cada 5 ml contienen 250 mg de metronidazol.

ETRON Óvulos “Líquidos” con 500 mg de metronidazol.

ETRON IV: Bottlepack con 500 mg de metronidazol

RHINODINA (Cetirizina).- Está indicado como antihistamínico para el control efectivo y rápido de los signos y síntomas asociados a afecciones de origen alérgico como rinitis aguda o crónica, conjuntivitis alérgica, urticaria aguda, dermatitis alérgica aguda o crónica y como coadyuvante en procesos infecciosos del árbol respiratorio superior como sinusitis, otitis media, etc. RHINODINA tiene significativos efectos coadyuvantes en pacientes con asma moderada y puede usarse concomitantemente en este complejo sintomático.

RHINODINA-D (Cetirizina + Pseudoefedrina).- Está indicado en el alivio de síntomas alérgicos nasales y oculares, también de consecuencia infecciosa, en la congestión de la mucosa de las vías respiratorias superiores, presente en rinitis alérgica de diversa etiología, sinusitis aguda o crónica, otitis media, estados gripales, conjuntivitis alérgica y procesos infecciosos del árbol respiratorio acompañados de las manifestaciones mencionadas.

**PRESENTACIONES:**

Tabletas de 10 mg, caja por 10

Jarabe: Frasco de 60 ml (1 mg/ml)

Gotas: Frasco de 15 ml (10 mg/ml)

ATEPLAX (Clopidogrel).- Indicado en prevención de eventos vasculares de origen isquémico, en pacientes con historia de enfermedad aterotrombótica sintomática documentada (infarto de miocardio, enfermedad vascular cerebral isquémica, o enfermedad arterial periférica establecida). Tratamientos de síndromes coronarios agudos: angina inestable/infarto de miocardio de onda no Q.

EPAX (Omega – 3).- Indicado en el tratamiento coadyuvante de las Dislipidemias, como alternativa clínicamente validada y probada en aquellos pacientes que no responden adecuadamente a las medidas dietéticas habituales en hipertrigliceridemias, tratamiento preventivo en pacientes con riesgo de enfermedad cardiovascular y sus complicaciones o que hayan presentado infarto agudo del miocardio o accidentes cerebrovasculares, tratamiento preventivo y coadyuvante de aterosclerosis, como antiagregante plaquetario, como hipotensor en pacientes de hipertensión leve, como agente que mejora la oxigenación de tejidos.

DENSIBONE (Citrato de Calcio + Vitamina D3).- Densibone D está indicado como suplemento nutricional de calcio y vitamina D3. Para el tratamiento de estados de deficiencia de calcio y/o vitamina D. Como medida preventiva de la deficiencia de calcio debido a un incremento en los requerimientos fisiológicos durante el embarazo, la lactancia o a un déficit de su absorción intestinal durante la menopausia y la ancianidad.



## Anexo Ñ

### Pruebas Psicométricas

#### 1. Yo soy una persona :

- Simpática y que desborda energía
- Creativa e imaginativa
- Comprensiva y tolerante
- Equilibrada, estable, cómoda conmigo misma

#### 2. Señale la afirmación que mejor le corresponda...

Normalmente me gusta hacer las cosas de manera rápida

Soy más bien un « corredor de fondo »

#### 3. Soy muy prudente cuando comparto asuntos personales con otras personas

(1=totalmente de acuerdo; 7=totalmente en desacuerdo)

- |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

#### 4. Las cosas me salen mejor cuando las hago solo/a que con la ayuda de alguien

- Me identifico mucho
- Me identifico un poco
- No me identifico
- No me identifico en absoluto

**5. Ahora, sírvase leer el siguiente listado y escoja cada palabra que usted cree que se identifica**

**Realmente soy una persona:**

- |  |                                      |   |   |   |                                      |
|--|--------------------------------------|---|---|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Agradable             | <input type="checkbox"/> Reflexivo   | <input type="checkbox"/> Arriesgado     | <input type="checkbox"/> Racional         | <input type="checkbox"/> Alegre             | <input type="checkbox"/> Armonioso   |
| <input type="checkbox"/> Llevadero             | <input type="checkbox"/> Directo     | <input type="checkbox"/> Convincente    | <input type="checkbox"/> Inteligente      | <input type="checkbox"/> Confiable          | <input type="checkbox"/> Defensivo   |
| <input type="checkbox"/> Exigente              | <input type="checkbox"/> Ético       | <input type="checkbox"/> Inspirador     | <input type="checkbox"/> Considerado      | <input type="checkbox"/> Exacto             | <input type="checkbox"/> Competitivo |
| <input type="checkbox"/> Jovial                | <input type="checkbox"/> Analítico   | <input type="checkbox"/> Cariñoso       | <input type="checkbox"/> Audaz            | <input type="checkbox"/> Detallista         | <input type="checkbox"/> Leal        |
| <input type="checkbox"/> De fuertes principios | <input type="checkbox"/> Diplomático | <input type="checkbox"/> Aventurero     | <input type="checkbox"/> Locuaz           | <input type="checkbox"/> Humano             | <input type="checkbox"/> Optimista   |
| <input type="checkbox"/> Disciplinado          | <input type="checkbox"/> Satisfecho  | <input type="checkbox"/> Persuasivo     | <input type="checkbox"/> Justo            | <input type="checkbox"/> Valiente           | <input type="checkbox"/> Servicial   |
| <input type="checkbox"/> Sociable              | <input type="checkbox"/> Dócil       | <input type="checkbox"/> Receptivo      | <input type="checkbox"/> Escéptico        | <input type="checkbox"/> Decidido           | <input type="checkbox"/> Posesivo    |
| <input type="checkbox"/> Popular               | <input type="checkbox"/> Evasivo     | <input type="checkbox"/> Determinado    | <input type="checkbox"/> De buen carácter | <input type="checkbox"/> Paciente           | <input type="checkbox"/> Elegante    |
| <input type="checkbox"/> Controlado            | <input type="checkbox"/> Obediente   | <input type="checkbox"/> Firme          | <input type="checkbox"/> Susceptible      | <input type="checkbox"/> Tolerante          | <input type="checkbox"/> Preocupado  |
| <input type="checkbox"/> Atractivo             | <input type="checkbox"/> Desconfiado | <input type="checkbox"/> Agresivo       | <input type="checkbox"/> Extrovertido     | <input type="checkbox"/> Frío               | <input type="checkbox"/> Dispuesto   |
| <input type="checkbox"/> Recto                 | <input type="checkbox"/> Cauteloso   | <input type="checkbox"/> Emprendedor    | <input type="checkbox"/> Calmado          | <input type="checkbox"/> Dominante          | <input type="checkbox"/> Tenso       |
| <input type="checkbox"/> Seductor              | <input type="checkbox"/> Escrupuloso | <input type="checkbox"/> De trato fácil | <input type="checkbox"/> Indeciso         | <input type="checkbox"/> Seguro de sí mismo | <input type="checkbox"/> Estable     |
| <input type="checkbox"/> Bromista              | <input type="checkbox"/> Cerebral    | <input type="checkbox"/> Osado          | <input type="checkbox"/> Tranquilo        | <input type="checkbox"/> Desenvuelto        | <input type="checkbox"/> Cuidadoso   |
| <input type="checkbox"/> Distinguido           | <input type="checkbox"/> Indagador   | <input type="checkbox"/> Ingenioso      | <input type="checkbox"/> Precavido        | <input type="checkbox"/> Sereno             | <input type="checkbox"/> Objetivo    |
| <input type="checkbox"/> Enérgico              | <input type="checkbox"/> Lógico      |   |   |   |                                      |

**6. Test De Personalidad**

**EL TEST DE RORSCHACH**

Es el Test de Rorschach, también conocido como el “test de las manchas”. Se presenta al postulante una serie de láminas en un orden inalterable, y luego se pide describir qué ve en cada una. Cada respuesta es estudiada y clasificada según ciertos criterios. Luego se hace una interpretación del análisis, en el plano formal y simbólico. Los seleccionadores hacen un estudio acabado de cómo se expresa y cómo organiza las ideas el postulante



Anexo O

PRUEBAS PRÁCTICAS


1. A su criterio, llenar la siguiente tabla, acerca de estrategias que utiliza usted como visitador a médico para comercializar los productos.

**TABLA DE ESTRATEGIAS EMPRESA**  
**RODDOME S.A.**



	<b>ESTRATEGIA PROMOCIONAL</b>	<b>RIESGOS Y BENEFICIOS PARA USTED Y PARA SUS CLIENTES</b>	<b>SU ESTRATEGIA PERSONAL</b>
1			
2			
3			
4			
5			

2. Técnicas a utilizar en la persuasión en la venta de un producto (Habilidad)

<b>PERSUASIÓN EN LA VENTA DE UN PRODUCTO</b>	
<b>INFLUENCIA INADVERTIDA EN EL CRITERIO DE UNA PERSONA</b>	
<b>INFLUENCIA INADVERTIDA EN EL CRITERIO DE UNA PERSONA</b>	<b>USO DE ESTA INFLUENCIA INVERTIDA PARA PROPÓSITO DE MERCADO</b>
Los expertos lo saben mejor	El catedrático Z recomienda el Fármaco B
Los colegas lo saben mejor	El Fármaco B es el prescrito frecuentemente para la inducción X
Las personas que nos caen bien nos inspiran confianza	Uso de visitantes atractivos y simpáticos
Debemos ayudar a quien nos ha ayudado	Uso de obsequios entre ellos muestras gratuitas de nuevos fármacos caros
Las personas deben ser coherentes con sus afirmaciones previas (generación de compromiso coherente)	<p>Visitador. "¿Trata usted a muchas personas con la indicación X?"</p> <p>Doctor. "¿SI?"</p> <p>Visitador. "Entonces ¿necesita conocer los tratamientos para la inducción X?"</p> <p>Doctor. "¿SI?"</p> <p>Visitador. "¿Le gustaría que le hablase de nuestro fármaco B para la inducción X?"</p> <p>Doctor. "¿SI?"</p> <p><b>Nota:</b> esta es la técnica de generar un compromiso coherente: haciendo que el médico de su asentamiento a una serie de afirmaciones sucesivas que son consecuentes entre sí, hasta llegar a la conclusión que el visitador quiere llegar. Entonces doctor, ¿probara el Fármaco B para sus pacientes con la inducción X?</p>

Esta técnica de persuasión en la venta del producto, será utilizada y aplicada a los doctores, consultorios y clientes farmacéuticos, una vez que han sido incorporados a la empresa Roddome los visitantes a médicos.

Anexo P

Ubicación Geográfica “Roddome S.A.”

