

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO
BENEDICTO XVI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN



**SELECCIÓN DE PERSONAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS
BOTICAS DE LA AVENIDA MANSICHE, TRUJILLO.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

Br. Irma Consuelo Cruzado Horna

ASESOR

Mg. Pedro Efigenio Reyes Castañeda

ORCID: 0000-0003-0368-1465

<https://orcid.org/0000-0003-0368-1465>

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de desarrollo organizacional y talento humano

TRUJILLO, PERÚ

2023

SELECCIÓN DE PERSONAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS BOTICAS DE LA AVENIDA MANSICHE, TRUJILLO

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	5%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	www.theibfr.com Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Peruana Los Andes Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Autonoma del Peru Trabajo del estudiante	<1%
9	Submitted to Universidad Catolica de Trujillo Trabajo del estudiante	

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Mons. Dr. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, OFM

Arzobispo Metropolitano de Trujillo

Fundador y Gran Canciller de la

Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dr. Luis Orlando Miranda Díaz

Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

Dra. Mariana Geraldine Silva Balarezo

Vicerrectora Académica

Dra. Ena Cecilia Obando Peralta

Vicerrectora de Investigación

Dr. Jaime Roberto Ramírez García

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Dra. Teresa Sofía Reátegui Marín

Secretaria General

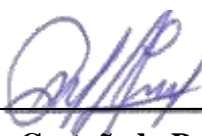
VISTO DEL JURADO



Mg. Palacios Rodríguez Jesús
Presidente



Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria
Secretario



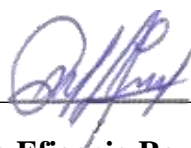
Mg. Reyes Castañeda Pedro Efigenio
Vocal

APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo Mg. Pedro Efigenio Reyes Castañeda, identificado con DNI N° 19096422 Como asesor del trabajo de investigación titulado “Selección de Personal y Atención al Cliente en las Boticas de la Avenida Mansiche, Trujillo.” desarrollada por la bachiller Irma Consuelo Cruzado Horna, identificada con DNI N° 75389188, egresada del programa de estudios de Administración, considero que dicho trabajo de titulación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponden con las normas establecidas en el reglamento de titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.

.

Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por la comisión de la clasificación designado por el Decano de la Facultad Dr. Jaime Roberto Ramírez García.



Mg. Pedro Efigenio Reyes Castañeda
Reguc N° 35384
Asesor (a)

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Br. Irma Consuelo Cruzado Horna con DNI 75389188 egresada del programa de estudios de Administración de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, doy fe que he seguido rigurosamente el procedimiento académico y administrativo emanados por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para la elaboración y sustentación del informe de tesis titulado: “Selección de Personal y Atención al Cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.”, el cual consta de un total de 107 páginas, en las que se incluye 11 tablas y 2 figuras, más un total de 35 páginas en anexos.

Dejando constancia de la originalidad y autenticidad de la mencionada investigación y declaro bajo juramento en razón a los requerimientos éticos, que el contenido de dicho documento corresponde a mí autoría respecto a redacción, organización, metodología y diagramación. Asimismo, garantizo que los fundamentos teóricos están respaldados por el referencial bibliográfico, asumiendo un mínimo porcentaje de omisión involuntaria respecto al tratamiento de cita de autores, lo cual es de mi entera responsabilidad.

Se declara también que el porcentaje de similitud o coincidencia es de 19%, el cual es aceptado por la Universidad Católica de Trujillo.

El autor



Br. Irma Consuelo Cruzado Horna.

DNI: 75389188

Acta de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis para obtener la Titulación Profesional

En la ciudad de Trujillo, a los 09 días del mes de agosto del 2023, siendo las 15:20 horas se reunieron los miembros del Jurado designado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas para evaluar la tesis de Titulación Profesional en

ADMINISTRACIÓN

(Indicar el Programa de Estudios)

Especialidad: _____

(De ser el caso)

mediante la Modalidad de Presentación, Sustentación y Aprobación de Tesis de(l) (la)

Bachiller: CRUZADO HORNA IRMA CONSUELO

(Apellidos y Nombres)

quien desarrolló la Tesis Titulada:

SELECCIÓN DE PERSONAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS BOTICAS DE LA AVENIDA MANSICHE, TRUJILLO.

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) mencionado(a) Bachiller fue

APROBADO

por

UNANIMIDAD

(Aprobado o desaprobado (**))

(En caso de ser aprobado: Unanimidad o mayoría o grado de excelencia (**))

emitiéndose el calificativo final de

DIECISÉIS

16

(Letras)

(Números)

Siendo las 16:00 horas concluyó la sesión, firmando los miembros del Jurado.

Presidente: Mg. Palacios Rodríguez Jesús

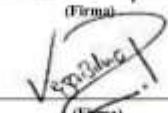
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres) (DNI: 41639320)



(Firma)

Secretario: Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria

(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres) (DNI: 44993552)



(Firma)

Vocal: Mg. Reyes Castañeda Pedro Efigenio

(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres) (DNI: 19096422)



(Firma)

(*) Desaprobado: 0-13; Aprobado: 14-20

(**) **Mayoría:** Dos miembros del jurado aprueban; **Unanimidad:** todos los miembros del jurado aprueban; **Grado de excelencia:** promedio 19 a 20

**FORMULARIO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA LA PUBLICACIÓN
DIGITAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Moche, 18 de setiembre del 2023

A: Dr. Jaime Roberto Ramírez García

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Nombres y apellidos de cada investigador (a):

Yo Nosotros (as)

IRMA CONSUELO CRUZADO HORNA

Autor (es) de la investigación titulada:

SELECCIÓN DE PERSONAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS BOTICAS DE LA
AVENIDA MANSICHE, TRUJILLO.

Sustentada y aprobada el 09 de agosto del 2023 para optar el Grado Académico/ Título
Profesional de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

CEDO LOS DERECHOS a la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI para publicar por plazo indefinido la versión digital de esta tesis en el repositorio institucional y otros, con los cuales la universidad firme convenio, consintiendo que cualquier tercero podrá acceder a dicha obra de manera gratuita pudiendo visualizarlas, revisarlas, imprimirlas y/o grabarlas siempre y cuando se respeten los derechos de autor y sea citada correctamente. En virtud de esta autorización, la universidad podrá reproducir mi tesis en cualquier tipo de soporte, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la tesis o trabajo de investigación es una creación de mi autoría o coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultada(o)(s) a conceder la presente autorización y además declaro bajo juramento que dicha tesis no infringe los derechos de autor de terceras personas.

Asimismo, declaro que el CD-ROM que estoy entregando a la UCT, con el archivo en formato PDF y WORD (.docx), como parte del proceso de obtención del Título

Profesional o Grado Académico, es la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado.

Por ello, el tipo de acceso que autorizo es el siguiente: (Marcar con un aspa (x); una opción)

Categoría de acceso	Descripción del Acceso	Marcar con X
ABIERTO	Es público y será posible consultar el texto completo. Se podrá visualizar, grabar e imprimir.	X
RESTRINGIDO	Solo se publicará el abstract y registro del metadato con información básica.	

OPCIONAL – LICENCIA CREATIVE COMMONS

Una licencia **Creative Commons** es un complemento a los derechos de autor que tiene como fin proteger una obra en la web. Si usted concede dicha licencia mantiene la titularidad y permite que otras personas puedan hacer uso de su obra, bajo las condiciones que usted determine.

No, deseo otorgar una licencia Creative Commons

Si, deseo otorgar una licencia Creative Commons.

Si opta por otorgar la licencia Creative Commons, seleccione una opción de los siguientes permisos:

CC-BY: Utilice la obra como desee, pero reconozca la autoría original. Permite el uso comercial.	
CC-BY-SA: Utilice la obra como desee, reconociendo la autoría. Permite el uso comercial del original y la obra derivada (traducción, adaptación, etc.), su distribución es bajo el mismo tipo de licencia.	
CC-BY-ND: Utilice la obra sin realizar cambios, otorgando el reconocimiento de autoría. Permite el uso comercial o no comercial.	
CC-BY-NC: Utilice la obra como desee, reconociendo la autoría y puede generar obra derivada sin la misma licencia del original. No permite el uso comercial.	
CC-BY-NC-SA: Utilice la obra reconociendo la autoría. No permite el uso comercial de la obra original y derivada, pero la distribución de la nueva creación debe ser bajo el mismo tipo de licencia.	
CC-BY-NC-ND: Utilice y comparte la obra reconociendo la autoría. No permite cambiarla de forma alguna ni usarlas comercialmente.	X

Datos del investigador (a)

Nombres y Apellidos : Irma Consuelo Cruzado Horna

DNI : 75389188

Teléfono celular : 946153926

Email : cruzadohorna@gmail.com

Firma :



DEDICATORIA

Ah Dios por la vida, salud, bondad eh iluminar mi mente mis pasos y darme las fuerzas necesaria para seguir adelante y hacer realidad uno de mis sueños, ya que sin él nada sería posible.

A mis amados padres por ser mi principal motivación eh inspiración para seguir superándome día a día, por ser partícipes de este proceso y objetivo tan importante para mí, por su amor, cariño y apoyo incondicional.

A mi hermana Mary Cruzado Horna, amigos y familiares que me acompañaron en la trayectoria de mi carrera profesional, por formar parte de todo este proceso.

AGRADECIMIENTO

Primero antes que nada doy gracias dios por haberme permitido cumplir uno de mis objetivos, doy gracias por la sabiduría e inteligencia que me brinda día a día para poder seguir adelante.

También doy gracias a mis padres quien a pesar de la distancia no dejan de apoyarme, por ser mi principal motivo para seguir adelante, por los valores inculcados en casa ya que gracias a ellos soy una persona de bien.

Del mismo modo doy gracias a mi abuelita María Cruzado Mendoza por el apoyo, por sus consejos, y por cuidar de mí siempre, sé que desde el cielo guía mis pasos.

Agradecer también de manera especial a mi hermana Mary Cruzado Horna, a mi tía Marisabel Pumayalla Cabosmalón y a Paul Diaz Peña, por acompañarme en este largo proceso y por compartir sus conocimientos y sabiduría.

ÍNDICE

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS -----	iii
VISTO DEL JURADO -----	iv
APROBACIÓN DEL ASESOR -----	v
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD -----	vi
DEDICATORIA -----	xi
AGRADECIMIENTO -----	xii
ÍNDICE -----	xiii
RESUMEN -----	xv
ABSTRACT -----	xvi
Capítulo I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN -----	17
1.1 Situación problemática.....	17
1.2 Formulación del problema	20
1.2.1 Problema general -----	20
1.2.2 Problemas específicos -----	21
1.3 Formulación de objetivos.....	21
1.3.1 Objetivo general -----	21
1.3.2 Objetivos específicos -----	21
1.4 Justificación de la investigación	22
Capítulo II: MARCO TEÓRICO -----	23
2.1 Antecedentes de la investigación	23
2.2 Bases teóricas científicas	26
2.3 Definición de términos básicos	40
2.4 Formulación de hipótesis	41
Capítulo III: METODOLOGÍA -----	43
3.1. Tipo de investigación.....	43
3.2. Método de investigación	43
3.3. Diseño de investigación	44
3.4. Población y muestra.....	44
3.5. Técnicas e instrumentos de recojo de datos	45
3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	48
3.7. Ética investigativa.....	49
Capítulo IV: RESULTADOS -----	51
4.1 Presentación y análisis de resultados	51

4.2. Prueba de hipótesis	53
4.3 Discusión de resultados.....	60
Capítulo V: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS -----	68
5.1 Conclusiones.....	68
5.2 Sugerencias	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS -----	70
ANEXOS -----	74
Anexo 1: Instrumentos de recolección de la información.....	75
Anexo 2: Ficha técnica	78
Anexo 3: Validación de instrumento	80
Anexo 4: Prueba de confiabilidad – Alfa de Cronbach	89
Anexo 5: Prueba de distribución de datos.....	90
Anexo 6: Pruebas de correlación de Spearman.....	92
Anexo 7: Matriz de datos.....	94
Anexo 8: Esquema de niveles - baremos	101
Anexo 9: Matriz de consistencia.....	103
Anexo 10: Operacionalización de variables.....	105
Anexo 11: Encuestando a las boticas de la Avenida Mansiche, Trujillo.	106
Anexo 12: Encuestando a los clientes de las boticas de la Avenida Mansiche, Trujillo.	107

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito principal, determinar la relación entre la selección de personal y atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo. La investigación fue cuantitativa, nivel relacional, diseño no experimental-transversal, con una población de 20 boticas, la muestra fue no probabilística por cuotas, de conveniencia e intencional propia del investigador, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento dos cuestionarios de 11 ítems y 13 ítems; se obtuvo: un grado de relación positiva alta, entre la selección de personal y la atención al cliente con un $\rho=0,754$; un grado de relación positiva media, entre el reclutamiento y la atención al cliente; un grado de relación positiva media, entre las técnicas de selección y la atención al cliente; un grado de relación positiva débil, entre el conocimiento y la atención al cliente; un grado de relación positiva débil entre la incorporación y la atención al cliente, y se logró establecer un nivel alto para la selección de personal y un nivel medio para la atención al cliente; finalmente, la relación entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, demuestran tener una relación positiva significativa, en tanto se mejore la selección de personal, la atención al cliente también mejorará en la misma dirección y grado de asociación del valor rho de Spearman resultante, lo que demuestra la confirmación de nuestra hipótesis de investigación.

Palabras claves: Selección de Personal, Atención al Cliente.

ABSTRACT

The main purpose of this investigation was to determine the relationship between the selection of personnel and customer service in the pharmacies on Mansiche avenue, Trujillo. The research was quantitative, relational level, non-experimental-cross-sectional design, with a population of 20 pharmacies, the sample was non-probabilistic by quotas, convenience and intentional of the researcher, the survey was used as a technique and two questionnaires of 11 as instrument. items and 13 items; It was obtained: a degree of high positive relationship between the selection of personnel and customer service with a $\rho=0.754$; a degree of average positive relationship between recruitment and customer service; a degree of average positive relationship between selection techniques and customer service; a degree of weak positive relationship between knowledge and customer service; a degree of weak positive relationship between incorporation and customer service, and it was possible to establish a high level for the selection of personnel and a medium level for customer service; Finally, the relationship between the selection of personnel and customer service in the pharmacies on Mansiche Avenue, show a significant positive relationship, as long as the selection of personnel improves, customer service will also improve in the same direction and degree of association of the resulting Spearman's rho value, which demonstrates the confirmation of our research hypothesis.

Keywords: Personnel Selection, Customer Service.

Capítulo I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Situación problemática

Dentro del ámbito de estudio, las empresas han evolucionado en el transcurrir de los tiempos y actualmente estas unidades económicas no solo se enfocan en generar ingresos, sino también en brindar servicios de calidad, que beneficien y satisfagan las necesidades de la población, al mismo tiempo que estas entidades se consoliden en el mercado como organismos que brinden oportunidades en la generación de nuevos empleos. Según (Palma, 2011) refiere que las empresas de hoy en día, se clasifican como auténticas líderes, que consideran estar a favor del conocimiento y promover un servicio de calidad, competente y adecuado, generando una buena atención al cliente y así poder garantizar el éxito de la organización, dando cumplimiento a las necesidades, que estas obedecen al origen de su razón de ser, sus clientes.

Dentro del entorno empresarial, el buen servicio se encuentra enmarcado al personal que labora en la empresa, los mismos que originan acciones y procedimientos que encaminan al cumplimiento de los objetivos de la organización. Estas acciones y procedimientos se consideran fundamentales e importantes dentro de un modelo a seguir, que además se encuentran ligados a los procesos de selección de personal, que deben cumplir las organizaciones empresariales para su éxito. Desde la posición de (Basurto & Yoza, 2022) da a conocer que, en el ámbito global, la selección de personal es un proceso importante dentro de las organizaciones privadas como públicas, este proceso implica reclutar al personal idóneo, que desarrolle de manera óptima el cumplimiento de sus actividades, permitiendo ofrecer un servicio de calidad y el logro de los objetivos de la empresa.

De acuerdo con (Ugarte y otros, 2019) revelan que, durante estos últimos años en América Latina, la selección de personal, se ha considerado un proceso de gran importancia para las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas a nivel general, porque permite identificar las habilidades, capacidades, conocimientos y comportamientos de los candidatos que postulan a una oferta laboral, y que estos, deben poseer para concluir en una acertada

selección de personal, que se ajuste al requerimiento del empleador. Del mismo modo (Salinas y otros, 2020) nos mencionan que las empresas optan por seleccionar y contratar personal competente, que realice las funciones encomendadas, para el logro de los objetivos de la empresa.

A nivel del mundo las empresas han venido desarrollando nuevas estrategias, que han permitido consolidarse y mantenerse en competencia a través de los tiempos, enfrentando nuevos retos, no solo con la clásica necesidad de generar ingresos económicos, sino también de potenciar la satisfacción de sus clientes, a través de procedimientos y acciones que conducen, al logro de los objetivos para el crecimiento y productividad de la empresa. La formalidad de este argumento, se encuentra reflejada en una buena atención al cliente, a través de acciones y estrategias, que la empresa implementa para ofrecer un servicio satisfactorio, brindando una atención especializada, haciendo que el cliente se sienta valorado y bien atendido, para que pueda recomendar a la empresa, a sus amistades y familiares, ya que la satisfacción del cliente es el aspecto clave para el éxito de la empresa.

Según (Mateos, 2019) la atención al cliente, demanda a ciertas disposiciones por parte del trabajador, que le permita desarrollar sus habilidades, para realizar un buen trabajo y el cliente se sienta satisfecho con la atención brindada, por parte de la persona por quien fue atendida, por otro lado, el personal encargado de la atención al cliente, tiene que poseer ciertas características como la amabilidad, paciencia, carisma y vocación por su trabajo que realiza, es por ello que, es muy importante que la empresa mantenga un ambiente laboral que motive al personal, de esta manera los trabajadores puedan invertir sus energías en beneficio del cliente.

Desde la postura de (Soledad, 2019) sustenta que, lo más importante para la creación de una empresa, son los clientes, sin ellos la empresa no tiene razón de ser, es por ello que es muy importante conocer cuáles son sus necesidades y expectativas de los clientes, ya que el rendimiento óptimo de la empresa depende de ello, basado en principios, prácticas y técnicas enfocados directamente en la atención del cliente, mejora de la calidad del producto y del

servicio, dando origen a la satisfacción de los clientes y así poder generar una mejor rentabilidad dentro de la organización. Hoy en día la atención al cliente resulta ser un conjunto de estrategias que ayudan a mejorar la competitividad en las compañías empresariales.

En el contexto de la productividad de las micro y pequeñas empresas, estas se encuentran determinados por el capital más importante, que es el capital humano, que ayuda a encaminar el potencial productivo, cuyo resultado se ve reflejado en el cumplimiento de los objetivos planificados por la empresa.

Los retos que estas unidades económicas enfrentan en el marco empresarial, no solo son originarios en el ámbito económico y en su formalización, sino también desde la perspectiva de su estructura interna, como su forma de llevar a cabo la selección del personal. Según (Mestanza, 2022) es fundamental que toda organización tenga una buena atención al cliente para poder satisfacer a sus clientes, ya que hoy en día es un componente de diferenciación y competitividad en el mercado, es por ello que las micro y pequeñas empresas, se esfuerzan por fidelizar a sus clientes, ya que al vender un producto no solo están vendiendo el producto, sino también la imagen de la empresa a la cual están representando, así mismo es de vital importancia, realizar una selección de personal que cumpla con los procedimientos que se requieren para su desarrollo, y que contribuyan al cumplimiento de los objetivos de la organización. (Rondoy, 2020) menciona que, es primordial la selección de personal en la organización, porque ayuda al logro en la satisfacción del cliente final. Además, el autor resalta que no se debe tomar a la ligera los procedimientos para el reclutamiento y selección del personal, al contrario, deben ser la parte primordial, ya que de estos dependerá el crecimiento de la organización.

En el Perú las empresas en estudio, como son las boticas, según la revista (Comexperú, 2021), indican que representan un 36% del total de las empresas del rubro comercio, así mismo sobre los negocios que tienen venta al por menor y que predominan en la actualidad. Del mismo modo según el (Ministro de la Producción, 2017), la industria de las boticas y las

farmacias dentro de nuestro territorio nacional representan una media de 1.4% dentro del sector sobre el PBI y del total PBI nacional, refleja un valor porcentual de 0.1%, lo que equivale en promedio a más de novecientos millones de soles, además de generar más de veintitres mil puestos de empleo de carácter directo e indirectamente más de ciento cuarenta mil.

En ese contexto las empresas del rubro boticas, nos indican que son una fuente generadora de empleos, y como tal, se encuentran conectados directamente con el público y sobre todo enfocados en brindar una buena atención a sus clientes, para ello se requiere, la selección del personal idóneo, con capacidades y competencias, que puedan llevar a cabo el cumplimiento de estos objetivos.

En ese sentido, es necesario conocer, como estas empresas del rubro boticas, llevan a cabo su selección de personal, de que manera brindan la atención a sus clientes y sobre todo saber si estas variables se encuentran relacionadas o no; es así que en la avenida Mansiche de la ciudad de Trujillo, se encuentran ubicados una cantidad considerable de empresas del rubro boticas en toda su extensión, que resultan tener una acogida considerable, así como una concurrencia bastante elevada de clientes; siendo el caso, este escenario me permitió realizar la presente investigación que se encuentra referido al estudio de las variables selección de personal y atención al cliente en las boticas, que se encuentran direccionadas en la avenida Mansiche de la ciudad de Trujillo; para ello se presentó el siguiente enunciado de problema.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?

1.2.2 Problemas específicos

Pe1 ¿Cuál es el nivel de selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?

Pe2 ¿Cuál es el nivel de atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?

Pe3 ¿Cuál es la relación entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?

Pe4 ¿Cuál es la relación entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?

Pe5 ¿Cuál es la relación entre el conocimiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?

Pe6 ¿Cuál es la relación entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?

1.3 Formulación de objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

1.3.2 Objetivos específicos

Oe1 Establecer el nivel de selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Oe2 Establecer el nivel de atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Oe3 Determinar la relación entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Oe4 Determinar la relación entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Oe5 Determinar la relación entre el conocimiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Oe6 Determinar la relación entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

1.4 Justificación de la investigación

La justificación teórica, está establecida propiamente en las teorías referidas a la selección de personal y la atención al cliente, que contribuyen en el estudio de la investigación, aportando conocimientos científicos de diversos autores y objetivos relacionados a las variables. La justificación metodológica, se presenta en la recolección de datos y prueba de hipótesis fundados en el instrumento de medición y el análisis estadístico descriptivo e inferencial que aportan los instrumentos de medición validados y confiables, que servirán, como guía para futuras investigaciones relacionadas a las boticas y otras de similar relación. Su justificación práctica, nace con la necesidad de determinar la relación entre la selección de personal y la atención al cliente, cuyos resultados obtenidos nos permitirán conocer el grado de asociación y dirección de estas variables, para luego poder inferir en la población en estudio y generar en la práctica nuevos conocimientos sobre estas unidades de análisis y el comportamiento sobre estas variables.

Capítulo II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Internacionales

(Reinoso, 2020) en su investigación “Procedimiento para la gestión del proceso de reclutamiento y selección del personal en la Empresa Provincial de la Industria Alimentaria de Pinar del Río” tuvo como propósito, elaborar un procedimiento para la gestión del proceso de reclutamiento y selección del personal en la empresa provincial de la industria alimentaria de pinar del rio, para su investigación utilizó una metodología, cualitativo-descriptivo-bibliográfico empírico, se aplicó una encuesta a 39 funcionarios y jefes, así mismo una entrevista a 14 especialistas de recursos humanos, se obtuvo como resultado, que la selección de personal es fundamental y pieza clave en la gestión de recursos humanos, cuyo resultado nos brinda el personal apto para alcanzar las metas y objetivos planteados por la empresa, y al personal idóneo a cada puesto que requiere la organización.

(Herrera y otros, 2019) en su investigación “Propuesta para el mejoramiento del proceso de selección y contratación de personal en la empresa bureau veritas de la ciudad de Barrancabermeja, Santander, Colombia.”, tuvo como propósito, desarrollar una propuesta que permita el mejoramiento del proceso de selección y contratación de personal, su metodología fue, cualitativo - descriptivo - deductivo, se aplicó una entrevista de treinta preguntas al gerente de la empresa, y se obtuvo como resultado que, la empresa no lleva un proceso de selección apropiado, además la empresa no establece una estrategia para evaluar la capacidad y el conocimiento del personal idóneo, así mismo no realizan un proceso de entrevista final, lo que conlleva estas debilidades a una selección de personal ineficiente para la organización.

(Rivera, 2019) en su investigación “Reclutamiento y selección del personal empresarial” tuvo como propósito analizar los procedimientos de reclutamiento y selección del personal de la empresa Aliset, ubicada en la ciudad de Manta - Ecuador, su metodología fue descriptivo, tuvo una muestra de once personas a los que se les aplicó una encuesta con

escala tipo Likert, y se obtuvo como resultado que, la empresa contrata personal que no cumple con el perfil adecuado al puesto laboral, debido al inadecuado cumplimiento del proceso de reclutamiento y la selección del personal, generando negativamente en la calidad de servicio en los clientes y en la productividad de la empresa.

Nacionales

(Angeles, 2022) en su investigación “Atención al cliente y calidad de servicio en farmacia oncológica en un hospital policial de Lima, 2022”, tuvo como propósito establecer la relación que existe entre la atención al cliente y la calidad de servicio, la investigación fue cuantitativo no experimental, nivel relacional, con una muestra de 183 pacientes, se aplicó la técnica de la encuesta y un cuestionario a cada variable, se obtuvo como resultado, que existe relación significativa entre la variable atención al cliente y calidad de servicio, con un $Rho\ Spearman=0,492$, indicando grado de relación moderada, lo que se traduce que en la manera que la atención del cliente mejora, la calidad del servicio también mejorará.

(Cárdenas & Chota, 2019) en su investigación “La atención al cliente y su influencia en la fidelización de los clientes en la sede central de la farmacia San José, en el distrito de Tarapoto”, tuvo como propósito, determinar la influencia de la atención al cliente en la fidelización al cliente, la investigación fue no experimental, de nivel relacional causal, transversal, con una muestra de 242 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y el uso de un cuestionario a cada variable, se obtuvo como resultado, que la atención al cliente influye sobre la fidelización de los clientes con un r de Pearson de 0,883; así mismo el nivel que predomina sobre la atención al cliente es regular, porque cuenta con una rápida atención sobre sus clientes y con un trato amable, evidenciando que existe debilidad en la experiencia y el perfil del personal.

(Mauricio, 2022) en su investigación “Selección de personal y desempeño laboral en la empresa Grapas, Ate 2022”, tuvo como propósito, determinar la relación entre la selección de personal y el desempeño laboral, la investigación fue cuantitativo, de nivel relacional, corte transversal, con una muestra de 30 colaboradores, se aplicó la técnica de la encuesta y

un cuestionario de 45 ítems, se obtuvo un r de Pearson = 0,778 y un p -valor menor a 0,05, se llegó a establecer que existe una relación positiva muy fuerte entre la variable selección de personal y el desempeño laboral, lo que significa que si aumenta la selección de personal, también aumentará el desempeño laboral en la misma dirección y grado de asociación.

Locales

(Arica & Flores, 2018) en su investigación “El servicio de atención del personal y su influencia en la satisfacción de los clientes de farmacia del hospital regional docente de Trujillo primer semestre 2018”, tuvo como propósito, determinar en qué medida el servicio de atención del personal influye en la satisfacción de los clientes, la investigación fue cuantitativo no experimental, de nivel correlacional causal, corte transversal, con una muestra de 377 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y un cuestionario de 18 ítems, se obtuvo como resultado, de acuerdo al procedimiento estadístico en la prueba de chi cuadrado X^2 aplicado a las variables, se logró obtener una significancia asintótica de 0,000 lo que indica que, el servicio de atención del personal influye en la satisfacción de los clientes. Del mismo modo se obtuvo un porcentaje predominante del 54.6% sobre el nivel de servicio de atención del personal, estableciendo estos resultados como un nivel regular.

(García & Villar, 2021) en su investigación “Evaluación del proceso de selección de personal y desempeño de los trabajadores de la empresa Grupo Mundo S.A.C. Trujillo, 2021” tuvo como propósito, determinar la relación entre la evaluación del proceso de selección de personal y desempeño de los trabajadores, la investigación fue cuantitativo-no experimental-correlacional, se aplicó una encuesta a 50 trabajadores de la empresa, se obtuvo: un grado de relación moderada positivo entre la variable proceso de selección de personal y la variable desempeño de los trabajadores, con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r=0.610$, esto nos indica que, si realizamos un mejor proceso de selección de personal, la empresa obtendrá un mejor desempeño de sus trabajadores. Así mismo con un p -valor 0,001 y un coeficiente de correlación de $\rho=0,596$, se determina un grado de relación significativa directa moderada entre el reclutamiento y el desempeño de sus trabajadores en la empresa en estudio. Del mismo modo con un p -valor 0,001 y un coeficiente de correlación de $\rho=0,658$, se determina que existe relación significativa

directa moderada entre las técnicas y el desempeño de sus trabajadores en la empresa en estudio. Finalmente, con un p-valor 0,001 y un coeficiente de correlación de $\rho=0,750$, se determina que existe relación significativa directa alta entre la incorporación y el desempeño de sus trabajadores en la empresa en estudio.

(Araujo & Caballero, 2019) en su trabajo de investigación titulado “Selección y compromiso organizacional del personal operativo de la empresa Hortifrut Perú S.A.C. Trujillo - 2019”, tuvo como propósito, determinar la relación entre la selección y el compromiso organizacional del personal operativo, la investigación fue cuantitativo, de nivel relacional, transversal, con una muestra de 365 trabajadores, se aplicó la técnica de la encuesta y un cuestionario de 24 ítems, se obtuvo como resultado, se determinó que la selección del personal se encuentra en un 52%, demostrando que se encuentra en un nivel regular, este resultado indica el bajo conocimiento aplicado en esta etapa dentro de la organización.

2.2 Bases teóricas científicas

Selección de personal

Según (Alles, 2006) es el proceso mediante el cual se elige o selecciona al personal en particular, de acuerdo a los criterios establecidos por la organización, eligiéndose el perfil que se requiere y con la posibilidad de poder satisfacer las expectativas del personal que lo solicite.

Según (Chiavenato, 2011) se basa en la elección del personal dentro de los reclutados al más idóneo para cubrir el puesto disponible, con la finalidad de incrementar en la organización el desempeño, eficiencia y la eficacia.

Para (Ayala, 2004) menciona que toda organización para su correcto funcionamiento y un desempeño eficiente debe de contar con el personal idóneo y en los puestos adecuados, propiamente dicho el personal viene a ser el activo que más importa en una organización y

para ello debe contar con el recurso humano de alta calidad, esto se resume en la correcta selección del personal.

Según (Fernández, 2016) son procesos que implican la selección de los candidatos para luego nombrar al más adecuado, teniendo en cuenta las necesidades y requisitos del puesto de trabajo. Es vital realizar un análisis del puesto de trabajo, al hacer la selección de los candidatos, esto ayudará a identificar qué calificaciones, habilidades y competencias deben poseer los candidatos para ser seleccionados y contratados.

Proceso de selección de personal

Según, (Espinosa, 2015) el proceso de reclutamiento y selección debe tener en cuenta varias etapas, que se han indicado de la siguiente manera:

- a) Etapa 1 - Vacante de empleo.
- b) Etapa 2 - Análisis de trabajo.
- c) Etapa 3 - Atrayendo candidatos.
- d) Etapa 4 - Selección de candidatos.
- e) Etapa 5 - Entrevistando candidatos.
- f) Etapa 6 - Selección y nombramiento de candidatos.
- g) Etapa 7 - Inducción y Entrenamiento
- h) Etapa 8 - Evaluación del empleado.

Reclutamiento de personal

Según (Chiavenato, 2011) el reclutamiento viene a ser aquellos procedimientos y técnicas, que consisten en captar nuevos candidatos calificados y capacitados para cubrir el puesto solicitado por la organización, es así que, un reclutamiento eficaz, determinará el personal adecuado para la organización.

Fuentes de reclutamientos

Son fuentes donde las empresas solicitan o publican sus ofertas de trabajo según sus necesidades, con la finalidad de conseguir los candidatos necesarios para ejecutar el proceso de selección, dentro de ello se encuentra:

Para (Chiavenato, 2011) aduce que son las siguientes fuentes:

- **Reclutamiento interno:** se da cuándo la empresa opta por cubrir la vacante de forma interna dentro de la organización, reajustando a sus empleados con ascensos.
Ventajas de reclutamiento interno, es más económico, rápido, confiable, debido a que ya es conocido dentro de la organización y es una motivación para los empleados.
- **Reclutamiento externo:** funciona cuando los candidatos proceden de afuera, es decir, cuando hay una vacante, la empresa lo cubre con personas ajenas a ella, candidatos externos atraídos por una técnica de reclutamiento.
Ventajas del reclutamiento externo, nuevos conocimientos, incorporación de un nuevo talento, personal calificado y capacitado.

Medios de reclutamiento

Lugar donde se publica la convocatoria de trabajo con la finalidad de poder a traerlos hacia la organización, dentro de los medios publicitarios tenemos:

1. Por internet (Facebook, CompuTrabajo, LinkedIn, Búmeran, Olx, entre otros)
2. Por terceros (agencias de reclutamiento)
3. Periódico
4. Aviso y/o cartel publicitario pegados en la puerta de la empresa
5. Por recomendación
6. Contactos con institutos y/o universidades
7. Base de datos

Principios de reclutamiento y selección

Según, (Castro, 2018) el prestigio de la organización depende en gran medida, si la selección de los recursos humanos se ha realizado de manera adecuada. En la selección adecuada de los recursos humanos, es vital asegurarse, de que puedan llevar a cabo sus tareas laborales de acuerdo con los requisitos del trabajo. Los recursos humanos de la organización deben estar bien equipados en la implementación de funciones gerenciales de planificación, organización, dirección, personal, coordinación, control y liderazgo. Además, necesitan aumentar sus conocimientos, competencias y aptitudes en términos de hacer uso de técnicas avanzadas en la implementación de tareas y funciones.

Importancia del reclutamiento y selección

Para (De La Cruz, 2018) los procesos de reclutamiento y selección se consideran indispensables para conducir al crecimiento y progreso efectivo de la organización. Para implementar varios tipos de tareas y actividades organizativas de manera apropiada, es vital asegurarse, que los candidatos correctos se seleccionen en los puestos correctos y en el momento adecuado. Además, los candidatos deben poseer los conocimientos, competencias y habilidades esenciales.

Características de reclutamiento y selección

Las políticas de reclutamiento y selección efectivas y significativas, se consideran medidas apropiadas que pueden salvar a la organización de situaciones como pruebas improductivas y entrevistas, debido a la falta de disponibilidad de candidatos adecuados en el grupo de solicitantes, por lo tanto, cuando las tareas y actividades se desarrollan dentro del entorno de la organización, es vital asegurarse, que los miembros conozcan bien los métodos y enfoques necesarios para llevar a cabo varias tareas y actividades de manera adecuada. El prestigio de la organización depende en gran medida de la eficiencia de los recursos humanos (De La Cruz, 2018).

Personal calificado

Según (De La Cruz, 2018) todo el proceso de selección y reclutamiento debe estar de acuerdo con las calificaciones educativas, competencias, aptitudes y rasgos de personalidad de los candidatos, es vital determinar la cantidad de empleados de acuerdo con los requisitos del trabajo, las metas y objetivos de la organización. Las autoridades de contratación intentan implementar ciertos aspectos para facilitar el reclutamiento de candidatos bien calificados y con experiencia. Hay casos, cuando los candidatos potenciales son reclutados desde dentro. Además de factores tales como calificaciones educativas, competencias y habilidades, también hay otros factores que deben tenerse en cuenta, como edad, residencia, religión, rasgos de personalidad y habilidades de comunicación.

Técnicas de selección

Según (Chiavenato, 2011) son estrategias que la empresa recurre para la obtención de información, referente a los candidatos o postulantes a una vacante laboral, con la intención de comparar dicha información, con los requisitos que solicita la empresa para un puesto laboral. Estas estrategias que el autor las denomina técnicas de selección, son realizadas mediante, la revisión del curriculum vitae, la entrevista, evaluación del conocimiento, prueba psicológica y la técnica de simulación, cuya relación está directamente orientada a elegir el mejor predictor, un indicador que evalúa el comportamiento, las habilidades y capacidades del postulante, para encaminar estos resultados hacia los objetivos que dicha técnica establece.

Para (Mondy, 2010) establece que en el ámbito de la selección del personal, existen limitantes dentro de los mecanismos que permiten elegir al postulante idóneo para la empresa, este precedente ha llevado a muchas empresas a optar por otras pruebas que permitan evaluar al personal, ante ello el autor considera a las técnicas de selección como pruebas que facilitan identificar aquellas habilidades, aptitudes, motivaciones y ciertamente la personalidad del postulante, tales evaluaciones permitirán a la empresa, optar por el candidato más adecuado al puesto solicitado.

Evaluación del curriculum vitae

Según (Ayala, 2004) esta técnica de selección, permite evaluar a los postulantes, a través de la verificación y contraste del contenido redactado sobre los conocimientos alcanzados, el grado de instrucción y la experiencia laboral, que son requisitos esenciales para el puesto laboral solicitado, siendo este procedimiento de carácter eliminatorio y que permitirá identificar a los candidatos que obtengan mejores puntajes en la revisión de la documentación presentada, cuyo proceso empieza con la “recepción - evaluación - clasificación” que hayan presentado los postulantes.

Para (Chiavenato, 2011) menciona que existen varias técnicas diferentes, con los que sirven para seleccionar al personal adecuado al puesto; estos son:

Entrevistas de selección, es una técnica que más se utiliza en todo tipo de empresas, desde las más pequeñas hasta las más grandes, a pesar de ser una técnica subjetiva e imprecisa, es la que mayor se utiliza para la selección final del postulante, además suele desarrollarse mediante la interacción de dos a más personas.

Exámenes psicométricos, estas pruebas se desarrollan mediante test psicológicos, el cual nos ayudan a evaluar la parte mental, el conocimiento, las aptitudes, las habilidades, etcétera. Estos procedimientos de test nos ayudan analizar a las personas de una manera objetiva y bajo un modelo de estándar de conducta. Estas pruebas evalúan a los postulantes desde la perspectiva de decisiones en la búsqueda de empleo, direccionamiento profesional, personalidad del postulante, etcétera.

Exámenes de personalidad, sirven para medir el carácter o temperamento, que son determinados por los rasgos de personalidad de los postulantes. Estos rasgos de personalidad con características que la persona devela y se muestra perceptible frente a los demás. La aplicación de estos exámenes de personalidad es realizada por un profesional psicólogo.

Técnicas de simulación, es un proceso de evaluación mediante el cual se realiza al postulante de manera individual y alejado del grupo donde se encuentran los demás postulantes, la evaluación es de manera verbal o de acción, que consiste en recrear el escenario del puesto al que postula del modo más cercano a la realidad, analizando su conducta entorno al comportamiento que ejerce el puesto a lograr.

El conocimiento

Según (Chiavenato, 2011) las pruebas de conocimiento, son procedimientos que sirven para medir el conocimiento y aquellas habilidades que haya obtenido el postulante de los estudios realizados en conjunto con la práctica o ejercicios desarrollados en el proceso de su aprendizaje, además de evaluar el conocimiento técnico o profesional del candidato para el puesto que lo exige, vinculado con las capacidades y habilidades que el postulante presenta. Dicho sea de paso, estas pruebas se pueden dar de forma oral, verbalmente conformada por preguntas y respuestas, escrita, evaluación escrita de preguntas y respuestas, y de realización, mediante actividades como tareas o trabajos que se ejecutan en un tiempo determinado.

Según (Fernández, 2016) se debe tener en cuenta, las calificaciones educativas, competencias, aptitud, rasgos de personalidad, experiencia, requisitos laborales, etc. Los candidatos deben pasar por varias rondas de entrevistas y, en algunos casos, es posible que incluso tengan que realizar otros métodos, como pruebas escritas, discusiones en grupo, etc., antes de ser finalmente seleccionados. Cuando se selecciona a los candidatos, uno de los factores importantes que deben tenerse en cuenta, es que pueden llevar a cabo sus tareas laborales de acuerdo con las expectativas de sus empleadores.

La incorporación

Para (Ayala, 2004) la incorporación viene a ser aquel proceso mediante el cual, el nuevo trabajador se integra a la empresa, asignándole el puesto y las funciones que realizará de acuerdo al contrato establecido. Dentro de este proceso el nuevo colaborador es presentado a su jefe de área y a sus demás compañeros de labores, de esta manera se hace propicio la

entrega de los equipos de trabajo, el material y la ubicación de su puesto de labor, donde desempeñará durante la permanencia de su contrato.

Según (Chiavenato, 2001) después de realizado el reclutamiento y selección del personal, estos deben ser integrados a la organización, para ser dirigidos y encaminados hacia sus cargos y evaluados de acuerdo a su desempeño. En la misma línea el autor menciona al proceso de incorporación, como el proceso de aplicación de personas, cuyo fin es la integración de nuevos trabajadores para la empresa, el diseño y evaluación del cargo.

Para (Vallejo, 2015), explica que la incorporación es el siguiente paso a la selección del personal, cuyo objetivo es el ingreso al nuevo personal en la empresa, donde se definen sus funciones y delegaciones del cargo que desempeñará.

La socialización

Según (Chiavenato, 2001) la socialización viene a ser el proceso previo a la asignación de los cargos al nuevo miembro dentro de la organización, donde la finalidad es incorporarlo en su nuevo entorno o contexto, adecuándolo y acondicionándolo a un clima laboral accesible, mediante el recibimiento de alguna ceremonia encaminada a la filosofía de la organización. Este proceso afianza el vínculo laboral entre la organización y el nuevo miembro, dándole a conocer la esencia del funcionamiento de la empresa, de esta manera se afirma el compromiso y la colaboración que ejercerá el nuevo seleccionado.

Para (Werther & Davis, 2008) la socialización es el proceso, donde el nuevo empleado se vincula con la empresa, y adapta los principios, objetivos, normas y valores propios de la organización, que son comprendidos por el nuevo empleado y que van encaminados hacia la filosofía que rige la empresa.

Inducción

Según (Alles, 2006) la inducción parte del proceso de la formalidad después del ingreso de la persona a la empresa, con la iniciativa de brindarle una adaptación a la organización, enfocado a la realización de las tareas o actividades dentro de su labor. Además, la autora comenta que, la inducción es parte fundamental de una buena relación a largo plazo, entre la organización y el nuevo personal, debiéndose generar una habitualidad con el referido proceso de la inducción dentro de la organización.

Para (Werther & Davis, 2008) la inducción es una herramienta indispensable en la adaptación correcta del personal al puesto que ejercerá, conllevando a una óptima relación de trabajo en equipo. Este procedimiento de inducción permite de manera definitiva al nuevo personal, aprender de manera más rápida y fluida, las funciones de su labor, haciendo que se genere un factor que favorece el aprendizaje de las nuevas tareas que realizará el personal ingresante.

En la misma línea (Werther & Davis, 2008) señala que el nuevo personal no solo debe reunir las condiciones altas en su calificación, sino, que el ingresante pueda adquirir dentro del proceso de inducción, toda la información necesaria sobre las políticas, características, normativas y de todas aquellas responsabilidades que se rigen a la corporación. Además, este proceso inicial no solo va enfocado al nuevo ingresante a la corporación, sino también al personal que llega a un nuevo puesto. En definitiva, el autor determina que el proceso de inducción, viene a ser aquel “proceso de ajuste a las necesidades organizativas”, que se encuentran direccionadas al conocimiento de los procedimientos y políticas que debe adquirir el nuevo ingresante sobre la corporación y de quienes se encuentran laborando en su entorno, con la finalidad de alcanzar aquellos objetivos propuestos por la corporación.

Atención al cliente

Según (Ariza & Ariza, 2015) la atención al cliente son actividades o acciones en el cual la organización conoce o entabla una relación con sus clientes potenciales durante el proceso de compra de un producto, con la finalidad de lograr en el cliente una alta satisfacción. Por

otro lado, la empresa debe enfocarse en crear un vínculo, entre el personal de atención al cliente y el consumidor, con la finalidad de conocer el comportamiento del cliente e identificar lo que busca, para establecer una relación, donde sus reclamos o insatisfacciones sean absueltas, generando en él la máxima satisfacción.

Según (Fernandez, 2019) en los últimos años las empresas han tomado conciencia, que para el éxito de una organización es parte elemental los clientes, ya que sin ellos la empresa o negocio no tendría razón de ser, es por ello que hoy en día, las empresas buscan satisfacer las necesidades de los clientes, siendo muy importante que el cliente se vaya complacido con el resultado de la atención, y la información brindada, ya que un cliente satisfecho seguirá siendo un cliente que compra y un cliente que regresa.

Según (Andavira Editora, 2015) describe a la atención al cliente como un mecanismo de estrategia para dar salida a los productos, a través de un trato especial al cliente, con el objetivo de alcanzar el éxito de la empresa, para ello también se debe considerar algunos elementos importantes como, la calidad del producto, el precio y la atención brindado por parte del personal a cargo, esto permitirá al consumidor que retorne y posteriormente nos recomiende entre sus familiares y amistades. Por otro lado, la empresa deberá tener presente que la recomendación de “boca a boca” es muy importante para la empresa siempre y cuando estos sean positivos, por consiguiente, es necesario que la empresa cuente con el personal calificado, cuya formación y motivación, se encuentren destinados a alcanzar la máxima satisfacción en el usuario consumidor.

¿quiénes son los clientes?

Para (Fernandez, 2019) son aquellos consumidores, que buscan pagar un precio justo por un servicio o producto de calidad, su mayor satisfacción es haber sido atendido acorde a sus necesidades, y que el personal a cargo de su atención, le ayude a resolver sus inquietudes ya que los clientes buscan a alguien que les guíe a través de un proceso de compra, la atención al cliente comienza con la capacidad de escuchar y averiguar qué es lo que necesita o requiere, por otro lado el contacto con el cliente, permite que sea escuchado y sus problemas

sean absueltas y no ignorados. También significa conocer al cliente, sus gustos, disgustos, ideas, preferencias, para poder trabajar en base a lo que los clientes buscan y poder crecer como empresa.

Identificación de necesidades y gustos de clientes

Según (Fernandez, 2019) para identificar cuáles son las necesidades de nuestros clientes es necesario conocer, que buscan, cuáles son sus expectativas, que esperan de la empresa, para satisfacer sus necesidades, por otro lado, la experiencia del cliente también se ve reflejado en la atención brindada, del personal encargado de la atención, si la empresa cuenta con trabajadores antipáticos, y falta de empatía por su cliente, provocará que el cliente se sienta insatisfecho y compre de otra parte, es por ello que los empleados deben estar facultados para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Toda organización debe de priorizar la atención al cliente, ya que es parte elemental de la empresa, para poder alcanzar el éxito depende de ello, los clientes, son el pilar más importante de la empresa, sin ellos la organización no tendría razón de ser, por consiguiente como empresa se debe conocer sus deseos de los usuarios para poder satisfacer sus necesidades, con el propósito de que el cliente se sienta complacido con lo que la empresa le brinda y de esta manera se pueda convertir en un cliente fiel, es por ello que es importante conocer a los clientes y verificar que es lo que desea o que esperan de nosotros, y así poder satisfacer sus necesidades.

Según (Kotler & Keller, 2006) explica que la satisfacción y la atención al cliente guardan una relación intrínseca, debido al grado de satisfacción que se puede generar si se brinda una atención de calidad, por ello autor plantea para la atención al cliente tres dimensiones, las cuales vienen a ser las expectativas, la percepción y la queja, que en su conjunto aplicado correctamente se lograría una alta satisfacción en los clientes.

Las expectativas, se desarrollan en los clientes a través de sucesos o hechos pasados que se manifiestan como experiencias vividas en sus compras, los mismos que son transmitidos por amistades y compañeros, también del acceso a la información adquirida sobre la empresa y en su conjunto de la competencia. Además, el autor menciona que las expectativas deben mantener una estructura en la que no sea demasiado alto, ya que los clientes podrían verse insatisfechos, por el contrario, si las expectativas son demasiado bajas, la empresa corre el riesgo de no captar la cantidad de clientes que se necesita. La clave y secreto de las empresas de éxito en el mundo, se enfocan en incrementar las expectativas en los clientes y brindar servicios y productos que se enmarcan en las mismas condiciones.

La percepción, viene a ser aquel proceso mediante el cual la persona o usuario, crea un modelo de imagen, enriquecida de un contenido de alto significado, que se origina a través de la selección, organización e interpretación de aquella información que es captada procesada y convertida en dicha imagen. Así mismo la percepción está directamente relacionada hacia aquellos estímulos del entorno que lo rodea y de aquellas situaciones que involucran a la persona, esto quiere decir, que no solo depende del estímulo o contacto físico, sino de todo lo que le rodea. La idea principal de las percepciones, es que pueda variar o cambiar, significativamente entre las distintas personas que se encuentran situados en un mismo entorno.

Las quejas, a menudo las empresas tienden a llevar un registro de éstos, con la finalidad de poder ser atendidos y generar satisfacción en los clientes, pero existen estudios donde mencionan que, del total de clientes insatisfechos solo el cinco por ciento llega a concretar su queja. Visto esto, la dimensión de las quejas, se encuentra estrechamente relacionada a la rapidez con que éstas se absuelven, generando en los clientes satisfacción para volver a realizar las compras con la empresa, del mismo modo existe un segundo punto esencial para mejorar las quejas en una empresa, y es poder brindar a los clientes insatisfechos la facilidad y oportunidad de quejarse y que estos sean atendidos a la brevedad posible.

MYPE (Micro y Pequeña Empresa)

Según (Alvarado & Angulo, 2019) las Mypes son unidades lucrativas que puede estar conformada por una persona natural o Jurica y que ésta se desenvuelva en actividades como producción o comercialización de un bien o servicio, así mismo también impulsa al crecimiento y desarrollo económico del país, generando puestos de trabajo, a medida que una micro, pequeña o mediana empresa crezca, la mano de obra también incrementa al igual que las ventas y el empleo laboral.

Importancia de las Mypes

Según (Alvarado & Angulo, 2019) manifiesta que las Mypes son fuentes generadoras de empleo y desarrollo, es así que estas unidades ayudan a reducir la pobreza, proporcionando puestos de trabajo y creando empleos, incentivando a los emprendimientos y negocios a seguir creciendo, además aportan al producto bruto interno (PBI) del país con un valor porcentual de hasta 45%.

Características de las Mypes

1. Son dirigidos por su propio dueño
2. Son locales pequeños al igual que áreas de trabajo.
3. No utilizan técnicas ni estrategias de gestión.
4. Brindan empleo entre cinco o diez personas.
5. No cuentan con mucho capital, pero si en mano en obra, sin embargo, no cuenta con mano de obra fija o estable.
6. Su acceso a la tecnología es reducido.
7. No se planifican sus finanzas entre sus gastos personales y negocios.
8. Su acceso en el estado financiero es limitado.

Micro empresa

Según (Meléndez, 2020) es aquella que está dirigida por el mismo propietario o dueño, el mismo que está a cargo de todas las áreas de trabajo, sus subordinados no pueden ser mayor

a 10, ya que sus ventas no son muy elevadas, y sus actividades no requieren de mucho capital, por otro lado, sus ventas anuales no pueden ser más de 150 UIT.

Pequeña empresa

Según (Meléndez, 2020) es aquella que su rendimiento y crecimiento es superior a la micro empresa, sus ventas anuales son de hasta 1700 UIT, y su número de subordinados es de 11 a 50, se caracteriza por ser una unidad económica mayor a la micro empresa, así mismo cuenta con áreas de trabajo establecidas para su desarrollo y coordinación con el personal sus recursos económicos y tecnológicos es elemental para su competitividad en el mercado.

Mediana empresa

Según (Meléndez, 2020) informa que su volumen de operaciones de esta unidad económica es alto, el número de subordinados que esta organización puede tener es de 51 a más, sus ventas anuales pueden ser mayor a 1700 UIT, sus exigencias son mayor por lo tanto no permite al propietario tener el control total, para la toma de decisiones.

Formalización y constitución

Según (Alvarado & Angulo, 2019) para la formalización de las Mypes es necesario realizarlo a través de cuatro procedimientos, siendo el primero en el registro, en segunda instancia la supervisión, tercero la inspección y cuarto la verificación, así mismo, es importante tener en cuenta que la micro empresa no necesariamente se puede constituir como persona jurídica, si no también puede ser dirigida por el mismo propietario, “persona individual”, el cual puede ser formalizada como EIRL (persona individual de responsabilidad limitada), o cualquiera de las siglas societarias previstas por la ley.

Informalidad

Según (Regalado, 2015) las empresas en el Perú, en su mayoría son informales y no están suscritas de acuerdo a ley, lo cual no es tan beneficioso ni seguro para los empleados, ya que

su esfuerzo no está reconocido por la ley, por otro lado, si la empresa no cumple con lo establecido por la ley y no esta formalizada como una micro o pequeña empresa, lo más seguro que sea un negocio netamente lucrativo y creado con la finalidad de dar trabajo a sus familiares y amigos.

Los dueños de estos negocios son personas que buscan generar sus propios ingresos y brindar empleo a las personas más cercanas a ellos, su principal objetivo de los dueños es obtener una buena ganancia y hacer crecer su negocio.

Tipos de MYPES

Según (Regalado, 2015) tenemos:

MYPES de Acumulación

Genera recursos y mantiene un capital adecuado, analiza el desarrollo de la empresa, ofrece empleo y ayuda al desarrollo productivo de la empresa.

MYPES de Subsistencia

No utiliza un plan estratégico ni una información adecuada, solo se centran en sus tradiciones y costumbres para generar ingresos.

Nuevos Emprendimientos

Se enfoca en un mejor desarrollo, y motivación para crecer como empresa y formar parte de una de las mejores empresas productivas.

2.3 Definición de términos básicos

Selección de Personal

Es el proceso mediante el cual se elige o selecciona al personal en particular de acuerdo a los criterios establecidos por la organización, eligiéndose el perfil que se requiere y con la posibilidad de poder satisfacer las expectativas del personal que lo solicite (Alles, 2006).

Atención al cliente

La atención al cliente son actividades o acciones en el cual la organización conoce o entabla una relación con sus clientes potenciales durante el proceso de compra de un producto, con la finalidad de lograr en el cliente una alta satisfacción (Ariza & Ariza, 2015).

Definición de MYPES

Las Mypes son unidades lucrativas que puede estar conformada por una persona natural o Jurica y que esta se desenvuelva en actividades como producción o comercialización de un bien o servicios (Alvarado & Angulo, 2019).

2.4 Formulación de hipótesis

La hipótesis se define como explicaciones tentativas al fenómeno de investigación, lo que supone que tratamos de comprobar, para poder afirmar o refutar, según corresponda (Hernández y otros, 2014).

La hipótesis de investigación o hipótesis de trabajo, vienen a ser proposiciones que sean tentativas al enunciado de la investigación y que guarden relación con las variables en estudio, y se representa como “ H_i ”, por el contrario, la hipótesis nula es la que rechaza o refuta a la hipótesis de investigación planteada por el investigador y se representa como “ H_0 ” (Hernández y otros, 2014).

Hipótesis general

- Hi.** Existe relación significativa entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.
- H0.** No existe relación significativa entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Hipótesis específicas

- He1** Existe un nivel alto en la selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.
- He2** Existe un nivel alto en la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.
- He3** Existe relación significativa entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.
- He4** Existe relación significativa entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.
- He5** Existe relación significativa entre el conocimiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.
- He6** Existe relación significativa entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Capítulo III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Tipo

El tipo de investigación que se utilizó, según su naturaleza es básica o pura, ya que parten de comprender y explicar los principios y razones sobre las ocurrencias manifestadas en un evento, fenómeno o proceso particular, como tal carece resolver aplicaciones prácticas y su uso inmediato (Arias y otros, 2022).

En el caso de la presente investigación solo está dirigida a comprender y explicar el comportamiento y su grado de relación entre la variable 1 y variable 2, que en el siguiente apartado se profundizará a detalle.

Nivel

Según (Hernández y otros, 2014) el nivel de la investigación fue descriptivo - correlacional - transversal. Descriptivo debido a que describe, argumenta, interpreta, plantea una problemática y da resultado a través de un estudio de una determinada población. Correlacional, porque se desea conocer el grado o nivel de relación que existe entre las variables, pudiendo ser la correlación entre dos o más variables; y transversal, porque se analiza a la población u organización en un tiempo determinado.

3.2. Método de investigación

Es de método cuantitativo, según (Hernández y otros, 2014) las investigaciones con enfoque cuantitativo argumentan y analizan información de los resultados a través de métodos estadísticos, así mismo estudia cada una de las variables y recolecta datos para probar una hipótesis.

Por otro lado (Ñaupas y otros, 2014) sustentan que las investigaciones con enfoque cuantitativo se determinan por la observación y medición de datos, muestreo y análisis estadístico.

Es por ello que la presente investigación es cuantitativa, ya que se formuló una hipótesis y se recaudó información, para el procesamiento de los datos a través de un análisis estadístico.

3.3. Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación fue no experimental y transversal según (Hernández y otros, 2014). No experimental porque no se manipulan las variables de manera intencionada solo y únicamente se observan los fenómenos en su ámbito natural para ser analizadas. Y de corte transversal, porque se analiza y recolecta datos en un único momento en el tiempo.

3.4. Población y muestra

Población

Es un conjunto de individuos o personas de una determinada población, el cual es el objeto de estudio (Hernández y otros, 2014). En esta oportunidad la población estuvo constituida por 20 boticas de la avenida Mansiche en la ciudad de Trujillo.

Muestra

La muestra viene a ser una parte representativa de la población del cual se recopilará información o datos. La muestra se define, en muestras probabilísticas y no probabilísticas, en la primera, todos los datos tienen las mismas oportunidades de ser seleccionados, mientras que, en la segunda, no dependen de la probabilidad (Hernández y otros, 2014).

Para la presente investigación, se aplicó la muestra no probabilística por cuotas, por conveniencia e intencional; que a decir de (Arias y otros, 2022) explica que la muestra por cuotas, permite segmentar a la población en grupos que contengan unidades de características en común; por conveniencia, por el acceso a la información de los datos; e intencional, porque permite elegir los datos por decisión y criterio del investigador.

Según, (Hernández y otros, 2014) afirma que si la población no es muy extensa no se requiere de un proceso de muestreo para la obtención de una muestra, es por ello que se trabajó con el total de la población; siendo el primer grupo conformado por 60 colaboradores de las boticas y el segundo grupo por 60 clientes que acuden a estas boticas, que se encuentran orientadas en la avenida Mansiche de la ciudad Trujillo, a los que se les aplicó dos cuestionarios, para el análisis de las variables selección de personal y la atención al cliente respectivamente.

En la misma línea, se procedió a seleccionar los elementos del primer grupo de la población, considerando que son colaboradores que laboran en las boticas dentro de la avenida Mansiche de la ciudad de Trujillo y cuya cantidad de colaboradores sean mayores a dos; del mismo modo para la selección de los elementos del segundo grupo de la población, se consideró a los tres primeros clientes que ingresan a las boticas al inicio de sus actividades y cuya edad estén comprendidos entre 18 y 65 años, sin distinción de género.

3.5. Técnicas e instrumentos de recojo de datos

Técnica

La técnica es un conjunto de normas y pautas que permiten obtener y recopilar información en documentos relacionados al problema y a los objetivos de la investigación, además es muy importante tener en cuenta donde y como se aplicará, y que esté acorde con la investigación a estudiar (Carrasco, 2005).

La técnica que se utilizó para la presente investigación fue una encuesta, con la finalidad de poder recolectar los datos e información necesaria sobre la selección de personal y la atención al cliente de las empresas en estudio.

Instrumento

El instrumento son procedimientos de búsqueda e indagación de la información que se aplica según el estudio y característica del problema de investigación que puede ser aplicado por un conjunto de preguntas, ítems o módulos de cualquier forma que permita obtener y registrar respuestas, opiniones diversas de las personas o elementos que son materia dentro del ámbito de estudio (Carrasco, 2005).

Para la presente investigación se aplicó como instrumento el cuestionario, y se crearon dos cuestionarios, el primero para la variable Selección de Personal constituido por once ítems y el segundo para la variable Atención al Cliente constituido por trece ítems, ambos instrumentos a una escala Likert de cinco alternativas, los cuales fueron aplicados a los colaboradores de las boticas y a los clientes de las mismas, que se encuentran ubicados en la Avenida Mansiche del distrito de Trujillo, dichos cuestionarios fueron elaborados con los indicadores y dimensiones del trabajo de investigación, del mismo modo cuentan con una redacción entendible, los cuales sirvieron como instrumentos para encontrar las características requeridas por la problemática de la investigación.

Confiabilidad

Viene a ser aquel resultado obtenido de un instrumento que, al ser ejecutado, no varía y produce resultados iguales, aun cuando su aplicación sea en distintos tiempos y a distintas personas, esto significa que el instrumento se defina como confiable, ya que no varía en sus resultados obtenidos (Ñaupas y otros, 2014).

Para determinar la confiabilidad del instrumento de medición sobre la variable Selección de Personal y Atención al Cliente, los datos obtenidos fueron sometidos a la prueba de

confiabilidad del Alfa de Cronbach a través del programa SPSS versión 26, el cual nos arrojó el siguiente resultado:

Confiabilidad de Instrumento Variable Selección de Personal (Ver anexo 4).

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,729	11

Nota. Prueba de confiabilidad aplicado a 11 ítems del cuestionario.

Debemos indicar que según (Bolívar, 2013) un valor entre 0,61 a 0,80, indica una fiabilidad alta, y de acuerdo al análisis realizado en el programa SPSS versión 26, el Alfa de Cronbach que se ha obtenido es de 0,729, lo cual indica que el instrumento sobre la variable selección de personal tiene una confiabilidad alta (Ver anexo 4).

Confiabilidad de Instrumento Variable Atención al Cliente (Ver anexo 4).

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,772	13

Nota. Prueba de confiabilidad aplicado a 13 ítems del cuestionario.

Debemos indicar que según (Bolívar, 2013) un valor entre 0,61 a 0,80, indica una fiabilidad alta, y de acuerdo al análisis realizado en el programa SPSS versión 26, el Alfa de Cronbach que se ha obtenido es de 0,772, lo cual indica que el instrumento sobre la variable atención al cliente tiene una confiabilidad alta (Ver anexo 4).

Validez

La validez es un procedimiento mediante el cual un instrumento se somete a la verificación de las mediciones significativas que se pueda obtener luego de ser aplicada el

instrumento, es decir que el instrumento mida realmente lo que tenga que medir (Bolívar, 2013).

Para nuestra investigación, ambos instrumentos fueron validados por tres expertos con grado de magíster y con conocimientos sobre las variables en estudio (Ver anexo 3).

3.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Primero, se procedió con la elaboración de la base datos en Excel, con los datos recopilados después de la aplicación de ambos cuestionarios de once y trece preguntas respectivamente, y con cinco alternativas a una escala de tipo Likert (Ver anexo 7).

Segundo, se realizó el análisis de confiabilidad de los instrumentos de medición, conformado el primer cuestionario de once ítems para la variable 1 y el segundo cuestionario de trece ítems para variable 2, a los que se les aplicó el estadístico de Alfa de Cronbach por medio del programa SPSS versión 26 (Ver anexo 4).

Tercero, se procedió a realizar el baremo de niveles de medición, mediante las sumatorias de cada dimensión para luego determinar el total de cada variable, posterior a ello se estableció el valor mínimo, máximo, el rango, la categoría y la amplitud, con estos datos, se procedió a construir los intervalos de los tres niveles (bajo, medio y alto) a considerar para cada valor obtenido en la sumatoria de cada variable (Ver anexo 8).

Cuarto, se realizó el proceso estadístico descriptivo, que incluye la tabulación y los gráficos estadísticos correspondiente a la determinación de los niveles de cada variable propuesto en el objetivo específico 1 y objetivo específico 2 (Ver anexo 8).

Quinto, se realizó la prueba de normalidad a cada variable para verificar si los datos son simétricos o asimétricos, es decir si es normal o no normal, con la finalidad de determinar la

aplicación de la prueba estadística de correlación paramétrica o no paramétrica (Ver anexo 5).

Sexto, se realizó la contrastación de la hipótesis general y las hipótesis específicas, aplicando la prueba estadística no paramétrica, correlación de Spearman en el programa SPSS versión 26, para luego realizar las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron en la presente investigación (Ver anexo 6).

3.7. Ética investigativa

En el estudio de investigación se involucró diversos principios éticos vinculados al “Código de Ética de Investigación Científica” de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI 2021, el cual nos informa que los principios éticos tienen por finalidad determinar los valores éticos que orienten el trabajo de investigación donde muestre confiabilidad y seguridad de las definiciones.

Principios que rigen la actividad de la investigación

De acuerdo al Código de ética de Investigación RES 014-2021 R (2021) el principio **respeto de la persona humana** debe ser utilizado en toda investigación que se realice, ya que se debe de respetar la dignidad humana, identidad es decir si tomamos información de un autor se debe colocar o sustentar a que autor le pertenece dicha información y se debe valorar su trabajo.

En cuanto a **responsabilidad rigor científico y veracidad**, los conceptos de la investigación de cada autor deben ser respetados según las normas, y no debe ser utilizado para causar daños o para disminuir los efectos desfavorables.

Con respecto a la **justicia y el bien común**, dentro de una investigación es muy importante ya que, quién toma la información debe ser una persona honesta y razonable.

Con base a la **divulgación responsable de la investigación**, todo investigador debe indagar el funcionamiento de las normas y la integridad del estudio aclarando el beneficio de estudio y los resultados de dicha investigación.

Finalmente, el **consentimiento informado y expreso**, es muy relevante dentro de una investigación, ya que se debe contar con conceptos claros y entendibles para que las personas comprendan el uso de información para los trabajos o proyectos de investigación.

Capítulo IV: RESULTADOS

4.1 Presentación y análisis de resultados

Nivel de la Selección de Personal

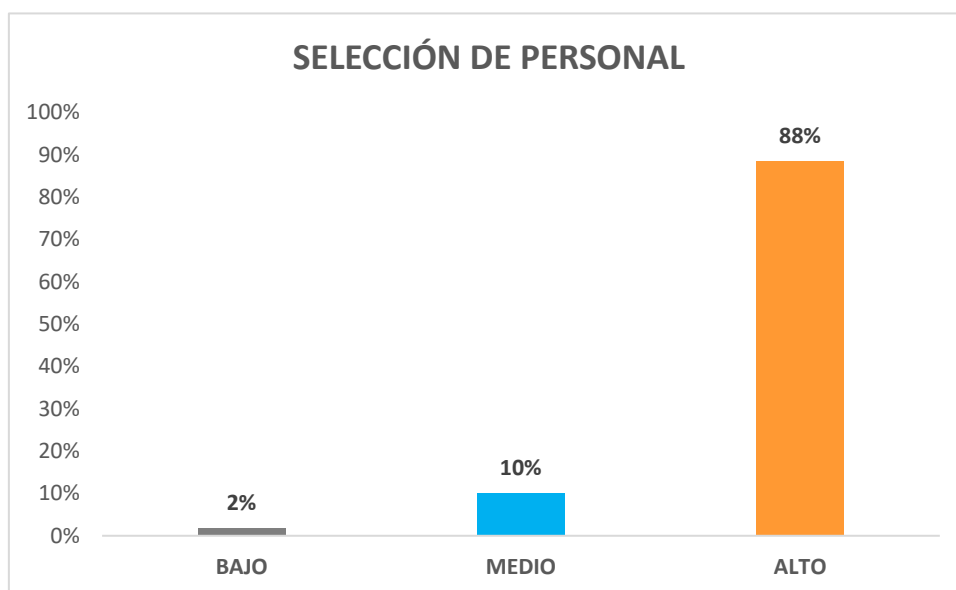
Tabla 1

Frecuencia y porcentaje de la selección de personal

Nivel	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[11-25]	1	2%
Medio	[26-40]	6	10%
Alto	[41-55]	53	88%
Total		60	100%

Figura 1

Descripción porcentual del nivel de la Selección de Personal



Interpretación: En la figura 1, observamos que el nivel predominante en la selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, es alto, con un 88% sobre el total de los encuestados, así mismo un 10% se encuentran en un nivel medio y un 2% en un nivel bajo. Estos resultados nos indican que las empresas en estudio, cuentan con debilidades mínimas en la selección de personal, ya que un 88% esta en un nivel alto, lo que significa que hay un 12% por mejorar en la selección de personal.

Nivel de la Atención al Cliente

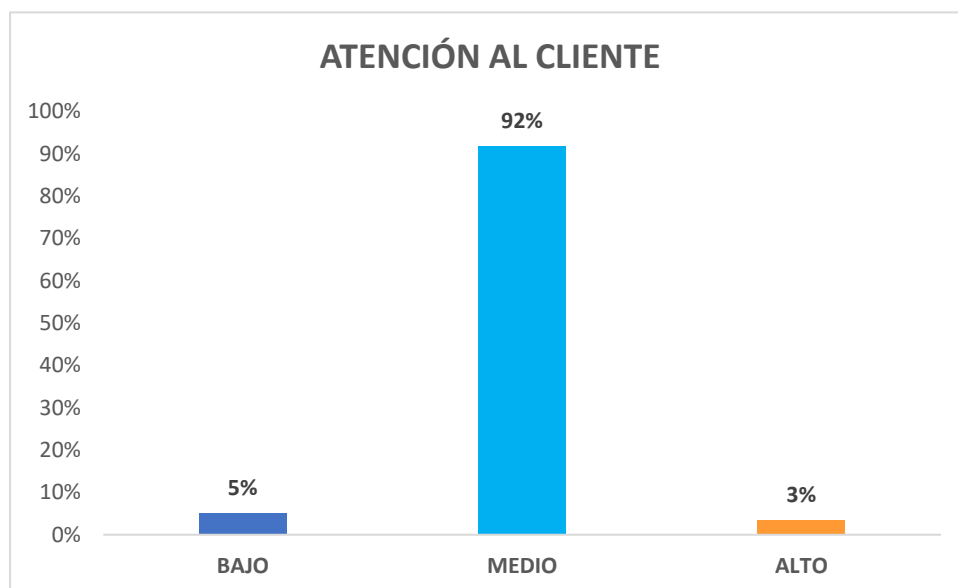
Tabla 2

Frecuencia y porcentaje de la atención al cliente

Nivel	Intervalo	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	[13-30]	3	5%
Medio	[31-48]	55	92%
Alto	[49-65]	2	3%
Total		60	100%

Figura 2

Descripción porcentual del nivel de la Atención al Cliente



Interpretación: En la figura 2 se observa que la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche Trujillo, el 92% esta en un nivel medio y el 3% en un nivel alto, estos resultados nos describen que la mayoría de las empresas no estan priorizando a la atención del cliente y estan teniendo dificultades para satisfacer a sus clientes, es decir, no cumplen con sus expectativas y perpectivas de los usuarios, es por ello que se percibe un nivel medio de porcentaje sobre esta variable. Por el contrario las empresas no le dan mucha importancia a la atencion al cliente, el cuál se ve reflejado en los resultados obtenidos en la tabla 1 y figura 1.

4.2. Prueba de hipótesis

Tabla 3

Prueba de Normalidad de datos al instrumento Selección de Personal

Kolmogorov-Smirnov			
	Estadístico	gl	Sig.
P1	0.269	60	0.000
P2	0.280	60	0.000
P3	0.351	60	0.000
P4	0.274	60	0.000
P5	0.356	60	0.000
P6	0.268	60	0.000
P7	0.344	60	0.000
P8	0.248	60	0.000
P9	0.313	60	0.000
P10	0.270	60	0.000
P11	0.265	60	0.000

Tabla 4

Kolmogorov-Smirnov			
	Estadístico	gl	Sig.
Selección de Personal	0.230	60	0.000

Nota: Para datos mayores a cincuenta, se utiliza la prueba de Kolmogorov Smirnov y para menores a cincuenta, consideramos Shapiro Wilk; en este caso se consideró el estadístico de Kolmogorov Smirnov, donde apreciamos para todas las variables tienen una significancia menor a 0.05, lo cual nos indica que, los datos analizados corresponden a una distribución no normal, y se utilizará un estadístico no paramétrico, como la correlación de Rho de Spearman.

Tabla 5*Prueba de Normalidad de datos al instrumento Atención al Cliente*

Kolmogorov-Smirnov			
	Estadístico	gl	Sig.
P1	0.278	60	0.000
P2	0.286	60	0.000
P3	0.336	60	0.000
P4	0.243	60	0.000
P5	0.262	60	0.000
P6	0.300	60	0.000
P7	0.348	60	0.000
P8	0.317	60	0.000
P9	0.300	60	0.000
P10	0.274	60	0.000
P11	0.283	60	0.000
P12	0.273	60	0.000
P13	0.261	60	0.000

Tabla 6

Kolmogorov-Smirnov			
	Estadístico	gl	Sig.
Atención al Cliente	0.199	60	0.000

Nota: Para datos mayores a cincuenta, se utiliza la prueba de Kolmogorov Smirnov y para menores a cincuenta, consideramos Shapiro Wilk; en este caso se consideró el estadístico de Kolmogorov Smirnov, donde apreciamos para todas las variables tienen una significancia menor a 0.05, lo cual nos indica que, los datos analizados corresponden a una distribución no normal, y se utilizará un estadístico no paramétrico, como la correlación de Rho de Spearman.

Relación entre la Selección de Personal y la Atención al Cliente

Para determinar la relación se planteó la siguiente hipótesis:

H_i: Existe relación significativa entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

H₀: No existe relación significativa entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Nivel de la significancia $\alpha = 0.05$ o 5%

Si p-valor > Alfa = Aceptamos H₀ ; Si p-valor < Alfa= Rechazamos H₀ y aceptamos H_i

Tabla 7

Prueba de hipótesis

			Selección de Personal	Atención al Cliente
Rho de Spearman	Selección de Personal	Coeficiente de correlación	1.000	0,754
		Sig. (bilateral)		0.000
	Atención al Cliente	N	60	60
		Coeficiente de correlación	0,754	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

Interpretación: En la tabla 7 se observa que la correlación de Spearman tiene un p-valor de 0,000 menor a la significancia 0,05 planteada por la investigadora, este resultado nos indica que aceptamos la H_i y rechazamos la H₀, y afirmamos que existe relación significativa entre la variable selección de personal y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, así mismo presenta un coeficiente de correlación de 0,754, que según (Hernández y otros, 2014) este valor representa una correlación positiva alta, este resultado se expresa que si la selección de personal mejora, la atención al cliente también mejorará en el mismo grado y sentido del coeficiente resultante.

Relación entre el Reclutamiento y la Atención al Cliente

Para determinar la relación se planteó la siguiente hipótesis:

H_i: Existe relación significativa entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

H₀: No existe relación significativa entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Nivel de la significancia $\alpha = 0.05$ o 5%

Si p-valor > Alfa = Aceptamos H₀ ; Si p-valor < Alfa= Rechazamos H₀ y aceptamos H_i

Tabla 8

Prueba de hipótesis

		Reclutamiento	Atención al Cliente
Rho de Spearman	Reclutamiento	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0,506
	Atención al Cliente	N	60
		Coefficiente de correlación	0,506
	Sig. (bilateral)	1.000	
	N	60	

Interpretación: En la tabla 8 se observa que la correlación de Spearman tiene un p-valor de 0,000 menor a la significancia 0,05 planteada por la investigadora, este resultado nos indica que aceptamos la H_i y rechazamos la H₀, y afirmamos que existe relación significativa entre la dimensión reclutamiento y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, así mismo presenta un coeficiente de correlación de 0,506, que según (Hernández y otros, 2014) este valor representa una correlación positiva media, este resultado se expresa que si el reclutamiento mejora, la atención al cliente también mejorará en el mismo grado y sentido del coeficiente resultante.

Relación entre las Técnicas de Selección y la Atención al Cliente

Para determinar la relación se planteó la siguiente hipótesis:

H_i: Existe relación significativa entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

H₀: No existe relación significativa entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Nivel de la significancia $\alpha = 0.05$ o 5%

Si p-valor > Alfa = Aceptamos H₀ ; Si p-valor < Alfa= Rechazamos H₀ y aceptamos H_i

Tabla 9

Prueba de hipótesis

			Técnicas de Selección	Atención al Cliente
Rho de Spearman	Técnicas de Selección	Coefficiente de correlación	1.000	0,533
		Sig. (bilateral)		0.000
	Atención al Cliente	N	60	60
		Coefficiente de correlación	0,533	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

Interpretación: En la tabla 9 se observa que la correlación de Spearman tiene un p-valor de 0,000 menor a la significancia 0,05 planteada por la investigadora, este resultado nos indica que aceptamos la H_i y rechazamos la H₀, y afirmamos que existe relación significativa entre la dimensión técnicas de selección y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, así mismo presenta un coeficiente de correlación de 0,533, que según (Hernández y otros, 2014) este valor representa una correlación positiva media, este resultado se expresa que si las técnicas de selección mejoran, la atención al cliente también mejorará en el mismo grado y sentido del coeficiente resultante.

Relación entre el Conocimiento y la Atención al Cliente

Para determinar la relación se planteó la siguiente hipótesis:

H_i: Existe relación significativa entre el conocimiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

H₀: No existe relación significativa entre el conocimiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Nivel de la significancia $\alpha = 0.05$ o 5%

Si p-valor > Alfa = Aceptamos H₀ ; Si p-valor < Alfa= Rechazamos H₀ y aceptamos H_i

Tabla 10

Prueba de hipótesis

		Conocimiento	Atención al Cliente
Rho de Spearman	Conocimiento	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0,329
	Atención al Cliente	N	60
		Coefficiente de correlación	0,329
	Sig. (bilateral)	0.010	
	N	60	

Interpretación: En la tabla 10 se observa que la correlación de Spearman tiene un p-valor de 0,010 menor a la significancia 0,05 planteada por la investigadora, este resultado nos indica que aceptamos la H_i y rechazamos la H₀, y afirmamos que existe relación significativa entre la dimensión conocimiento y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, así mismo presenta un coeficiente de correlación de 0,329, que según (Hernández y otros, 2014) este valor representa una correlación positiva débil, este resultado se expresa que si el conocimiento mejora, la atención al cliente también mejorará en el mismo grado y sentido del coeficiente resultante.

Relación entre la Incorporación y la Atención al Cliente

Para determinar la relación se planteó la siguiente hipótesis:

H_i: Existe relación significativa entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

H₀: No existe relación significativa entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Nivel de la significancia $\alpha = 0.05$ o 5%

Si p-valor > Alfa = Aceptamos H₀ ; Si p-valor < Alfa= Rechazamos H₀ y aceptamos H_i

Tabla 11

Prueba de hipótesis

		Incorporación	Atención al Cliente
Rho de Spearman	Incorporación	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0,397
	Atención al Cliente	N	60
		Coefficiente de correlación	0,397
	Sig. (bilateral)	1.000	
	N	60	

Interpretación: En la tabla 11 se observa que la correlación de Spearman tiene un p-valor de 0,002 menor a la significancia 0,05 planteada por la investigadora, este resultado nos indica que aceptamos la H_i y rechazamos la H₀, y afirmamos que existe relación significativa entre la dimensión incorporación y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, así mismo presenta un coeficiente de correlación de 0,397, que según (Hernández y otros, 2014) este valor representa una correlación positiva débil, este resultado se expresa que si la incorporación mejora, la atención al cliente también mejorará en el mismo grado y sentido del coeficiente resultante.

4.3 Discusión de resultados

Respecto al objetivo general, determinar la relación entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Para alcanzar el objetivo general, se tuvo que realizar el análisis sobre la distribución de los datos obtenidos a través del cuestionario aplicado en ambas variables, para lo cual se utilizó el estadístico de Kolmogorov Smirnov, obteniendo como resultado que los datos se ajustan a una distribución no normal, esto significa aplicar la correlación de Rho de Spearman para prueba de estadístico no paramétrico. El resultado alcanzado demuestra un p-valor de 0,000 menor a 0,05 con un coeficiente de Rho de Spearman = 0,754, estos datos indican que existe relación positiva significativa alta, entre la variable selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, (Ver tabla 7). Según (Alles, 2006) es el proceso mediante el cual se elige o selecciona al personal en particular, de acuerdo a los criterios establecidos por la organización, eligiéndose el perfil que se requiere y con la posibilidad de poder satisfacer las expectativas del personal que lo solicite. (Fernández, 2016) explica que la contratación de personal está orientado a los procesos que implican la selección de los candidatos y luego nombrar al más adecuado, teniendo en cuenta las necesidades y requisitos del puesto de trabajo, además que se encuentren encaminados en la búsqueda del personal con calificaciones, habilidades y competencias que deben poseer los candidatos a ser seleccionados y contratados. Según (Ariza & Ariza, 2015) la atención al cliente son actividades o acciones en el cual la organización conoce o entabla una relación con sus clientes potenciales durante el proceso de compra de un producto, con la finalidad de lograr en el cliente una alta satisfacción. Por otro lado, la empresa debe enfocarse en crear un vínculo entre el personal de atención al cliente y el consumidor, con la finalidad de conocer el comportamiento del cliente e identificar lo que busca, para establecer una relación, donde sus reclamos o insatisfacciones sean absueltas, generando en él la máxima satisfacción. Al respecto la selección de personal y la atención al cliente, se encuentran relacionadas desde el contraste doctrinario de sus definiciones, ello se ve reflejado en los resultados obtenidos en nuestra hipótesis general, demostrando que existe una relación positiva significativa de grado alto entre ambas variables, esto significa que si mejoramos la selección de personal, nuestra atención al cliente también mejorará, como lo demuestra (García & Villar, 2021) donde menciona un grado de relación moderado positivo entre la variable proceso de selección de personal y la variable desempeño de los trabajadores, con

un coeficiente de correlación de Rho de Spearman $r=0.610$, esto nos indica que, si realizamos un mejor proceso de selección de personal, la empresa obtendrá un mejor desempeño de sus trabajadores. Así mismo (Angeles, 2022) explica que existe relación significativa entre la variable atención al cliente y calidad de servicio con un coeficiente de Spearman $Rho=0,492$ que indica un grado de relación moderado, esto indica, en la manera que la atención del cliente mejora, la calidad del servicio también mejorará. Para (Rivera, 2019) en su estudio indica que la empresa debido al inadecuado cumplimiento del proceso de reclutamiento y la selección del personal, afecta negativamente en la calidad de servicio en los clientes y en la productividad de la empresa. Finalmente (Arica & Flores, 2018) sostienen que de acuerdo al procedimiento estadístico en la prueba de chi cuadrado X^2 aplicado a las variables, se logró obtener una significancia de 0,000, lo que indica que, el servicio de atención del personal influye en la satisfacción de los clientes.

Respecto al objetivo específico 1, establecer el nivel de la selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

En la figura 1, observamos que el nivel predominante en la selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, es Alto, con un 88% sobre el total de los encuestados, así mismo un 10% mantienen un nivel Medio y un 2% en un nivel Bajo. Estos resultados nos indican que las empresas en estudio, cuentan con debilidades en la selección de su personal, es por ello que solo un 88% está en un nivel alto, lo que significa que hay un 12% por mejorar en la selección de personal. De acuerdo al análisis de datos obtenidos sobre la selección de personal, esta variable se fundamenta en procedimientos que se basan en el reclutamiento, las técnicas de selección, evaluación del conocimiento y la incorporación del personal, todas estas dimensiones en su conjunto juegan un papel importante a la hora de elegir el candidato adecuado que requiere la empresa, permitiéndonos seguir un proceso selectivo y organizado, el cual nos permite evaluar, las habilidades y competencias finales del postulante, esto se contrasta con (Fernández, 2016) donde menciona que, son procesos que implican la selección de los candidatos para luego nombrar al más adecuado, teniendo en cuenta las necesidades y requisitos del puesto de trabajo. Es vital realizar un análisis del puesto de trabajo al hacer la selección de los candidatos, esto ayudará a identificar qué calificaciones, habilidades y competencias deben poseer los candidatos para ser seleccionados. Del mismo modo (Ayala, 2004) menciona que toda organización para su

correcto funcionamiento y un desempeño eficiente debe de contar con el personal idóneo y en los puestos adecuados, propiamente dicho el personal viene a ser el activo que más importa en una organización y para ello debe contar con el recurso humano de alta calidad, esto se resume en la correcta selección del personal. En la misma línea (Reinoso, 2020) describe que la selección de personal es fundamental y pieza clave en la gestión de recursos humanos, cuyo resultado nos brinda el personal apto para alcanzar las metas y objetivos planteados por la empresa, y al personal idóneo a cada puesto que requiere la organización.

Respecto al objetivo específico 2, establecer el nivel de la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

En la figura 2 se observa que la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche Trujillo, el 92% esta en un nivel medio, el 5% en un nivel bajo y el 3% en un nivel alto, estos resultados nos describen que la mayoría de las empresas encuestadas, no consolidan en brindar una buena atención, desde generar mayores expectativas, perspectivas y menos quejas en sus clientes, es por ello que se percibe un alto porcentaje en el nivel medio sobre esta variable, generando insatisfacción en sus clientes. Por el contrario las empresas en estudio no le dan mucha importancia a la atención al cliente, esto se ve reflejado en los resultados obtenidos, lo que nos indica que en su mayoría solo se enfocan en dar salida a sus productos y no en establecer una relación o vínculo con sus clientes, más aún, con aquellos que podrian ser considerados como clientes potenciales, esta deficiencia conlleva a una inestabilidad en la empresa, creando carencias en sus expectativas, perspectivas y aumentando las quejas en los clientes, esto se contrasta con (Kotler & Keller, 2006) donde menciona que en principio la atención al cliente se estructura en tres dimensiones, las cuales vienen a ser, las expectativas, que son experiencias de sucesos o hechos vividos por los clientes, la percepción, es aquel modelo de imagen de un alto significado que genera el cliente a través del entorno que lo rodea y atrae una estimulación de alto valor, y la queja, que se encuentra relacionado con la insatisfacción que el cliente obtiene al no cubrir sus expectativas y percepciones deseadas. Así mismo (Ariza & Ariza, 2015) donde explica que la atención al cliente son actividades o acciones en el cual la organización conoce o entabla una relación con sus clientes potenciales durante el proceso de compra de un producto, con la finalidad de lograr en el cliente una alta satisfacción. Por otro lado, la empresa debe enfocarse en crear un vínculo entre el personal de atención al cliente y el consumidor, con

la finalidad de conocer el comportamiento del cliente e identificar lo que busca, para establecer una relación, donde sus reclamos o insatisfacciones sean absueltas, generando en él la máxima satisfacción. Así mismo (Andavira Editora, 2015) describe a la atención al cliente como un mecanismo de estrategia para dar salida a los productos, a través de un trato especial al cliente, con el objetivo de alcanzar el éxito de la empresa, para ello también se debe considerar algunos elementos importantes como, la calidad del producto, el precio y la atención brindado por parte del personal a cargo, esto permitirá al consumidor que retorne y posteriormente nos recomiende entre sus familiares y amistades. Por otro lado, la empresa deberá tener presente que la recomendación de “boca a boca” es muy importante para la empresa, siempre y cuando estos sean positivos, por consiguiente, es necesario que la empresa cuente con el personal calificado, cuya formación y motivación se encuentren destinados a alcanzar la máxima satisfacción en el usuario consumidor.

Respecto al objetivo específico 3, determinar la relación entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Para alcanzar el objetivo específico 3, se realizó la prueba de normalidad con el estadístico de Kolmogorov Smirnov (para muestras mayores a cincuenta), con la finalidad de conocer la distribución de los datos, resultando una distribución no normal, para lo cual se aplicó el estadístico no paramétrico de correlación de Spearman. El resultado indica que existe relación entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, con un p-valor de 0,000 menor a 0,05 y un coeficiente de correlación de 0,506 que representa una correlación positiva media (Ver tabla 8). Al respecto (Chiavenato, 2011) el autor explica que el reclutamiento viene a ser aquellos procedimientos y técnicas, que consisten en captar nuevos candidatos calificados y capacitados para cubrir el puesto solicitado por la organización, es así que, un reclutamiento eficaz, determinará el personal adecuado para la organización. Del mismo modo se contrasta con (De La Cruz, 2018) que comenta que los procesos de reclutamiento y selección se consideran indispensables para conducir al crecimiento y progreso efectivo de la organización. Para implementar varios tipos de tareas y actividades organizativas de manera apropiada, es vital asegurarse que los candidatos correctos se seleccionen en los puestos correctos en el momento adecuado. Además, los candidatos deben poseer los conocimientos, competencias y habilidades esenciales. Por lo tanto, cuando las tareas y actividades se llevan a cabo dentro de la

organización, es vital asegurarse que los miembros conozcan bien los métodos y enfoques necesarios para llevar a cabo varias tareas y actividades de manera adecuada. El prestigio de la organización depende en gran medida de la eficiencia de los recursos humanos. Finalmente (García & Villar, 2021) en su estudio realizado indica que con un p-valor 0,001 y un coeficiente de correlación Spearman de $\rho=0,596$, determina relación directa moderada entre la variable reclutamiento y la variable desempeño de sus trabajadores en la organización, asumiendo que, si aumenta la dimensión reclutamiento, también aumentara la variable desempeño, según el grado de correlación y dirección determinada en la prueba.

Respecto al objetivo específico 4, determinar la relación entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Se procedió previamente a determinar la distribución de los datos, para ello se hizo la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov, obteniendo que los datos analizados tienen una distribución no paramétrica, para ello aplicamos la correlación de Spearman para datos no paramétricos. El resultado muestra un p-valor de 0,000 menor a 0,05 y un coeficiente de correlación de 0,533 que indica que existe una relación positiva media entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo (Ver tabla 9). Según (Chiavenato, 2011) son estrategias que la empresa recurre para la obtención de información referente a los candidatos o postulantes a una vacante laboral, con la intención de comparar dicha información con los requisitos que solicita la empresa para un puesto laboral. Estas estrategias que el autor las denomina técnicas de selección, son realizadas mediante la revisión del curriculum vitae, la entrevista, evaluación del conocimiento, prueba psicológica y la técnica de simulación, cuya relación está directamente orientada a elegir el mejor predictor, un indicador que evalúa el comportamiento, las habilidades y capacidades del postulante, para encaminar estos resultados hacia los objetivos que dicha técnica establece. También para (Mondy, 2010) establece que en el ámbito de la selección del personal, existen limitantes dentro de los mecanismos que permiten elegir al postulante idóneo para la empresa, este precedente ha llevado a muchas empresas a optar por otras pruebas que permitan evaluar al personal, ante ello el autor considera a las técnicas de selección como pruebas que facilitan identificar aquellas habilidades, aptitudes, motivaciones y ciertamente la personalidad del postulante, tales evaluaciones permitirán a la empresa, optar por el candidato más adecuado al puesto solicitado. Es así que se contrasta

con (García & Villar, 2021) en su estudio realizado obtiene un p-valor 0,001 y un coeficiente de correlación Spearman de $\rho=0,658$ y determina que existe relación significativa directa moderada entre las técnicas y el desempeño de sus trabajadores en la empresa en estudio, lo que significa que, si aumenta la dimensión técnica, también aumentará la variable desempeño, de acuerdo al grado de correlación y la dirección obtenida en la prueba.

Respecto al objetivo específico 5, determinar la relación entre el conocimiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

Al igual que los objetivos previos se procedió a evaluar la distribución de los datos de la dimensión conocimiento y atención al cliente, para ello se consideró el estadístico de Kolmogorov Smirnov, y se aplicó la correlación de Spearman para pruebas no paramétricas. El resultado indica que existe relación entre el conocimiento y atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, con un p-valor de 0,010 menor a 0,05 y un coeficiente de correlación de 0,329 que representa una correlación positiva débil (Ver tabla 10). De acuerdo con (Chiavenato, 2011) las pruebas de conocimiento, son procedimientos que sirven para medir el conocimiento y aquellas habilidades que haya obtenido el postulante de los estudios realizados en conjunto con la práctica o ejercicios desarrollados en el proceso de su aprendizaje, además de evaluar el conocimiento técnico o profesional del candidato para el puesto que lo exige, vinculado con las capacidades y habilidades que el postulante presenta. Dicho sea de paso, estas pruebas se pueden dar de forma oral, verbalmente conformada por preguntas y respuestas, escrita, evaluación escrita de preguntas y respuestas, y de realización, mediante actividades como tareas o trabajos que se ejecutan en un tiempo determinado. Así mismo (Fernández, 2016) menciona que se debe tener en cuenta, las calificaciones educativas, competencias, aptitud, rasgos de personalidad, experiencia, requisitos laborales, etc. Los candidatos deben pasar por varias rondas de entrevistas y, en algunos casos, es posible que incluso tengan que realizar otros métodos, como pruebas escritas, discusiones en grupo, etc., antes de ser finalmente seleccionados. Cuando se selecciona a los candidatos, uno de los factores importantes que deben tenerse en cuenta es que pueden llevar a cabo sus tareas laborales de acuerdo con las expectativas de sus empleadores. Esto se contrasta con (Herrera y otros, 2019) donde menciona que la empresa no lleva un proceso de selección apropiado, además la empresa no establece una estrategia para evaluar la capacidad y el conocimiento del personal idóneo, así mismo no realizan un

proceso de entrevista final, lo que conlleva estas debilidades a una selección de personal ineficiente para la organización. Finalmente (Rivera, 2019) explica en su estudio, que la empresa contrata personal que no cumple con el perfil adecuado al puesto laboral, debido al inadecuado cumplimiento del proceso de reclutamiento y la selección del personal, generando negativamente en la calidad de servicio en los clientes y en la productividad de la empresa.

Respecto al objetivo específico 6, determinar la relación entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.

De igual manera que los objetivos anteriores previamente se hizo una evaluación sobre la distribución de los datos de la dimensión incorporación y atención al cliente, para ello se consideró el estadístico de Kolmogorov Smirnov, y se aplicó la correlación de Spearman para pruebas no paramétricas. El resultado indica que existe relación positiva significativa entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, con un p-valor de 0,002 menor a 0,05 y un coeficiente de correlación de 0,397 que representa una correlación positiva débil (Ver tabla 11). Al respecto (Vallejo, 2015), explica que la incorporación es el siguiente paso a la selección del personal, cuyo objetivo es el ingreso al nuevo personal en la empresa, donde se definen sus funciones y delegaciones del cargo que desempeñará. En la misma base teórica (Ayala, 2004) argumenta que la incorporación viene a ser aquel proceso mediante el cual, el nuevo trabajador se integra a la empresa, asignándole el puesto y las funciones que realizará de acuerdo al contrato establecido. Dentro de este proceso el nuevo colaborador es presentado a su jefe de área y a sus demás compañeros de labores, de esta manera se hace propicio la entrega de los equipos de trabajo, el material y la ubicación de su puesto de labor, donde desempeñará durante la permanencia de su contrato. Del mismo modo (Chiavenato, 2001) agrega que después de realizado el reclutamiento y selección del personal, estos deben ser integrados a la organización, para ser dirigidos y encaminados hacia sus cargos y evaluados de acuerdo a su desempeño. En la misma línea el autor menciona al proceso de incorporación, como el proceso de aplicación de personas, cuyo fin es la integración de nuevos trabajadores para la empresa, el diseño y evaluación del cargo. Finalmente (García & Villar, 2021) demuestran en su investigación realizada, que con un p-valor 0,001 y un coeficiente de correlación de Spearman de $\rho=0,750$, determina que

existe relación significativa directa alta entre la incorporación y el desempeño de sus trabajadores en la empresa en estudio.

Capítulo V: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

5.1 Conclusiones

- Se determinó que existe correlación positiva alta entre la variable selección de personal y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, con un p-valor de 0,000 menor a la significancia 0,05 y un coeficiente de correlación de Rho de Spearman=0,754, demostrando que, si la selección de personal se mejora, entonces la atención al cliente también mejorará en el mismo grado y dirección.
- Se estableció que el nivel predominante en la selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, es Alto, con un 88% sobre el total de los encuestados, sosteniendo que existe todavía un 12% por mejorar en la selección de personal en las empresas en estudio.
- Se estableció que el nivel predominante en la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, es Medio, con un 92% sobre el total de los encuestados, sosteniendo que existe todavía un remanente del 5% por mejorar la atención al cliente en las empresas en estudio.
- Se determinó que existe correlación positiva media entre la dimensión reclutamiento y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, con un p-valor de 0,000 menor a la significancia 0,05 y un coeficiente Rho de Spearman=0,506.
- Se determinó que existe correlación positiva débil entre la dimensión técnicas de selección y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, con un p-valor de 0,000 menor a la significancia 0,05 y un coeficiente Rho de Spearman=0,533.
- Se determinó que existe correlación positiva débil entre la dimensión conocimiento y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, con

un p-valor de 0,010 menor a la significancia 0,05 y un coeficiente Rho de Spearman=0,329.

- Se determinó que existe correlación entre la dimensión incorporación y la variable atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo, con un p-valor de 0,002 menor a la significancia 0,05 y un coeficiente Rho de Spearman=0,397.

5.2 Sugerencias

- Visto la correlación positiva que existe entre la selección de personal y la atención al cliente, se sugiere a las boticas dentro del ámbito en estudio, hacer énfasis y dar prioridad al proceso de selección de su personal, para obtener los mejores candidatos que encaminen al logro de los objetivos, y que ello se verá reflejado en los resultados en la atención del cliente dentro de las boticas.
- Según el análisis para la determinación del nivel de selección de personal y nivel de atención al cliente dentro de las boticas en estudio, se evidenció que cuentan con un porcentaje de debilidades significativos en ambos casos, por lo que se sugiere hacer un análisis respectivo en sus unidades económicas, para poder tomar las correcciones pertinentes, que ayuden a mejorar la selección de personal y la atención al cliente en sus empresas.
- Finalmente, el estudio realizado sobre estas variables como la selección de personal y la atención al cliente dentro de estas unidades económicas, son elementos clave para su desarrollo y la determinación de mantenerse en competencia dentro de un mercado exigente como lo es hoy en día, lo que me lleva a sugerir a estas empresas, a tomar esta investigación como un precedente para evaluar cuan fiable y exitoso podría ser, llevar a cabo una correcta selección de personal y emerger en una atención al cliente, que generen satisfacción en beneficio de sus clientes y de las propias boticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alles, M. A. (2006). *Selección por Competencias*. Buenos Aires: Editorial Granica.
- Alvarado, S. F., & Angulo, P. A. (2019). *Las micro y pequeñas empresas, su influencia en el crecimiento de la producción y el empleo en la Provincia Pasco 2010-2018*. Cerro de Pasco: Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión.
- Andavira Editora. (05 de Marzo de 2015). Información y atención al cliente/consumidor/usuario. 18.
- Angeles, A. L. (2022). *Atención al cliente y calidad de servicio en farmacia oncológica en un hospital policial de Lima, 2022*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Araujo, V. M., & Caballero, V. D. (2019). *Selección y compromiso organizacional del personal operativo de la empresa Hortifrut*. Trujillo : Universidad Cesar Vallejo.
- Arias, G. J., Holgado, T. J., Tafur, P. T., & Vasquez, P. M. (2022). *Metodología de la investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis*. Puno: 1ª edición, Libro electrónico disponible en <https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>.
- Arica, R. M., & Flores, L. F. (2018). “*El servicio de atención del personal y su influencia en la satisfacción de los clientes de farmacia del hospital regional docente de Trujillo primer semestre 2018*”. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo .
- Ariza, R. F., & Ariza, R. J. (2015). *Informacion y Atencion al Cliente*.
- Ayala, V. S. (2004). *Administración de Recursos Humanos*. Tarapoto - San Martin: Primera edición.
- Basurto, G. R., & Yoza, R. N. (2022). Gestión del talento humano y su influencia en la contratación del personal. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas, 15, No. 6, Mes: Junio, 2022*,(ISSN: 2306-2495), Pág. 128-141. <https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/1088>
- Bolívar, R. C. (2013). *Instrumentos y Técnicas de Investigación Educativa* (Tercera Edición ed.). DANAGA Training and Consulting.
- Cárdenas, M. J., & Chota, A. M. (2019). *La atención al cliente y su influencia en la fidelización de los clientes en la Sede Central de la Farmacia San José, en el distrito de Tarapoto, año 2017*. Tarapoto: Universidad Nacional de San Martín.
- Carrasco, D. S. (2005). *Metologia de la investigacion cienfica*. 1ª Edicion San Marcos.
- Castro, H. V. (2018). *gestión de calidad en el proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector industria - rubro elaboración de productos de panadería, casco urbano, Distrito de Chimbote. 2016*. Chimbote: universidad catolica los angeles de chimbote Uladech.

- Chiavenato. (2001). *Administración de Recursos Humanos*. Colombia: Quinta Edición.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. México: Editorial Mexicana.
- (2021). *Código de ética de Investigación RES 014-2021 R*. Trujillo: la Universidad Católica de Trujillo-Benedicto XVI.
- Comexperú . (2021). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados 2021*. COMEXPERÚ. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articulos/reportes/reporte-comexperu-001.pdf>
- De La Cruz, S. M. (2018). *selección de personal y su influencia en el desempeño de los colaboradores en la empresa virgo contratistas generales E.I.R.L de la ciudad de Trujillo, 1º trimestre del año 2018*. Trujillo: Unversidad Privada Antenor Orrego.
- Espinosa, J. A. (2015). *Reclutamiento: selección, contratación e inducción del personal*. España: 4a. ed Editorial El Manual Moderno.
- Fernández, L. F. (2016). *Contratación Laboral*. España: Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/44207?page=1>
- Fernandez, S. C. (2019). *Atencion al Cliente en el proceso comercial UF0349*. (E. P. S.A, Ed.) Madrid-España: Segunda Edicion. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LjehDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=ATENCION+AL+CLIENTE+PDF+&ots=-evsWChBvM&sig=y5NmR7f7fSz9ARNkkOByjhoxMV0#v=onepage&q&f=false>
- García, J. C., & Villar, C. G. (2021). *Evaluación del proceso de selección de personal y desempeño de los trabajadores de la empresa Grupo Mundo S.A.C., Trujillo, 2021*. Trujillo: universidad Cesar vallejo.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. M. (2014). *metodologia de la investigación*. Mexico: sexta edición.
- Herrera, G. F., Fernández Arias, D. M., & Acevedo Salcedo, L. (2019). *propuesta para el mejoramiento del proceso de seleccion y contratacion de personal en la empresa Verau veritas de la ciudad de Barrancabermeja Santander, Colombia*. Colombia: universidad cooperativa de Colombia.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing* (Decimoquinta edición ed.). Mexico: Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana.
- Mateos, d. P. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO*. (1. edicion, Ed.) España-Malaga: ic-editorial c/cueva de viera, 2, local 3 centro negocios CADI. <https://doi.org/ISBN-978-84-9198-7246>
- Mauricio, Y. C. (2022). *Selección de personal y desempeño laboral en la empresa Grapas, Ate*. Universidad Cesar Vallejo . Lima: .

- Meléndez, L. F. (2020). *La micro, pequeñas y medianas empresas como factor importante en el desarrollo de la economía peruana, periodo 2010-2015*. Universidad Nacional Jose Faustino Sánchez Carrión.
- Mestanza, S. C. (2022). *Atención al cliente y su fidelización en una entidad bancaria Piura, 2022*. Piura: Universidad Cesar Vallejo.
- Ministro de la Producción. (2017). *Estudio de la Situación Actual de las Empresas Peruanas*. San Isidro, Lima, Perú: Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2017 - 06706. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/299953/d29294_opt.pdf
- Mondy, W. (2010). *Administración de recursos humanos*. (Decimoprimer edición ed.). (A. d. humanos., Ed.) Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Ñaupas, P. H., Mejía, M., Novoa, R. I., & Alberto, V. P. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: 4a. Edición. Bogotá: Ediciones de la U,.
- Palma, H. H. (enero-junio de 2011). La gestión empresarial, un enfoque del siglo XX, desde las teorías administrativas científica, funcional, burocrática y de relaciones humanas. *Escenarios*, 9(1), 38-51. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3875234>
- Regalado, H. R. (2015). *Las PYMES en Latinoamérica*. España: B - EUMED.
- Reinoso, O. L. (2020). *Procedimiento para la gestión del proceso de reclutamiento y selección del personal en la Empresa Provincial de la Industria Alimentaria de Pinar del Río*. Cuba: UNIVERSIDAD DE PINAR DEL RÍO.
- Rivera, G. L. (2019). Reclutamiento y selección del personal empresarial. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento De La investigación Y publicación En Ciencias Administrativas, Económicas Y Contables)*, 58-71.
- Rondoy, G. L. (2020). *gestion de calidad en la contratacion de personal en la empresa casa "construccion y administracion" Talara-2019*. Piura : universidad nacional de Piura.
- Salinas, Rodriguez, J. M., & Malpartida; Gutierrez, J. (diciembre de 2020). Evolución del proceso de reclutamiento de personal en las empresas latinoamericanas. *Alpha Centauri*, 1(ISSN: 2709-4502), 26-43. <https://doi.org/https://doi.org/10.47422/ac.v1i3.17>
- Soledad, C. F. (2019). *Atencion al Cliente en el Proceso Comercial* (2ª Edición ed.). España : Ediciones Paraninfo S.A. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LjehDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+libros&ots=-euA0IdAxQ&sig=thNrtaCbaCJrgf7nH5zgwPFOahA#v=onepage&q&f=false>

- Ugarte, Pentón, V., Rubio, Barrón, B., Samano, & Ruiz, A. A. (juli-diciembre de 2019). Factores que influyen en la contratación de personal en empresas del área metropolitana de Monterrey. *Vinculatégica Efan*, 2(5), 1267-1278. http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/vinculategica_5_2/A.41.pdf
- Vallejo, C. L. (2015). *Gestión del Talento Humano*. Ecuador: La Caracola Editores.
- Werther, W., & Davis, K. (2008). *Administración de Recursos Humanos* (Sexta Edición ed.). Mexico : McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

ANEXOS

Anexo 1: Instrumentos de recolección de la información



CUESTIONARIO N° 1: SELECCIÓN DE PERSONAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS BOTICAS DE LA AVENIDA MANSICHE, TRUJILLO.

(Hecho por: Br. Irma Consuelo Cruzado Horna)

ESTIMADO USUARIO:

El presente cuestionario forma parte de una investigación académica, siendo la única finalidad obtener datos importantes para la investigación. La información es confidencial y reservada. Por los que anticipo mi reconocimiento.

INSTRUCCIÓN.

Sírvase a leer las siguientes expresiones y responder de manera veraz, seleccionando la respuesta que considere conveniente para usted, el cuestionario cuenta con un total de 11 ítems, los cuales son mostrados a continuación.

La escala de valoración será la de Likert: (1) Nunca, (2) La mayoría de veces no, (3) Algunas veces si y algunas veces no, (4) La mayoría de las veces si, (5) Siempre.

N°	ASPECTOS EVALUADOS	1	2	3	4	5
SELECCIÓN DE PERSONAL						
Reclutamiento						
		1	2	3	4	5
1	¿Cómo personal que labora en la empresa, usted cree que los colaboradores de la botica son reclutados de manera interna?					
2	¿Cómo trabajador de la empresa, usted cree que las vacantes laborales de la botica son publicadas en redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp)?					
3	¿Cómo trabajador que labora en la empresa, usted cree que las ofertas laborales de la botica son publicadas en carteles o anuncios (se busca personal)?					

Técnicas de selección		1	2	3	4	5
4	¿Usted cree que se evalúa el currículum vitae para la selección del personal de la botica?					
5	¿Usted cree que para la selección del personal de la botica se aplica la entrevista personal?					
6	¿Usted cree que se utiliza la técnica de simulación (acontecimiento o papel que desempeñará) en la selección del personal de la botica?					
7	¿Al término de la selección del personal, usted cree que verifican los resultados obtenidos del ganador?					

Conocimiento		1	2	3	4	5
8	¿En la selección del personal de la botica, usted cree que se realiza a través de una prueba de capacidad?					
9	¿Usted cree que se evalúa la experiencia laboral en la selección del personal de la botica?					

Incorporación		1	2	3	4	5
10	¿Usted cree que se lleva a cabo la socialización del nuevo personal dentro de la botica?					
11	¿Usted cree que la botica realiza actividades de inducción para la integración del nuevo personal?					

Gracias



UCT

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO

CUESTIONARIO N° 2: SELECCIÓN DE PERSONAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS BOTICAS DE LA AVENIDA MANSICHE, TRUJILLO.

(Hecho por: Br. Irma Consuelo Cruzado Horna)

ESTIMADO USUARIO:

El presente cuestionario forma parte de una investigación académica, siendo la única finalidad obtener datos importantes para la investigación. La información es confidencial y reservada. Por los que anticipo mi reconocimiento.

INSTRUCCIÓN.

Sírvase a leer las siguientes expresiones y responder de manera veraz, seleccionando la respuesta que considere conveniente para usted, el cuestionario cuenta con un total de 13 ítems, los cuales son mostrados a continuación.

La escala de valoración será la de Likert: (1) Nunca, (2) La mayoría de veces no, (3) Algunas veces si y algunas veces no, (4) La mayoría de las veces si, (5) Siempre.

N°	ASPECTOS EVALUADOS	1	2	3	4	5
Atención al cliente						
Expectativas		1	2	3	4	5
1	¿Anteriormente sus experiencias en esta botica le han sido satisfactorios?					
2	¿Usted viene a esta botica por recomendación de terceras personas?					
3	¿La botica cumple en la atención de sus necesidades?					
4	¿La botica le ofrece información entendible?					
5	¿Usted recomendaría esta botica a sus amigos y familiares?					

Percepción		1	2	3	4	5
6	¿Usted confía en el servicio que le ofrece esta botica?					
7	¿La botica le brinda una atención rápida?					
8	¿La botica le ofrece un servicio oportuno?					
9	¿La botica le entrega los productos en buen estado?					
10	¿El personal de atención en la botica le demuestra conocimiento en su puesto de trabajo?					

Quejas		1	2	3	4	5
11	¿Sus reclamos son atendidos a la brevedad posible?					
12	¿El personal de la botica cuenta con disposición para atenderle?					
13	¿El personal de la botica demuestra conocimiento para aclarar sus dudas?					

Gracias

Anexo 2: Ficha técnica

Nombre original del instrumento:	Cuestionario Diseño de un proceso de selección de personal por competencias transversales, con enfoque en el modelo de Martha Alles - 2016.
Autor y año:	Original: Willian Javier Aguirre Eneque y Astrid Carolina Yataco Grández, 2017
	Adaptación: Br. Irma Consuelo Cruzado Horna, 2023
Objetivo del instrumento:	Medir la selección de personal
Usuarios:	Dirigido a los colaboradores de las boticas
Forma de Administración o Modo de aplicación:	Aplicación de forma física.
Validez: (Presentar la constancia de validación de expertos)	Validación de contenido por criterio de jueces expertos (Anexo 3).
Confiabilidad: (Presentar los resultados estadísticos)	Fiabilidad de consistencia interna aplicada por el estadístico Alfa de Cronbach (Anexo 4).

Nombre original del instrumento:	Cuestionario de Atención al cliente y su Fidelización
Autor y año:	Original: Lic. Carol Estefanny Mestanza Sandoval, 2022
	Adaptación: Br. Irma Consuelo Cruzado Horna, 2023
Objetivo del instrumento:	Medir la atención al cliente
Usuarios:	Dirigido a los clientes de las boticas.
Forma de Administración o Modo de aplicación:	Aplicación de forma física.
Validez: (Presentar la constancia de validación de expertos)	Validación de contenido por criterio de jueces expertos (Anexo 3).
Confiabilidad: (Presentar los resultados estadísticos)	Fiabilidad de consistencia interna aplicada por el estadístico Alfa de Cronbach (Anexo 4).

Anexo 3: Validación de instrumento

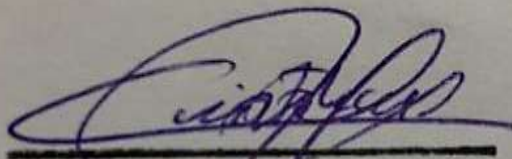
Constancia validada por el Licenciado en Administración: Cristihan Sosa Orellana

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Cristihan Sosa Orellana, con cédula de colegiatura 007335, **Magister en Finanzas**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(S) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por IRMA CONSUELO CRUZADO HORNA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“SELECCIÓN DE PERSONAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS BOTICAS DE LA AVENIDA MANSICHE, TRUJILLO”**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Trujillo, 08 de setiembre 2022



Mgtr.Lic.Adm. CRISTIHAN SOSA ORELLANA
NÚMERO DE COLEGIATURA 007335
FIRMA DEL JUEZ EXPERTO
MAGISTER EN FINANZAS

Validación del instrumento: Cuestionario dirigido a los colaboradores de las boticas.

Variables	Ítems relacionados con (variables)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Selección de personal	1. ¿Cómo personal que labora en la empresa, usted cree que los colaboradores de la botica son reclutados de manera interna?	X			X		X		X
	2. ¿Cómo trabajador de la empresa, usted cree que las vacantes laborales de la botica son publicadas en redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp)?	X			X		X		X
	3. ¿Cómo trabajador que labora en la empresa, usted cree que las ofertas laborales de la botica son publicadas en carteles o anuncios (se busca personal)?	X			X		X		X
	4. ¿Usted cree que se evalúa el currículum vitae para la selección del personal de la botica?	X			X		X		X
	5. ¿Usted cree que para la selección del personal de la botica se aplica la entrevista personal?	X			X		X		X
	6. ¿Usted cree que se utiliza la técnica de simulación (acontecimiento o papel que desempeñará) en la selección del personal de la botica?	X			X		X		X
	7. ¿Al término de la selección del personal, usted cree que verifican los resultados obtenidos del ganador?	X			X		X		X
	8. ¿En la selección del personal de la botica, usted cree que se realiza a través de una prueba de capacidad?	X			X		X		X
	9. ¿Usted cree que se evalúa la experiencia laboral en la selección del personal de la botica?	X			X		X		X
	10. ¿Usted cree que se lleva a cabo la socialización del nuevo personal dentro de la botica?	X			X		X		X
	11. ¿Usted cree que la botica realiza actividades de inducción para la integración del nuevo personal?	X			X		X		X

Validación del instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes.

Variables	Ítems relacionados con (variables)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Atención al cliente	1. ¿Anteriormente sus experiencias en esta botica le han sido satisfactorios?	X			X		X		X
	2. ¿Usted viene a esta botica por recomendación de terceras personas?	X			X		X		X
	3. ¿La botica cumple en la atención de sus necesidades?	X			X		X		X
	4. ¿La botica le ofrece información entendible?	X			X		X		X
	5. ¿Usted recomendaría esta botica a sus amigos y familiares?	X			X		X		X
	6. ¿Usted confía en el servicio que le ofrece esta botica?	X			X		X		X
	7. ¿La botica le brinda una atención rápida?	X			X		X		X
	8. ¿La botica le ofrece un servicio oportuno?	X			X		X		X
	9. ¿La botica le entrega los productos en buen estado?	X			X		X		X
	10. ¿El personal de atención en la botica le demuestra conocimiento en su puesto de trabajo?	X			X		X		X
	11. ¿Sus reclamos son atendidos a la brevedad posible?	X			X		X		X
	12. ¿El personal de la botica cuenta con disposición para atenderle?	X			X		X		X
	13. ¿El personal de la botica demuestra conocimiento para aclarar sus dudas?	X			X		X		X

Constancia validada por la Magister en Ciencias Económicas: Proyectos de Inversión:

María del Carmen Rosillo de Purizaca

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, María del Carmen Rosillo de Purizaca, identificada con DNI 02818255 **Magister en Ciencias Económicas: Proyectos de Inversión**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(S) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por IRMA CONSUELO CRUZADO HORNA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“SELECCIÓN DE PERSONAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS BOTICAS DE LA AVENIDA MANSICHE, TRUJILLO”**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Trujillo, 8 de setiembre 2022



Mg. María Del C. Rosillo de Purizaca
CLAD 03970

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Validación del instrumento: Cuestionario dirigido a los colaboradores de las boticas.

Variables	Ítems relacionados con (variables)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Selección de personal	1. ¿Cómo personal que labora en la empresa, usted cree que los colaboradores de la botica son reclutados de manera interna?	X			X		X		X
	2. ¿Cómo trabajador de la empresa, usted cree que las vacantes laborales de la botica son publicadas en redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp)?	X			X		X		X
	3. ¿Cómo trabajador que labora en la empresa, usted cree que las ofertas laborales de la botica son publicadas en carteles o anuncios (se busca personal)?	X			X		X		X
	4. ¿Usted cree que se evalúa el currículum vitae para la selección del personal de la botica?	X			X		X		X
	5. ¿Usted cree que para la selección del personal de la botica se aplica la entrevista personal?	X			X		X		X
	6. ¿Usted cree que se utiliza la técnica de simulación (acontecimiento o papel que desempeñará) en la selección del personal de la botica?	X			X		X		X
	7. ¿Al término de la selección del personal, usted cree que verifican los resultados obtenidos del ganador?	X			X		X		X
	8. ¿En la selección del personal de la botica, usted cree que se realiza a través de una prueba de capacidad?	X			X		X		X
	9. ¿Usted cree que se evalúa la experiencia laboral en la selección del personal de la botica?	X			X		X		X
	10. ¿Usted cree que se lleva a cabo la socialización del nuevo personal dentro de la botica?	X			X		X		X
	11. ¿Usted cree que la botica realiza actividades de inducción para la integración del nuevo personal?	X			X		X		X

Validación del instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes.

Variables	Ítems relacionados con (variables)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Atención al cliente	1. ¿Anteriormente sus experiencias en esta botica le han sido satisfactorios?	X			X		X		X
	2. ¿Usted viene a esta botica por recomendación de terceras personas?	X			X		X		X
	3. ¿La botica cumple en la atención de sus necesidades?	X			X		X		X
	4. ¿La botica le ofrece información entendible?	X			X		X		X
	5. ¿Usted recomendaría esta botica a sus amigos y familiares?	X			X		X		X
	6. ¿Usted confía en el servicio que le ofrece esta botica?	X			X		X		X
	7. ¿La botica le brinda una atención rápida?	X			X		X		X
	8. ¿La botica le ofrece un servicio oportuno?	X			X		X		X
	9. ¿La botica le entrega los productos en buen estado?	X			X		X		X
	10. ¿El personal de atención en la botica le demuestra conocimiento en su puesto de trabajo?	X			X		X		X
	11. ¿Sus reclamos son atendidos a la brevedad posible?	X			X		X		X
	12. ¿El personal de la botica cuenta con disposición para atenderle?	X			X		X		X
	13. ¿El personal de la botica demuestra conocimiento para aclarar sus dudas?	X			X		X		X

Constancia validada por el Magister en Administración de Negocios: Máximo Antonio Bocanegra Cruzado

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Máximo Antonio Bocanegra Cruzado, identificado con DNI 18011299 **Magister en Administración de Negocios**: Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento(S) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por IRMA CONSUELO CRUZADO HORNA, a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: **“SELECCIÓN DE PERSONAL Y ATENCION AL CLIENTE EN LAS BOTICAS DE LA AVENIDA MANSICHE, TRUJILLO”**, que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

Trujillo, 08 de setiembre 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Antonio Bocanegra Cruzado', with a horizontal line and an arrow pointing to the right.

Antonio Bocanegra Cruzado 18011299

CLAD 08399

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Validación del instrumento: Cuestionario dirigido a los colaboradores de las boticas.

Variables	Ítems relacionados con (variables)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Selección de personal	1. ¿Cómo personal que labora en la empresa, usted cree que los colaboradores de la botica son reclutados de manera interna?	X			X		X		X
	2. ¿Cómo trabajador de la empresa, usted cree que las vacantes laborales de la botica son publicadas en redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp)?	X			X		X		X
	3. ¿Cómo trabajador que labora en la empresa, usted cree que las ofertas laborales de la botica son publicadas en carteles o anuncios (se busca personal)?	X			X		X		X
	4. ¿Usted cree que se evalúa el currículum vitae para la selección del personal de la botica?	X			X		X		X
	5. ¿Usted cree que para la selección del personal de la botica se aplica la entrevista personal?	X			X		X		X
	6. ¿Usted cree que se utiliza la técnica de simulación (acontecimiento o papel que desempeñará) en la selección del personal de la botica?	X			X		X		X
	7. ¿Al término de la selección del personal, usted cree que verifican los resultados obtenidos del ganador?	X			X		X		X
	8. ¿En la selección del personal de la botica, usted cree que se realiza a través de una prueba de capacidad?	X			X		X		X
	9. ¿Usted cree que se evalúa la experiencia laboral en la selección del personal de la botica?	X			X		X		X
	10. ¿Usted cree que se lleva a cabo la socialización del nuevo personal dentro de la botica?	X			X		X		X
	11. ¿Usted cree que la botica realiza actividades de inducción para la integración del nuevo personal?	X			X		X		X

Validación del instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes.

Variables	Ítems relacionados con (variables)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más Ítems para medir el concepto	
		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
Atención al cliente	1. ¿Anteriormente sus experiencias en esta botica le han sido satisfactorios?	X			X		X		X
	2. ¿Usted viene a esta botica por recomendación de terceras personas?	X			X		X		X
	3. ¿La botica cumple en la atención de sus necesidades?	X			X		X		X
	4. ¿La botica le ofrece información entendible?	X			X		X		X
	5. ¿Usted recomendaría esta botica a sus amigos y familiares?	X			X		X		X
	6. ¿Usted confía en el servicio que le ofrece esta botica?	X			X		X		X
	7. ¿La botica le brinda una atención rápida?	X			X		X		X
	8. ¿La botica le ofrece un servicio oportuno?	X			X		X		X
	9. ¿La botica le entrega los productos en buen estado?	X			X		X		X
	10. ¿El personal de atención en la botica le demuestra conocimiento en su puesto de trabajo?	X			X		X		X
	11. ¿Sus reclamos son atendidos a la brevedad posible?	X			X		X		X
	12. ¿El personal de la botica cuenta con disposición para atenderle?	X			X		X		X
	13. ¿El personal de la botica demuestra conocimiento para aclarar sus dudas?	X			X		X		X

Anexo 4: Prueba de confiabilidad – Alfa de Cronbach

Instrumento Selección de Personal

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,729	11

Instrumento Atención al Cliente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,772	13

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Modorada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Bolívar (2013) Instrumentos y Técnicas de Investigación Educativa

Anexo 5: Prueba de distribución de datos

Prueba de normalidad de datos al instrumento Selección de Personal

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
P1	,269	60	,000	,776	60	,000
P2	,280	60	,000	,790	60	,000
P3	,351	60	,000	,703	60	,000
P4	,274	60	,000	,728	60	,000
P5	,356	60	,000	,668	60	,000
P6	,268	60	,000	,800	60	,000
P7	,344	60	,000	,684	60	,000
P8	,248	60	,000	,810	60	,000
P9	,313	60	,000	,656	60	,000
P10	,270	60	,000	,760	60	,000
P11	,265	60	,000	,753	60	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Variable Selección de Personal	,230	60	,000	,764	60	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Prueba de normalidad de datos al instrumento Atención al Cliente

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
P1	,278	60	,000	,840	60	,000
P2	,286	60	,000	,785	60	,000
P3	,336	60	,000	,744	60	,000
P4	,243	60	,000	,830	60	,000
P5	,262	60	,000	,830	60	,000
P6	,300	60	,000	,781	60	,000
P7	,348	60	,000	,794	60	,000
P8	,317	60	,000	,826	60	,000
P9	,300	60	,000	,834	60	,000
P10	,274	60	,000	,828	60	,000
P11	,283	60	,000	,836	60	,000
P12	,273	60	,000	,862	60	,000
P13	,261	60	,000	,844	60	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Variable Atención al Cliente	,199	60	,000	,918	60	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Anexo 6: Pruebas de correlación de Spearman

Correlaciones

			Variable Selección del Personal	Variable Atención al Cliente
Rho de Spearman	Variable Selección de Personal	Coefficiente de correlación	1,000	,754**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Variable Atención al Cliente	Coefficiente de correlación	,754**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

			Dimension Reclutamiento	Variable Atención al Cliente
Rho de Spearman	Dimension Reclutamiento	Coefficiente de correlación	1,000	,506**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Variable Atención al Cliente	Coefficiente de correlación	,506**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

			Dimension Técnicas de Selección	Variable Atención al Cliente
Rho de Spearman	Dimension Técnicas de Selección	Coefficiente de correlación	1,000	,533**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
	Variable Atención al Cliente	Coefficiente de correlación	,533**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Correlaciones

			Dimension Conocimiento	Variable Atención al Cliente
Rho de Spearman	Dimension Conocimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,329*
		Sig. (bilateral)	.	,010
		N	60	60
	Variable Atención al Cliente	Coefficiente de correlación	,329*	1,000
		Sig. (bilateral)	,010	.
		N	60	60

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Correlaciones

			Dimension Incorporación	Variable Atención al Cliente
Rho de Spearman	Dimension Incorporación	Coefficiente de correlación	1,000	,397**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	60	60
	Variable Atención al Cliente	Coefficiente de correlación	,397**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	60	60

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Anexo 7: Matriz de datos

VARIABLE SELECCIÓN DE PERSONAL

ID	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
Enc-1	4	3	5	4	5	5	5	2	5	4	4
Enc-2	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
Enc-3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4
Enc-4	5	3	5	3	5	3	4	3	5	3	3
Enc-5	3	3	5	3	5	1	3	5	5	5	1
Enc-6	3	5	5	5	5	1	3	5	5	5	1
Enc-7	3	1	5	5	5	4	5	5	5	4	4
Enc-8	1	5	5	4	5	3	2	4	5	2	2
Enc-9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
Enc-10	3	2	1	2	1	1	1	3	1	1	1
Enc-11	4	4	5	5	5	3	5	5	4	5	1
Enc-12	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Enc-13	1	4	5	5	5	3	5	4	5	5	4
Enc-14	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
Enc-15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
Enc-16	5	3	5	2	5	2	2	2	3	5	1
Enc-17	1	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5
Enc-18	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1
Enc-19	4	5	5	5	5	1	5	5	5	5	3
Enc-20	1	5	5	5	5	3	5	2	5	5	4
Enc-21	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Enc-22	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5
Enc-23	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5
Enc-24	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3
Enc-25	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3
Enc-26	5	4	3	4	5	5	3	4	5	4	5
Enc-27	4	5	4	4	5	5	5	3	5	4	5
Enc-28	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3

VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

ID	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13
Enc-1	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2	4
Enc-2	4	1	3	3	4	4	2	3	5	5	2	1	4
Enc-3	4	2	3	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4
Enc-4	3	1	3	3	4	3	2	3	4	4	3	1	4
Enc-5	3	1	3	3	3	4	1	2	4	4	1	1	3
Enc-6	4	1	3	4	3	4	1	2	4	4	1	2	3
Enc-7	4	2	4	2	3	5	2	3	4	4	2	3	3
Enc-8	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	1	2	3
Enc-9	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	3	4	5
Enc-10	2	1	3	1	1	2	2	1	3	2	1	2	1
Enc-11	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3
Enc-12	4	2	4	4	4	4	3	3	5	5	2	3	4
Enc-13	3	2	3	4	3	4	2	3	4	4	1	3	4
Enc-14	4	3	2	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5
Enc-15	4	1	4	4	4	5	3	3	5	4	1	3	4
Enc-16	2	1	3	2	3	3	2	1	2	3	1	1	3
Enc-17	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
Enc-18	3	1	3	4	4	4	3	3	4	4	1	3	4
Enc-19	3	3	3	4	4	3	2	3	5	3	3	4	4
Enc-20	4	1	4	2	4	4	3	3	3	4	1	3	4
Enc-21	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	1	2	4
Enc-22	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	1	3	3
Enc-23	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4
Enc-24	4	1	4	3	4	3	2	3	4	3	1	3	4
Enc-25	4	1	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4
Enc-26	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	1	4
Enc-27	4	1	3	4	4	4	3	2	4	3	4	4	3
Enc-28	4	1	4	4	4	4	3	2	4	4	2	4	5

Enc-29	5	2	3	5	5	5	4	5	4	5	5
Enc-30	1	3	4	2	3	3	5	2	4	3	4
Enc-31	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3
Enc-32	5	2	3	4	4	4	3	3	4	5	5
Enc-33	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4
Enc-34	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
Enc-35	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5
Enc-36	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5
Enc-37	5	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4
Enc-38	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
Enc-39	3	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4
Enc-40	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5
Enc-41	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
Enc-42	5	4	4	5	5	4	5	3	4	3	4
Enc-43	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
Enc-44	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5
Enc-45	4	5	3	2	4	3	4	3	2	5	3
Enc-46	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5
Enc-47	1	2	3	4	5	4	4	5	5	4	4
Enc-48	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
Enc-49	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
Enc-50	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4
Enc-51	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
Enc-52	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4	4
Enc-53	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
Enc-54	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5
Enc-55	4	3	5	2	2	3	4	5	4	4	4
Enc-56	1	4	2	5	5	4	4	3	4	4	5
Enc-57	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5
Enc-58	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
Enc-59	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5
Enc-60	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5

Enc-29	3	1	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3
Enc-30	1	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2
Enc-31	3	1	3	3	4	4	2	2	3	3	3	4	5
Enc-32	5	2	4	4	4	4	3	3	3	3	1	2	3
Enc-33	3	1	4	4	3	4	2	4	4	4	2	4	4
Enc-34	3	2	3	4	3	4	2	2	5	3	3	2	4
Enc-35	3	1	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3
Enc-36	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
Enc-37	4	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
Enc-38	4	1	3	3	5	3	4	4	2	5	4	3	5
Enc-39	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
Enc-40	3	1	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4
Enc-41	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	3	3	3
Enc-42	4	1	4	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3
Enc-43	5	2	3	3	2	4	2	3	4	3	3	3	4
Enc-44	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
Enc-45	3	1	3	3	3	3	1	3	3	3	1	1	3
Enc-46	3	4	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	5
Enc-47	4	2	4	3	4	3	3	2	4	3	2	2	4
Enc-48	3	1	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
Enc-49	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4
Enc-50	5	2	4	5	3	4	3	1	4	4	1	3	4
Enc-51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
Enc-52	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3
Enc-53	3	3	3	3	3	4	3	3	4	5	3	3	4
Enc-54	3	1	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3
Enc-55	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1	2	3
Enc-56	3	3	3	2	3	3	1	2	4	3	2	2	2
Enc-57	2	1	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4	3
Enc-58	4	1	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3
Enc-59	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
Enc-60	3	2	3	4	4	4	2	3	4	4	4	1	4

Procesamiento de la matriz de datos

V1= SELECCIÓN DE PERSONAL																
ID	D1=Reclutamiento			D1V1	D2=Técnicas de Selección				D2V1	D3=Conocimiento		D3V1	D4=Incorporación		D4V1	TOT_V1
	P1	P2	P3		P4	P5	P6	P7		P8	P9		P10	P11		
Enc-1	4	3	5	12	4	5	5	5	19	2	5	7	4	4	8	46
Enc-2	4	4	4	12	5	4	4	5	18	5	5	10	5	5	10	50
Enc-3	5	4	5	14	4	5	5	5	19	5	5	10	4	4	8	51
Enc-4	5	3	5	13	3	5	3	4	15	3	5	8	3	3	6	42
Enc-5	3	3	5	11	3	5	1	3	12	5	5	10	5	1	6	39
Enc-6	3	5	5	13	5	5	1	3	14	5	5	10	5	1	6	43
Enc-7	3	1	5	9	5	5	4	5	19	5	5	10	4	4	8	46
Enc-8	1	5	5	11	4	5	3	2	14	4	5	9	2	2	4	38
Enc-9	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	10	5	4	9	54
Enc-10	3	2	1	6	2	1	1	1	5	3	1	4	1	1	2	17
Enc-11	4	4	5	13	5	5	3	5	18	5	4	9	5	1	6	46
Enc-12	2	5	5	12	5	5	5	5	20	5	5	10	5	5	10	52
Enc-13	1	4	5	10	5	5	3	5	18	4	5	9	5	4	9	46
Enc-14	5	5	5	15	5	5	4	5	19	4	5	9	4	5	9	52
Enc-15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	10	5	1	6	51
Enc-16	5	3	5	13	2	5	2	2	11	2	3	5	5	1	6	35
Enc-17	1	5	5	11	5	5	5	5	20	1	5	6	4	5	9	46
Enc-18	5	5	5	15	4	5	5	5	19	5	5	10	5	1	6	50
Enc-19	4	5	5	14	5	5	1	5	16	5	5	10	5	3	8	48
Enc-20	1	5	5	11	5	5	3	5	18	2	5	7	5	4	9	45
Enc-21	4	3	5	12	4	5	5	5	19	5	5	10	5	5	10	51
Enc-22	4	3	4	11	4	4	4	5	17	4	5	9	5	5	10	47

Enc-23	5	4	5	14	5	5	3	5	18	5	5	10	5	5	10	52
Enc-24	4	5	5	14	4	5	4	5	18	4	5	9	4	3	7	48
Enc-25	3	4	5	12	5	5	4	5	19	5	5	10	4	3	7	48
Enc-26	5	4	3	12	4	5	5	3	17	4	5	9	4	5	9	47
Enc-27	4	5	4	13	4	5	5	5	19	3	5	8	4	5	9	49
Enc-28	5	5	4	14	5	5	4	5	19	5	4	9	5	3	8	50
Enc-29	5	2	3	10	5	5	5	4	19	5	4	9	5	5	10	48
Enc-30	1	3	4	8	2	3	3	5	13	2	4	6	3	4	7	34
Enc-31	5	4	4	13	5	5	5	5	20	4	4	8	3	3	6	47
Enc-32	5	2	3	10	4	4	4	3	15	3	4	7	5	5	10	42
Enc-33	4	5	5	14	4	4	5	5	18	4	5	9	4	4	8	49
Enc-34	3	4	4	11	5	4	4	4	17	4	4	8	4	5	9	45
Enc-35	5	4	5	14	4	5	4	4	17	4	4	8	5	5	10	49
Enc-36	5	4	5	14	4	4	5	4	17	3	5	8	4	5	9	48
Enc-37	5	4	4	13	5	5	3	5	18	4	4	8	4	4	8	47
Enc-38	4	5	5	14	4	4	5	4	17	4	4	8	4	5	9	48
Enc-39	3	5	4	12	5	5	4	5	19	4	4	8	3	4	7	46
Enc-40	5	5	4	14	4	3	5	4	16	5	5	10	4	5	9	49
Enc-41	5	5	5	15	4	5	5	4	18	4	4	8	4	4	8	49
Enc-42	5	4	4	13	5	5	4	5	19	3	4	7	3	4	7	46
Enc-43	4	5	5	14	5	4	5	5	19	5	4	9	4	5	9	51
Enc-44	5	4	4	13	5	3	5	4	17	4	4	8	4	5	9	47
Enc-45	4	5	3	12	2	4	3	4	13	3	2	5	5	3	8	38
Enc-46	5	3	4	12	5	4	5	4	18	5	5	10	5	5	10	50
Enc-47	1	2	3	6	4	5	4	4	17	5	5	10	4	4	8	41
Enc-48	4	5	5	14	4	4	4	5	17	4	5	9	4	5	9	49
Enc-49	4	5	5	14	5	4	4	5	18	5	4	9	4	4	8	49
Enc-50	4	5	5	14	4	5	4	5	18	5	4	9	4	4	8	49
Enc-51	3	5	5	13	5	4	4	5	18	5	5	10	5	5	10	51
Enc-52	4	5	3	12	5	5	4	5	19	4	4	8	4	4	8	47
Enc-53	5	5	5	15	4	4	5	4	17	4	5	9	4	5	9	50

Enc-54	5	4	3	12	5	4	4	4	17	3	4	7	4	5	9	45
Enc-55	4	3	5	12	2	2	3	4	11	5	4	9	4	4	8	40
Enc-56	1	4	2	7	5	5	4	4	18	3	4	7	4	5	9	41
Enc-57	4	5	4	13	4	3	4	5	16	4	5	9	5	5	10	48
Enc-58	5	5	5	15	4	5	4	5	18	4	4	8	5	4	9	50
Enc-59	4	4	5	13	4	4	4	5	17	5	4	9	4	5	9	48
Enc-60	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	4	9	4	5	9	47

V2= ATENCIÓN AL CLIENTE																	
	D1=Expectativas					D2=Percepción						D3=Quejas					
ID	P1	P2	P3	P4	P5	D1V2	P6	P7	P8	P9	P10	D2V2	P11	P12	P13	D3V3	TOT_V2
Enc-1	3	2	3	4	4	16	3	3	3	4	3	16	2	2	4	8	40
Enc-2	4	1	3	3	4	15	4	2	3	5	5	19	2	1	4	7	41
Enc-3	4	2	3	4	4	17	4	3	4	5	5	21	3	3	4	10	48
Enc-4	3	1	3	3	4	14	3	2	3	4	4	16	3	1	4	8	38
Enc-5	3	1	3	3	3	13	4	1	2	4	4	15	1	1	3	5	33
Enc-6	4	1	3	4	3	15	4	1	2	4	4	15	1	2	3	6	36
Enc-7	4	2	4	2	3	15	5	2	3	4	4	18	2	3	3	8	41
Enc-8	3	2	2	3	3	13	3	2	3	3	3	14	1	2	3	6	33
Enc-9	4	4	4	4	5	21	4	3	3	5	4	19	3	4	5	12	52
Enc-10	2	1	3	1	1	8	2	2	1	3	2	10	1	2	1	4	22
Enc-11	2	3	4	3	3	15	3	3	4	3	3	16	2	2	3	7	38
Enc-12	4	2	4	4	4	18	4	3	3	5	5	20	2	3	4	9	47
Enc-13	3	2	3	4	3	15	4	2	3	4	4	17	1	3	4	8	40
Enc-14	4	3	2	4	5	18	4	3	4	4	5	20	3	4	5	12	50

Enc-15	4	1	4	4	4	17	5	3	3	5	4	20	1	3	4	8	45
Enc-16	2	1	3	2	3	11	3	2	1	2	3	11	1	1	3	5	27
Enc-17	3	2	3	4	4	16	3	3	3	4	4	17	3	3	4	10	43
Enc-18	3	1	3	4	4	15	4	3	3	4	4	18	1	3	4	8	41
Enc-19	3	3	3	4	4	17	3	2	3	5	3	16	3	4	4	11	44
Enc-20	4	1	4	2	4	15	4	3	3	3	4	17	1	3	4	8	40
Enc-21	3	2	3	4	4	16	4	3	4	4	4	19	1	2	4	7	42
Enc-22	3	2	4	4	3	16	4	3	3	4	3	17	1	3	3	7	40
Enc-23	4	4	4	3	4	19	4	2	3	4	4	17	3	3	4	10	46
Enc-24	4	1	4	3	4	16	3	2	3	4	3	15	1	3	4	8	39
Enc-25	4	1	4	3	3	15	3	3	2	3	4	15	4	3	4	11	41
Enc-26	3	2	3	3	4	15	4	3	3	4	4	18	3	1	4	8	41
Enc-27	4	1	3	4	4	16	4	3	2	4	3	16	4	4	3	11	43
Enc-28	4	1	4	4	4	17	4	3	2	4	4	17	2	4	5	11	45
Enc-29	3	1	3	4	4	15	3	3	3	4	4	17	3	4	3	10	42
Enc-30	1	3	2	2	2	10	3	3	2	3	2	13	2	2	2	6	29
Enc-31	3	1	3	3	4	14	4	2	2	3	3	14	3	4	5	12	40
Enc-32	5	2	4	4	4	19	4	3	3	3	3	16	1	2	3	6	41
Enc-33	3	1	4	4	3	15	4	2	4	4	4	18	2	4	4	10	43
Enc-34	3	2	3	4	3	15	4	2	2	5	3	16	3	2	4	9	40
Enc-35	3	1	4	3	3	14	3	3	4	4	4	18	3	4	3	10	42
Enc-36	3	3	4	4	3	17	3	3	4	4	3	17	3	3	3	9	43
Enc-37	4	1	4	4	4	17	4	4	3	3	3	17	3	3	3	9	43
Enc-38	4	1	3	3	5	16	3	4	4	2	5	18	4	3	5	12	46
Enc-39	3	3	3	3	4	16	3	3	3	4	3	16	3	3	4	10	42
Enc-40	3	1	3	3	4	14	3	2	3	4	3	15	2	3	4	9	38
Enc-41	3	4	3	4	3	17	4	3	4	5	3	19	3	3	3	9	45
Enc-42	4	1	4	3	3	15	3	3	2	4	3	15	3	2	3	8	38
Enc-43	5	2	3	3	2	15	4	2	3	4	3	16	3	3	4	10	41
Enc-44	4	2	3	3	4	16	4	3	3	4	4	18	3	3	4	10	44

Enc-45	3	1	3	3	3	13	3	1	3	3	3	13	1	1	3	5	31
Enc-46	3	4	4	3	3	17	3	3	4	5	3	18	3	3	5	11	46
Enc-47	4	2	4	3	4	17	3	3	2	4	3	15	2	2	4	8	40
Enc-48	3	1	3	4	3	14	3	3	4	4	3	17	3	3	3	9	40
Enc-49	4	1	3	3	3	14	3	3	3	3	4	16	4	2	4	10	40
Enc-50	5	2	4	5	3	19	4	3	1	4	4	16	1	3	4	8	43
Enc-51	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	4	16	3	3	4	10	41
Enc-52	3	1	3	3	3	13	4	3	3	3	4	17	4	3	3	10	40
Enc-53	3	3	3	3	3	15	4	3	3	4	5	19	3	3	4	10	44
Enc-54	3	1	2	3	4	13	5	3	3	3	3	17	3	3	3	9	39
Enc-55	3	1	3	3	3	13	3	3	1	3	3	13	1	2	3	6	32
Enc-56	3	3	3	2	3	14	3	1	2	4	3	13	2	2	2	6	33
Enc-57	2	1	3	2	2	10	3	4	3	4	3	17	3	4	3	10	37
Enc-58	4	1	3	3	4	15	4	3	3	4	4	18	3	3	3	9	42
Enc-59	3	4	4	3	3	17	4	3	3	3	3	16	3	4	3	10	43
Enc-60	3	2	3	4	4	16	4	2	3	4	4	17	4	1	4	9	42

Anexo 8: Esquema de niveles - baremos

V1 = SELECCIÓN DE PERSONAL

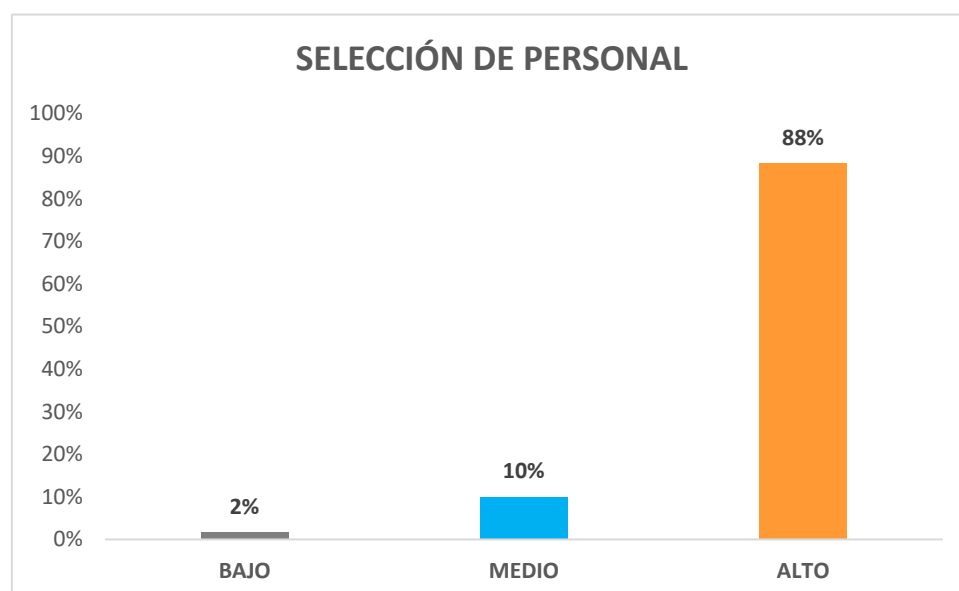
MINIMO	11
MAXIMO	55
RANGO	44
CATEGORIAS/NIVELES	3
AMPLITUD	14.666667
INTERVALOS	

BAJO, MEDIO Y
ALTO

	MIN	MAX	DIFERENCIA
BAJO	11	25	14
MEDIO	26	40	14
ALTO	41	55	14

BAJO [11-25]
MEDIO [26-40]
ALTO [41-55]

V1	f	%
BAJO	1	2%
MEDIO	6	10%
ALTO	53	88%
TOTAL	60	100%



V2 = ATENCIÓN AL CLIENTE

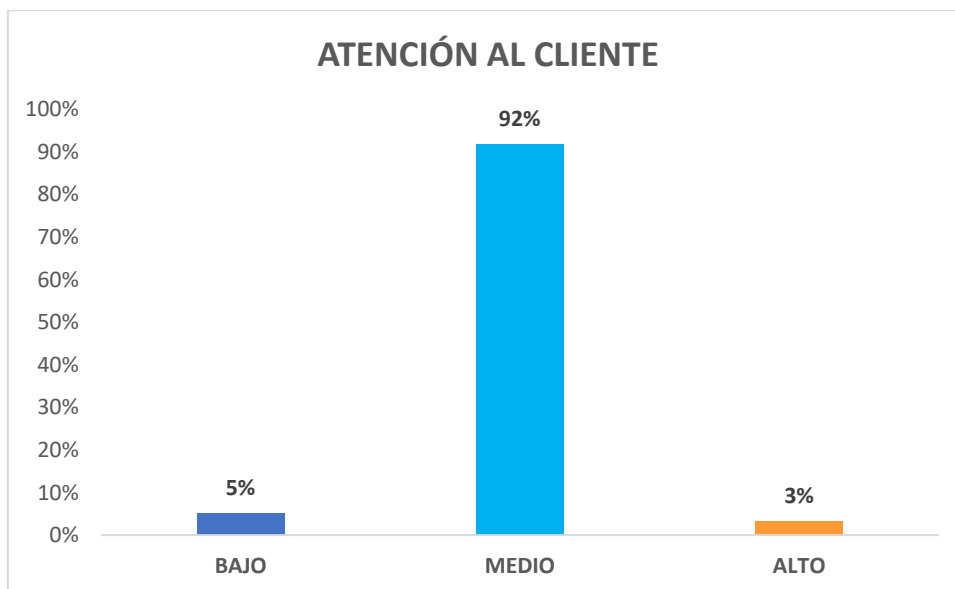
MINIMO	13
MAXIMO	65
RANGO	52
CATEGORIAS/NIVELES	3
AMPLITUD	17.333333
INTERVALOS	

BAJO, MEDIO Y
ALTO

	MIN	MAX	DIFERENCIA
BAJO	13	30	17
MEDIO	31	48	17
ALTO	49	65	16

BAJO [13-30]
MEDIO [31-48]
ALTO [49-65]

V2	f	%
BAJO	3	5%
MEDIO	55	92%
ALTO	2	3%
TOTAL	60	100%



Anexo 9: Matriz de consistencia

TÍTULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Selección de personal y atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.	<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?</p> <p>Problemas específicos Pe1 ¿Cuál es el nivel de selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?</p> <p>Pe2 ¿Cuál es el nivel de atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?</p> <p>Pe3 ¿Cuál es la relación entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?</p> <p>Pe4 ¿Cuál es la relación entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?</p> <p>Pe5 ¿Cuál es la relación entre el conocimiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?</p>	<p>Hipótesis general Hi. Existe relación significativa entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>H0. No existe relación significativa entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>Hipótesis específicas He1 Existe un nivel alto en la selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>He2 Existe un nivel alto en la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>He3 Existe relación significativa entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>He4 Existe relación significativa entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre la selección de personal y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>Objetivos específicos Oe1 Establecer el nivel de selección de personal en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>Oe2 Establecer el nivel de atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>Oe3 Determinar la relación entre el reclutamiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>Oe4 Determinar la relación entre las técnicas de selección y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>Oe5 Determinar la relación entre el conocimiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p>	V1 Selección de Personal	<ul style="list-style-type: none"> – Reclutamiento – Técnicas de selección – Conocimiento – Incorporación 	<p>Método: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental - Transversal</p> <p>Población: 20 boticas de la avenida Mansiche.</p> <p>Muestra: La misma cantidad de la población.</p>
				V2 Atención al Cliente		

	<p>Pe6 ¿Cuál es la relación entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo?</p>	<p>He5 Existe relación significativa entre el conocimiento y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p> <p>He6 Existe relación significativa entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p>	<p>Oe6 Determinar la relación entre la incorporación y la atención al cliente en las boticas de la avenida Mansiche, Trujillo.</p>			
--	---	--	---	--	--	--

Anexo 10: Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTO	ESCALA
VARIABLE 1 SELECCIÓN DE PERSONAL	(Alles, 2006) es un proceso mediante el cual se elige o selecciona al personal en particular, de acuerdo a los criterios establecidos por la organización, eligiendo el perfil que se requiere identificando las habilidades, conocimientos y comportamientos de los candidatos que postulan a una oferta laboral. (p.102)	Cuestionario de la variable selección de personal, conformado por 11 ítems a una escala ordinal tipo Likert.	<ul style="list-style-type: none"> - Reclutamiento - Técnica de Selección - Conocimiento - Incorporación 	<ul style="list-style-type: none"> - Fuentes de reclutamiento. - Medios de reclutamiento. - Verificación de Curriculum Vitae. - Entrevista personal. - Técnica de simulación. - Evaluación de la selección. - Capacidades. - Experiencia. - Socialización. - Inducción. 	<p>1-3</p> <p>4-7</p> <p>8-9</p> <p>10-11</p>	Para la recolección de los datos se utilizó como instrumento 2 cuestionarios, el primero para la variable selección de personal y el segundo para la variable atención al cliente, los cuales me permitieron medir las variables, para su posterior análisis.	Ordinal (1) Nunca (2) La mayoría de veces no (3) Algunas veces si y algunas veces no (4) La mayoría de veces si (5) Siempre
VARIABLE 2 ATENCIÓN AL CLIENTE	(Ariza & Ariza, 2015) la atención al cliente son actividades o acciones en el cual la organización conoce o entabla una relación con sus clientes potenciales durante el proceso de compra de un producto con la finalidad de lograr en el cliente una alta satisfacción. (p.16)	Cuestionario de la variable atención al cliente, conformado por 13 ítems a una escala ordinal tipo Likert.	<ul style="list-style-type: none"> - Expectativas - Percepción - Quejas 	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencias previas o anteriores. - Influencia de terceros. - Necesidades de usuarios. - Información entendible. - Recomendación a terceros. - Nivel de confianza hacia la entidad. - Rapidez en la atención. - Servicio oportuno. - Nivel de cumplimiento de promesas. - Personal idóneo. - Nivel de respuesta a reclamos. - Disposición de los colaboradores. - Conocimiento de los colaboradores. 	<p>1-5</p> <p>6-10</p> <p>11-13</p>		

Anexo 11: Encuestando a las boticas de la Avenida Mansiche, Trujillo.



Anexo 12: Encuestando a los clientes de las boticas de la Avenida Mansiche, Trujillo.

