



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE
PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA
PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA
DE SATIPO, 2023**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO

ORCID: 0000-0001-8340-2395

ASESOR

MGTR. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0019-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **21:10** horas del día **09** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023**

Presentada Por :
(3011152020) **GALINDO GASPAR GUELMER TEODORO**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Mgr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023 Del (de la) estudiante GALINDO GASPAR GUELMER TEODORO, asesorado por ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 12% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 16 de Febrero del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

DEDICATORIA

A mi familia, el pilar de mi vida. Por el cual lucho día a día, que son el motor que impulsa para seguir adelante y no rendirme.

A mis padres quienes son el motivo por el cual me esfuerzo tanto en la vida para darles lo mejor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios, por la salud, la vida y el poder estudiar, y culminar satisfactoriamente el trabajo de investigación.

A mi esposa y mis hijas, por el esfuerzo, colaboración, aliento y apoyo constante durante mi carrera y desarrollo de la investigación.

A mi madre, por el esfuerzo, colaboración, aliento y apoyo constante durante mi carrera y desarrollo de la investigación.

ÍNDICE GENERAL

Carátula.....	I
Acta de Sustentación	II
Constancia de Evaluación de Originalidad.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Índice general	VI
Lista de tablas	VIII
Lista de figuras	IX
Resumen	X
Abstract.....	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
II. MARCO TEÓRICO	5
2.1 Antecedentes	5
2.2 Bases teóricas	18
2.3 Hipótesis	25
III. METODOLOGÍA.....	27
3.1 Nivel, Tipo y diseño de Investigación	27
3.2. Población y Muestra	28
3.3 Variables. Definición y Operacionalización.....	29
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información	30
3.5. Método de análisis de datos.....	30
3.6. Aspectos éticos	31
IV. RESULTADOS	33
V. DISCUSIÓN	45
VI. CONCLUSIONES	69
VII. RECOMENDACIONES	71

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS	77
Anexo 01. Matriz de Consistencia	77
Anexo 02. Instrumento de recolección de información	78
Anexo 03. Validez del instrumento	80
Anexo 04. Confiabilidad del instrumento	95
Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado	96
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.....	97
Anexo 07. Evidencias de ejecución (base de datos, declaración jurada)	98

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.....	33
Tabla 2. Características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.	35
Tabla 3. Características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.....	37
Tabla 4. Características de la seguridad de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.....	39
Tabla 5. Propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.....	41

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.....	34
Figura 2. Características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.	36
Figura 3. Características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.....	30
Figura 4. Características de la seguridad de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.....	40

RESUMEN

La investigación planteó como objetivo general; establecer una propuesta de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023; el tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño No experimental de corte transversal, se tomó una población muestral de 5 trabajadores y 40 clientes; para recopilar la información se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 20 preguntas en escala de Likert, los resultados fueron: El 100.00% de los trabajadores mencionaron que siempre la empresa contrata al personal según perfil de puesto, el 100.00% de los trabajadores considera que la empresa nunca ha contado con un manual de reclutamiento, el 100.00% considera que nunca en la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato, el 80.00% de los clientes considera que casi siempre el personal estuvo dispuesto a aclarar sus dudas o inquietudes, el 57.50% consideran que casi siempre los empleados muestran profesionalismo. Se concluye que la empresa en estudio no cuenta con un plan de selección de personal, lo cual no permite establecer una planificación de todas las fases por las que deben atravesar los candidatos, hasta la selección del adecuado para un puesto específico; además a pesar que el personal muestra empatía y transmite seguridad al cliente aun es necesario mejorar la atención debido a que no se brinda acompañamiento profesional para el consumo de medicamentos.

Palabras clave: Atención al cliente, selección de personal, pequeña empresa.

ABSTRACT

The research proposed as a general objective; establish a proposal to improve the selection of personnel for customer service of the small business Farmacia del Pueblo, province of Satipo, 2023; The type of research was quantitative, descriptive level, non-experimental cross-sectional design, a sample population of 5 workers and 40 clients was taken; To collect the information, the survey technique was applied and as an instrument a questionnaire of 20 questions on a Likert scale, the results were: 100.00% of the workers mentioned that the company always hires personnel according to the position profile, 100.00% of the workers consider that the company has never had a recruitment manual, 100.00% consider that psychological tests are never applied in the interview to select the candidate, 80.00% of the clients consider that the staff was almost always willing to clarify their doubts or concerns, 57.50% consider that employees almost always show professionalism. It is concluded that the company under study does not have a personnel selection plan, which does not allow establishing a plan for all the phases that candidates must go through, until the selection of the right one for a specific position; Furthermore, although the staff shows empathy and transmits security to the client, it is still necessary to improve customer service because professional support is not provided for the consumption of medications.

Keywords: Customer service, personnel selection, small business.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad las micro y pequeñas empresas aportan mayor flexibilidad en la producción de bienes y servicios a la economía en términos agregados; además mejoran la competitividad en el mercado, y moderan las posiciones monopólicas de las grandes corporaciones. Las Pymes pueden actuar como un semillero para la actividad emprendedora y la innovación (Organización internacional del trabajo, 2022).

Por tal motivo expuesto, es necesario mejorar los procesos de selección de personal y atención al cliente, debido a que existen muchos casos de mypes que quiebran en el primer año de creación pues los gerentes no están capacitados para seleccionar adecuadamente a los profesionales lo cual también ocasiona que estos brinden una deficiente atención; cabe decir que el problema plasmado se da en diversas partes del mundo:

Para vislumbrar la trascendencia de las pymes en España, basta con saber que el 99% del tejido empresarial está conformado por pymes, las cuales aportan el 65 % del PIB. Por lo cual, prácticamente, este tipo de empresas sostienen más de la mitad de la economía española; no obstante, a pesar la importancia de las mypes muchas fracasan por una inadecuada selección de personal, derivado de una mala descripción del perfil, cabe decir que un proceso de selección de personal comienza con dos elementos: la necesidad de cubrir una vacante y el perfil del puesto que se debe conseguir. Hay empresas que, por diversos motivos, toman la decisión de obviar la definición del perfil profesional específico para la posición requerida (Oliveros, 2019).

Por otro lado, en México las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), son un factor importante para la economía nacional, debido a los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y así mismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional, pero a diferencia de otros países un gran problema que impiden un crecimiento a corto plazo de estas mypes, es la falta de atención al cliente, en este sentido existe muchas dudas y quejas de la población que aún no han sido resueltas. Sin embargo, las empresas pecan precisamente porque creen saber todas las respuestas a todas las preguntas, incluso antes de que se las hagan, por lo cual descuidar la voz del cliente es un error grande y lamentablemente común, si se quiere conocer al cliente, y esto es fundamental, puesto que se debe escuchar con atención, estudiar su perfil, adaptar el lenguaje y enfoque de empresa al usuario (Hernández, 2023).

En Argentina las estadísticas oficiales dan cuenta de que las pymes son claves en la generación de empleo. Según datos del Ministerio de Industria, generan el 40% del valor agregado de la producción, el 50% de las ventas totales y el 75% de los puestos de trabajo; no obstante, no superan los primeros años de vida puesto que los gerentes no definen correctamente el sueldo en el proceso de selección de personal; por ende, es relevante que la empresa asigne un presupuesto para un sueldo aceptable y atractivo para los nuevos integrantes de la empresa. La compensación propuesta por la empresa debe estar de acuerdo con el mercado y con la experiencia que se demanda. Si la cotización es muy baja, los candidatos más aptos no estarán interesados en la convocatoria o en la propuesta. Por el contrario, se atraerá a personas que no cuentan con la experiencia necesaria y no podrán aportar el valor que se necesita en la organización (Banco de desarrollo de América Latina y el Caribe, 2023).

En el Perú en el 2021 las mypes representaron el 96% de las empresas peruanas y emplearon un 43% de la PEA, lo que evidenció una mejora de 16.4% en el porcentaje de esta que laboraba en 2020, a pesar de este relativo crecimiento en el empleo; las mypes que no tuvieron éxito fueron las que no se preocuparon por mejorar los procesos de selección de personal y la calidad en atención al cliente; se puede indicar que el primer error recurrente en muchas empresas es la falta total de formación de sus equipos. Una buena formación en atención al cliente marca la diferencia. Sin una inversión adecuada en capacitación, los empleados no tendrán el conocimiento suficiente sobre los productos y servicios que ofrece la empresa, ni dominarán el lenguaje propio de su audiencia. Puede parecer una obviedad, pero realmente muchas veces se olvida que el servicio de atención al cliente no está solo para ayudar a los clientes, sino también para reportar los problemas más frecuentes. El contacto con el cliente es un medio perfecto para escucharlos y ser capaces de tomar la experiencia de ellos como algo positivo para la empresa (ComexPerú, 2021).

A nivel local en la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, el gerente no ha realizado un proceso de selección de personal, por ende el problema se centra en la inexperiencia y conocimiento del personal sobre los productos y servicios farmacéuticos, además la mayoría de los trabajadores aún son estudiantes o familiares, por lo tanto; están en proceso de aprendizaje, en este sentido la empresa podría realizar capacitaciones mensuales para para que los colaboradores adquieran mayor conocimiento

en su puesto; debido a que si esto continua así los cliente optará por irse a la competencia porque percibieron una deficiente atención; en este sentido es recomendable, que el gerente busque asesoramiento de profesionales en administración para aplicar un plan de selección de personal, el cual se apliquen eficientemente los procesos de reclutamiento, selección e inducción del personal y con ello mejorar la calidad de atención al cliente. Por todo lo expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023?; y como problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023?; ¿Cuáles son las características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023; ?¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023?; ¿Cuáles son las características de la seguridad en la atención de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023?; y ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023?

El estudio se justifica por las siguientes razones: De manera Teórica, puesto que uno de los propósitos del estudio fue generar reflexión y debate sobre el conocimiento que se tiene respecto a la teoría de la selección de personal y atención al cliente; asimismo, permitió incrementar el conocimiento, cuestionar y verificar los resultados de las dimensiones e indicadores que componen las variables. Del mismo modo tiene justificación práctica, porque los resultados fueron tomados en cuenta por el gerente de la Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, es decir lo hallazgos permitieron detectar fallas y proponer mejorar en la atención al cliente a través de una buena selección de personal, es decir al mejorar la elección de las personas para el puesto de trabajo a través de un reclutamiento de calidad entonces se pudo mejorar los procesos de atención al cliente, puesto que existieron personas realmente profesionales en este rubro. A su vez cuenta con una justificación metodológica, puesto que para cumplimiento de los objetivos se utilizó un estudio de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño no experimental transversal, ya que se estableció un método descriptivo, por lo tanto se describieron las características de la selección de personal y atención al cliente, y en base a los resultados se plantearon soluciones; se utilizó la técnica de la encuesta para recoger la información de los trabajadores de la microempresa en estudio,

utilizando el cuestionario con preguntas en escala tipo Likert; los mismos que fueron validados por expertos, permitiendo tener un instrumento confiable, que sirva como marco referencial para futuras investigaciones.

El estudio tuvo como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023; y como objetivos específicos: Describir las características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023. Identificar las características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023. Determinar las características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023. Definir las características de la seguridad en la atención de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Internacionales

Variable 1: Selección de personal

Debido a que no se ubicaron estudios en relación al rubro, se procedió a buscar y presentar investigaciones que contengan las variables y el sector.

Ayala (2019) en su tesis para licenciatura de la Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador. Titulado *Propuesta de un Sistema para el reclutamiento, selección e inducción de personal de la microempresa Coffee Service Cía. Ltda., de la ciudad de Quito*, planteó como objetivo determinar cómo influye la inexistencia de procesos para el reclutamiento, selección e inducción de personal, en el desempeño del talento humano que trabaja en Coffee Service Cía. Ltda. de la ciudad de Quito. El tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo-explicativo, diseño no experimental, la muestra poblacional la conforman 12 trabajadores, para recopilar la información se aplicó la técnica de la encuesta y su instrumento un cuestionario de 8 ítems en escala de Likert; en donde los resultados fueron: El 45% indican que están de acuerdo en que se buscan más candidatos externos que interno. El 45% indican que están de acuerdo en que la empresa le da importancia al reclutamiento interno. El 98% indican que están de acuerdo en que con la implementación del proceso de reclutamiento interno en las instituciones. El 78% indican que están de acuerdo con el proceso de comparación entre los requisitos del puesto y perfil del candidato aplicado en la selección de personal. El 50% indican que están de acuerdo en que el candidato a seleccionar cuenta con las competencias necesarias para realizar las actividades requeridas. El 52% indican que están de acuerdo que el proceso de comparación se realice considerando las ventajas competitivas de los candidatos. El 52% indican que están de acuerdo en que en el proceso de selección se debe tomar en cuenta la ética personal y profesional para la decisión final. El 85% indican que están de acuerdo que es importante solicitar a los candidatos la presentación del currículum vitae. Se concluye que existe un proceso de selección idóneo, pero a pesar de ello es necesario evaluar a los trabajadores en forma constante para mantener un apropiado nivel de desempeño laboral, mediante la utilización de un sistema de evaluación de 180 grados, que permite la comunicación entre los empleados y jefes para fortalecer el vínculo profesional y personal.

Espinoza (2021) en su tesis de licenciatura de la Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Titulado *Análisis en los procesos de selección del personal en las pequeñas empresas del sector comercial de guayaquil del año 2021*, tuvo como objetivo: realizar un análisis en los procesos de selección del personal en las pequeñas empresas del sector comercial de guayaquil del año 2021. La metodología aplicada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. La población fue conformada por todos los colaboradores que trabajan en la misma institución Banco Guayaquil, un total de 200 personas, y de las cuales 131 fueron consideradas como muestra. A quienes se les aplicó con el instrumento cuestionario de 11 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Los resultados de la investigación indican que 66% de los encuestados le gustaría que se dé un reclutamiento principalmente de manera externa y poder darles la oportunidad a nuevas personas, mientras que el 34% menciona que la mejor opción es el reclutamiento interno porque brinda oportunidades a quienes ya están conscientes del ambiente laboral, el 45% indicaron que la empresa cuenta con un cronograma el cual contiene las actividades y plazos para la selección de personal, el 34% consideran que en la empresa realiza la oferta laboral al inicio del año, por lo tanto, es oportuna pues no afecta significativamente en las actividades diarias de la empresa. La investigación llegó a la conclusión de que la implementación del nuevo modelo de selección de personal por competencias contribuirá al área de recursos humanos el aumento del rendimiento de los colaboradores, lo que es una ventaja para la mejora de la atención al cliente.

Solís (2019) en su tesis de licenciatura de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Titulado *Selección de personal por competencias y rotación de personal en los colaboradores de la empresa Repremarva de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua*, menciona que el principal objetivo de esta investigación fue Investigar como la inadecuada Selección de Personal por competencias influye en la Rotación de Personal en los colaboradores de la empresa Repremarva. La metodología aplicada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo-correlacional, diseño no experimental, con un corte transversal. En esta investigación la población estuvo conformada por un total de 60 trabajadores y se tomó a todos para que sean parte de la muestra también. A quienes se les aplicó con el instrumento cuestionario de 12 preguntas mediante la técnica de la encuesta; en donde se encontraron los siguientes resultados: El 95% indican que la selección del personal responde a los planes de largo plazo. El 88% indican que los planes de RR.HH. permiten prever el plan operativo de

trabajo anual. El 65% indican que se coordina y se planifica estratégicamente el puesto de trabajo para cubrir una vacante de trabajo. El 87% indican que se analiza información en la organización al seleccionar el nuevo personal. El 56% indican que se realiza un análisis de puestos de trabajo según necesidades por tipo de área seleccionada. El 65% indican que se utiliza una base de datos que registra candidatos para la empresa. El 85% indican que se utiliza algún sistema de información de personal. El 48% indican que se considera el perfil del puesto para la selección del personal. Se concluye que: Es importante reconocer durante el proceso de selección, especialmente durante la entrevista y aplicación de herramientas, más allá de la experiencia que posea, los conocimientos y competencias del talento, esto puede ayudar a una rápida adaptación al cargo y su eficiente desempeño. 5. Es recomendable valorar el potencial del personal y desarrollarlo en el área específica, de lo contrario para nivelar los conocimientos y desarrollar habilidades capacitar constantemente al personal.

Variable 2: Atención al cliente

Shinin (2019) en su tesis para licenciatura de la Universidad Nacional de Chimborazo. Titulado: *Calidad de los servicios de la empresa lácteos san salvador de la Ciudad De Riobamba-Ecuador y su impacto en la percepción de los clientes*. Tuvo como objetivo: Analizar la calidad del servicio de la empresa Lácteos San Salvador de la ciudad de Riobamba-Ecuador y el impacto en la percepción de los clientes. La metodología aplicada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal, la población la confirman 1932 clientes y se obtuvo una muestra de 154, la técnica aplica fue la encuesta y como instrumento un cuestionario de 10 preguntas, los resultados fueron que: El 50.3% de los clientes indican que la entrega de producto se realiza con suficiente tiempo. El 57.2% de los clientes indican que cuando tengo algún problema con el pedido, la empresa muestra interés en resolverlo. El 86.2% de los clientes indican que se da un buen servicio desde la primera vez. El 78.3% de los clientes indican que cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos. El 50.0% de los clientes indican que el tiempo que usted espera para obtener el servicio es satisfactorio. El 50.3% de los clientes indican que recibieron atención personalizada. El 65.7% de los clientes indican que los Lácteos San Salvador ofrece horarios de atención convenientes para todos sus clientes. El 50.3% de los clientes indican que el servicio se preocupa por mis intereses y por lo que el cliente pueda desear. El 85.4% de los clientes indican que el personal de servicio al cliente entiende sus necesidades específicas. El 78.5% de los clientes indican que comportamiento de los

empleados le transmite confianza. El 77.5% de los clientes indican que se siente seguro con la atención y la compra de productos. El 50% de los clientes indican que los empleados demuestran amabilidad y buen trato. El 83.4% de los clientes indican que se siente seguro en sus transacciones con Lácteos San Salvador. Se concluye que: Los directivos de la empresa al momento de creación de la organización y durante su desarrollo han puesto énfasis en la calidad del producto, pero no han sabido complementarlo con un valor agregado es decir la falta de acción en cuanto al mejoramiento continuo en la calidad de los servicios de la empresa.

López (2023) en su tesis para licenciatura de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Titulado: *El Modelo Servqual para medir el nivel de la calidad de los servicios que brinda la Empresa Quala Ecuador S.A cantón Ambato*; tuvo por objetivo evaluar el nivel de la calidad de los servicios que ofrece la empresa Quala Ecuador S.A. dentro del cantón Ambato mediante el Modelo Servqual. La metodología aplicada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. Para el levantamiento de información se aplicó el cuestionario del Modelo Servqual, el cual es un modelo de cuestionario ya establecido y validado por expertos que cuenta con 11 preguntas que permiten evaluar las cinco dimensiones. El cuestionario fue aplicado a 30 clientes actuales del canal Distribuidores del cantón Ambato; los resultados fueron que: El 76,2% de los clientes consideran que cuando la empresa promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple, el 50,8% de los clientes consideran que cuando un cliente tiene un problema el personal de la empresa muestra un sincero interés por solucionarlo, el 56,4% de los clientes consideran que el personal de la empresa realiza bien el trabajo a la primera vez, el 50,0% de los clientes consideran que la empresa concluye el servicio en el tiempo prometido, el 76,2% de los clientes consideran que la empresa dispone de registros exentos de errores, el 89,2% de los clientes consideran que la capacidad de respuesta, el 87,% de los clientes consideran que el personal se comunica con el cliente cuando la entrega del producto concluye, el 78,0% de los clientes indicaron que en la empresa no se realiza un seguimiento luego de la compra, es decir no existe un servicio post venta, el 87,0% de los clientes indicaron que los productos transmiten calidad, el 76,2% de los clientes consideran que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes, el 50,4% de los clientes consideran que los empleados de la empresa siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes, el 67,2% de los clientes consideran los empleados de la empresa nunca están demasiados

ocupados para responder a las preguntas de sus clientes; se concluye que: La empresa está realizando las actividades de manera correcta, ya que la empresa supera las expectativas de los clientes. De la misma manera se determinó que existe relación entre las variables objeto de estudio, tomando la decisión de aceptar la hipótesis que indica que los elementos de evaluación del Modelo Servqual inciden en la situación actual del nivel de la calidad de los servicios de la empresa Quala Ecuador S.A. cantón Ambato.

Gavilanes (2020) en su tesis para licenciatura de la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Titulado: *Propuesta de un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio al cliente en la Empresa Industria Valdez Castro S.A.*; planteó como objetivo general Proponer un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio al cliente en la empresa Industria Valdez Castro S.A. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal; para recolectar los datos se aplicó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de 09 preguntas, la muestra poblacional la constriñeron 35 clientes y el gerente general, este último fue quien contribuyó respondiendo la entrevista. Los resultados fueron que: El 67% de los clientes considera que la empresa le brinda de forma fiable y cuidadosa los productos y servicio que solicita. El 72% de los clientes considera que la empresa le entrega los productos en el tiempo indicado. El 65% de los clientes considera que la empresa le entrega los productos tal cual como lo solicito en cantidad y calidad. El 65% de los clientes considera que la empresa ofrece un nivel de atención individualizada los clientes. El 50% de los clientes considera que el personal responde eficazmente a sus interrogantes e inquietudes respecto a los productos y servicios que ofrecemos. El 65% de los clientes considera que en caso de haber tenido problemas el personal que lo atiende lo soluciona rápida y eficazmente. El 55% de los clientes considera que el personal de la empresa le asesora y brindan recomendaciones sobre los productos que requiere. El 82% de los clientes considera que el personal de la empresa le brinda una excelente atención. El 50% de los clientes considera que los empaques y envases de los productos le parece visualmente atractivo. Se concluye que: Las causas de la baja calidad en la atención al cliente específicamente se las halló empleando herramientas de ingeniería industrial como son los diagramas de Ishikawa y Pareto los cuales indican que los principales problemas se deben a las actividades repetitivas, la incorrecta manipulación de los productos, el desorden en los puestos de trabajo, esto se debe por la de procedimientos y organización en las áreas de la empresa lo que causa la demora en los tiempos de entrega.

Por otro lado, se evidenció la falta de conocimiento de ciertos colaboradores de los productos que comercializa la compañía además de la falta de capacitación en servicio al cliente.

Nacionales

Variable 1: Selección de personal

Ochoa (2019) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Propuesta de mejoramiento para el proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de ropa para damas, Vía 7, distrito Ayacucho, 2019*, tuvo como objetivo: Determinar la propuesta de mejoramiento para el proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de ropa para damas, Vía 7, distrito Ayacucho, 2019. El tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. La población de estudio está conformada por los 40 personas. Se utilizó el total de la población. La técnica utilizada es la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario conformado por 9 preguntas en escala de Likert aplicada a todos los colaboradores de la empresa, la cual contribuyó a la identificación de los problemas existentes en la organización. Los resultados fueron que: El 48.46% está de acuerdo de cómo se realiza el reclutamiento de personal en la empresa, el 41.30% está de acuerdo de cómo se realiza el proceso de selección de personal, el 36.96% está de acuerdo con la estructura utilizada por la empresa para evaluar al candidato en la entrevista, el 40.13% está de acuerdo que se debe de evaluar el nivel de conocimiento técnico a los candidatos según el puesto a desempeñar, el 45.65% está de acuerdo en que las pruebas psicológicas son fundamentales para la selección de personal idóneo, el 67.23% está de acuerdo en que la empresa realizó una entrevista no estructuradas, es decir, abiertas, el 36.96% está en desacuerdo en que la empresa se realiza monitoreo a todas las actividades realizadas en el proceso de selección, el 41.30% está en desacuerdo en que es adecuada la distribución de tareas que realiza la empresa, el 45.65% está de acuerdo en que los compañeros de trabajo tienen un buen desempeño laboral, el 63.64% indica que está totalmente de acuerdo en que los colaboradores deben de estar evaluados constantemente, el 39.13% está de acuerdo en que la atención brindada por el personal del área de Recursos Humanos es buena y/o adecuada, se concluye que: En las empresas, se ha demostrado a través de la encuesta realizada a sus colaboradores, que estos no cumplen en su totalidad con el perfil de conocimiento y habilidades que se requiere para cada puesto establecido. Por lo tanto, no se está aplicando de forma adecuada la selección de personal.

Atachagua (2021) en su tesis de licenciatura de la Universidad Alas Peruanas, Perú. Titulado *Determinación del proceso de evaluación y selección del personal en el área de Recursos Humanos de la empresa Atachagua E.I.R.L.*; el objetivo de la investigación fue: Determinar el proceso de evaluación y selección del personal en el área de recursos humanos de la Empresa Atachagua E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa 2021. Se realizó bajo metodología de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. La muestra fue de 18 trabajadores de la Empresa Atachagua E.I.R.L. Para recopilar la información se aplicó la técnica de la encuesta y su instrumento un cuestionario de 12 preguntas en escala de Likert, los resultados fueron: EL 65% califican como bueno el logro de resultados exitosos en el tiempo establecido, bajo los estándares de calidad ideales y haciendo uso adecuado de los recursos. El 76% califican como bueno la cantidad y calidad de conocimientos que posee el colaborador para desarrollarse efectivamente en su área de trabajo. EL 65% califican como bueno la habilidad para desarrollarse con eficiencia y eficacia en situaciones de emergencia, urgencia o crisis. El 81% califican como bueno el criterio propio para decidir de forma individual sobre aspectos relacionados a su puesto. El 56% indicaron como bueno la habilidad para relacionarse de forma cordial y respetuosa con los jefes, compañeros y en general con todo el personal, el 78% de los trabajadores tuvieron capacidad para laborar bajo a presión lo cual influyo para su selección en la empresa, el 78% de los trabajadores tuvieron capacidad de trabajo en equipo, es decir participar activamente en el cumplimiento de un objetivo común, por lo tanto, esto fue determinante para su selección en la empresa. El 92% califican como bueno la habilidad para expresar claramente las ideas, de forma verbal o escrita, haciendo uso de un vocabulario adecuado. El 54% califican como bueno la actitud de tolerancia, entendimiento y respeto ante los actos o sentimientos ajenos. El 50% califican como bueno la actitud de tolerancia, entendimiento y respeto ante los actos o sentimientos ajenos. El 76% califican como bueno la habilidad para priorizar y ordenar las actividades diarias, de acuerdo a las necesidades de cargo o del departamento. El 78% califican como bueno el cumplimiento a cabalidad de los horarios establecidos de: entradas, almuerzo, salidas y entrega de trabajos en fecha límite. Se concluye que: La Empresa Atachagua E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, no está seleccionando ni contratando al personal idóneo para que labore en sus instalaciones, en cargos administrativos y de apoyo. En la actualidad la Empresa Atachagua E.I.R.L. de la ciudad de Pucallpa, cuenta con un total de 25 trabajadores que

fueron evaluados y seleccionados, mediante un proceso y una entrevista personal que definió su aceptación en la empresa.

Oro (2021) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Selección de personal en las micro y pequeñas empresas del rubro comercios: Caso mueblería Happy House - Home Center del distrito de Huaraz, 2021*, tuvo como objetivo determinar la selección de personal en las micro y pequeñas empresas del rubro comercios: caso mueblería Happy House - Home Center del distrito de Huaraz, 2021. El tipo de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. La población estuvo conformada 76 trabajadores de la empresa Reclutamiento y Selección de G4S, y 58. Como técnica se estudió se utilizó fue la entrevista y encuesta y el instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario de 8 preguntas cerradas; los resultados fueron que: El 70% considera que en la institución existe un proceso de selección estructurado y efectivo. el 58% de los trabajadores indicaron que la empresa tiene los procesos de reclutamiento y selección plasmado de manera física en un Manual de procesos de selección. El 76% considera que para la realización del proceso de reclutamiento y selección se realiza un cronograma. El 58% considera que, en las necesidades de empleo enviadas por las aéreas, proporcionan datos fiables para obtener al mejor candidato. El 58% considera que la institución posee un manual de perfiles de puesto para cada posición. El 80% considera que la institución posee el MOF (manual de institución y funciones) de los trabajadores. El 70% considera que en el área de RR. HH es el único responsable de dirigir el proceso de reclutamiento y selección. el 60% considera que en la institución atrae candidatos potencialmente calificados y capaces para ocupar un cargo dentro de la misma. Se concluye que: Los trabajadores revelaron la no existencia de un proceso estructurado por para del área de talento humano y que no posee o no da a conocer de forma adecuada los procesos de reclutamiento interno, o externo, así como no tiene plasmado la documentación física tales como un manual de procesos de reclutamiento y selección de personal en recursos humanos; a la vez manifestaron las existencia de un manual de perfil de puesto y por ultimo describieron que a pesar de tener ciertas falencias la empresa si recluta a candidatos y contrata personal calificado, los cuales son capaces de ocupar los puestos dentro de la misma organización.

Variable 2: Atención al cliente

García (2022) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas del distrito de Llamellin, Ancash, 2022*; planteó como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas del distrito de Llamellin, Ancash, 2022. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. Para recolectar datos se utilizó una población y muestra de 4 propietarios para la variable gestión de calidad, población infinita de clientes y muestra probabilística de 385 clientes para la variable atención al cliente, a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas mediante la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados. El 50% de los representantes tienen siempre definidas sus objetivos y metas, el 75% siempre cuenta con un manual de procesos, el 50.91% algunas veces no es el adecuado el precio, calidad y el servicio, el 55.32% algunas veces no se sienten satisfechos con el servicio que brinda las boticas. Se concluye que, la totalidad de los representantes tienen definidos sus objetivos, como también cuenta con buen liderazgo y un manual de procesos, la mayoría de los clientes no están de acuerdo con los precios, calidad y servicio brindado. La investigación concluye que los propietarios deben aplicar nuevas estrategias para erradicar dichas deficiencias para mejorar las expectativas de sus clientes.

Arteaga (2020) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Titulado *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Coishco, 2020*. Tuvo como objetivo general: Determinar si la mejora de la atención al cliente como factor relevante permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de artículos de ferretería, distrito de Coishco, 2020. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. Se utilizó una población muestral de 5 representantes de las micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo como resultados. El 80% de los representantes tienen de 51 años a más, el 60% son del género masculino, el 100% son universitarios, el 60% son dueños de sus empresas, el 80% tienen

de 4 a 6 años en el cargo, el 100% tienen de 1 a 5 trabajadores, el 60% son familiares, 100% tiene como objetivo generar ganancias, el 80% no conocen de gestión de calidad, el 80% no conocen el término de atención al cliente, el 60% a veces aplica la gestión de calidad en el servicio. La investigación concluye que la mayoría de representantes de las micro y pequeñas empresas no conocen el término gestión de calidad, asimismo no conocen de atención al cliente no lo aplican de una forma adecuada en sus empresas, teniendo un grado de instrucción superior universitario, su objetivo es generar ganancias y siendo dueños a veces considera aplicar la gestión de calidad en sus negocios.

Flores (2021) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Titulado *Propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021*; tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021. El alcance de esta investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal o, y de una población conformada por 10 trabajadores, justificando la investigación en un mejor manejo de mype y un mejor desempeño en el mercado, en la cual se aplicó un cuestionario estructurado por 22 preguntas, a través de la técnica de la encuesta obteniéndose los siguientes resultados: se evidencia que 70% de los encuestados están de acuerdo que al brindar una atención de calidad la empresa gana una mejor imagen y marca en el mercado, por otro lado el 30% de ellos piensa que esto genera y beneficia a la empresa de manera rentable. Finalmente se concluyó que, a la satisfacción del cliente, se puede observar que consideran importante realizar promociones para adquirir nuevos usuarios y mantenerlos satisfechos al satisfacer sus necesidades, lo hacen apegándose a los estándares establecidos, los trabajadores están bien capacitados y pueden brindar un buen servicio de alta calidad.

Regionales y/o locales

Variable 1: Selección de personal

Pacheco (2022) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Titulado *Propuesta de mejora de gestión de calidad y selección de personal en la microempresa asociación civil sin fines de lucro de mantenimiento vial Valle Ipoki, distrito de Satipo, Junín, 2022*; tuvo como objetivo general determinar si la propuesta de

mejora de gestión de calidad y selección de personal permite un óptimo funcionamiento de la microempresa Asociación Civil sin fines de lucro de mantenimiento Vial Valle Ipoki, distrito de Satipo, Junín, 2022. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. Se utilizaron para ambas variables una población finita compuesta por 12 personas y una muestra de tipo censal de 12 personas integradas por representantes y trabajadores de Asociación civil sin fines de lucro de mantenimiento vial Valle Ipoki del distrito de Satipo. La técnica fue la encuesta y como instrumento dos cuestionarios, 10 preguntas para medir la variable gestión de la calidad y 10 preguntas para medir la variable de selección de personal. Como resultados, el 33.3% de los encuestados no tiene claro sus roles y planes afectando la gestión; se carece de un protocolo de atención con sus proveedores; el 66.7% indicó que en los procesos de selección del personal no se realiza ningún comunicado de convocatoria; el 50.0% de los encuestados indicaron que la decisión de elección del candidato considera aspectos no técnicos. Como conclusión, los resultados evidencian que la empresa en estudio no práctica aspectos técnicos para la selección de personal que repercute en la calidad de candidato que se integra a la organización y la gestión se caracteriza por ausencia de uso de técnicas para toma de decisiones y buen desempeño de los trabajadores.

Flores (2019) en su tesis de licenciatura de la Universidad Continental, Perú. Titulado *Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral de los colaboradores de la Empresa Inversiones Múltiples Flores E.I.R.L –Junín, 2019*; el tipo de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. La población estuvo conformada 12 trabajadores. Como técnica se estudió se utilizó fue la entrevista y encuesta y el instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario de 8 preguntas cerradas; los resultados fueron que: El 70% indicaron que existe suficiente cantidad de colaboradores en su área de trabajo. El 70% indicaron que existe constante cambio de colaboradores. El 60% de los trabajadores consideraron que en la empresa sí tomaron en cuenta sus expectativas laborales y salariales. El 70% indicaron que hay correcta selección de colaboradores para cada puesto laboral. El 70% indicaron que en su proceso de selección se ha valorado su formación profesional. El 70% indicaron que debe promoverse la capacitación permanente de colaboradores. El 70% indicaron que luego de una capacitación es más eficiente su actividad laboral. El 70% indicaron que debe promoverse en forma diaria la inducción para el trabajo del día. El 70% indicaron que se valora

eficientemente sus habilidades y destrezas personales. Se concluye que: La aplicación de estrategias y tácticas en la retención de colaboradores, tales como óptimas condiciones en el ambiente de trabajo, espacios de recreación y diversión implementado, equipos de seguridad adecuados, una buena remuneración y el trato que se le brinda a los colaboradores va permitir un alto desempeño laboral en la empresa donde se ha aplicado el presente estudio.

Variable 2: Atención al cliente

Merino (2021) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Titulado *Propuesta de mejora en atención al cliente, como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro ferretería, del distrito de Satipo, Junin 2021*; la investigación tuvo como principal objetivo: Proponer las mejoras en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Satipo, Junín 2021. La metodología empleada para este estudio fue de tipo cuantitativo, nivel descriptiva, no experimental – transversal y de enfoque cuantitativo. La población y muestra la constituyeron 4 ferreterías catalogadas como mype en el distrito de Satipo. Para obtener la información se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario referido a las variables de investigación, los resultados fueron que: El 60% considera que la empresa considera la percepción del cliente en los productos de la ferretería. El 70% considera que los mensajes de otras personas influyen en la decisión de compra del cliente. El 50% considera que la empresa se enfoca en la satisfacción de las necesidades del cliente. El 80% considera que la empresa cumple con ofrecimientos (PROMESA) realizados al cliente acerca del producto. El 70% considera que la empresa gestiona la experiencia de compra del cliente. El 50% considera que la empresa conoce que las opiniones de la familia influyen en la decisión compra del cliente. El 80% considera que la empresa conoce que una mala atención puede provocar una insatisfacción en el cliente. El 60% considera que la empresa cuenta con productos que satisfacen las expectativas del cliente. Se concluye que: Actualmente las empresas se encuentran en un nivel alto de satisfacción en relación a los clientes, pero aún no han alcanzado a sobre pasar sus expectativas, razón por la cual requieren analizar con mayor minuciosidad la demanda y las preferencias del mercado.

Porras (2019) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Titulado *Calidad de atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Botica Abefarma Satipo 2019*. Se planteó como objetivo: Describir las características de la

calidad de atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Botica Abefarma Satipo 2019. La metodología aplicada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, con un corte transversal. Se utilizó una población muestral de 10 trabajadores, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo como resultados: El 50% indicaron que la atención para tomar el pedido es rápida. El 50% de los trabajadores cumplen con la atención preferencial de acuerdo a ley. El 50% de los trabajadores brinda atención en el momento que el cliente lo requiere para ser escuchado. El 50% de los trabajadores ofrecen brindan una información oportuna, veraz y una atención individualizada a sus clientes. El 50% usan un lenguaje claro y entendible para los clientes. El 50% del personal siempre están dispuestos a resolver dudas. El 50% de los trabajadores de los trabajadores muestran una actitud pasiva y positiva frente a un reclamo o queja de algún cliente irritable. El 50% respetan los sentimientos y emociones de los clientes. Se concluye que: los clientes prefieren boticas por sus precios cómodos, la mayor parte busca una buena atención donde el cliente vaya satisfecho por la compra hecha y la atención brindada; ya que el cliente siempre debe ser considerado como actor principal del proceso.

Huallpa (2021) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Titulado *Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio rubro boutiques del distrito de Satipo, Junín 2021*; planteó como objetivo: Proponer la atención al cliente como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en la Mypes del sector comercio rubro boutiques del distrito de Satipo, Junín 2021. La metodología de investigación fue de tipo cuantitativa, de nivel descriptivo y diseño No experimental – transversal. La población fue de 35 Mypes del rubro boutiques, la muestra tomada fue probabilística de tipo censal. Su técnica fue la entrevista y el instrumento un cuestionario que por su medio resultó respecto a la variable Atención al cliente se encontró a un 57,14% de empresarios de las mypes boutiques afirman que algunas veces se toman medidas para mejorar la atención al cliente, respecto a la variable Sostenibilidad de los emprendimientos se tiene a un 74,29% de empresarios de las mypes boutiques afirman que algunas veces la empresa toma en cuenta medidas de sostenibilidad para que sus empresas perduren en el tiempo. Concluyó la investigación proponiendo mejoras de la atención al cliente y con la identificación de los factores relevantes de la atención al cliente ya con que

con sus componentes podemos determinar las deficiencias, fortalecerlas y asegurar la rentabilidad de las boutiques en el tiempo.

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Selección de personal

La selección de personal es el proceso que se sigue para contratar a un empleado, este proceso es la herramienta que aplica la dirección de la empresa para diferenciar aquellos que están cualificados de los que no lo están, es así que el personal de RR. HH. debe analizar toda la información referente a la vacante, así como las habilidades, formación y características de cada candidato; finalmente, seleccionará las personas más adecuadas al puesto. El proceso de selección de personal es fundamental para cualquier organización si se busca convertir el factor humano en una ventaja competitiva (Souto, 2019).

La selección de personal es un proceso mediante el cual la empresa elige entre diferentes candidatos aquel más adecuado para ocupar una plaza. Parte de la necesidad de contratar a nuevos empleados, ya sea porque una plaza ha quedado vacante o se ha creado una nueva, e incluye desde el reclutamiento del talento hasta la selección final de los profesionales más capacitados y que más valor puedan aportar a la empresa (Del Pino y González, 2023).

A lo largo del proceso de selección de personal se desarrollan una serie de etapas que permiten analizar cada candidatura a nivel profesional y personal. El objetivo es seleccionar los perfiles más adecuados a las necesidades de la empresa. Las fases más relevantes dentro del proceso de selección de personal son el reclutamiento, la selección y la incorporación de los candidatos a la empresa (Carrasco, 2022).

Dimensión 1: Preselección de personal

La captación y retención de talento es sin duda un elemento clave para el éxito de las empresas. Encontrar al empleado ideal para cada puesto de trabajo es una tarea difícil que requiere de un gran esfuerzo por parte del departamento de Recursos Humanos. La preselección de candidatos, la fase anterior al proceso de selección, puede ahorrarnos mucho tiempo, dinero y dolores de cabeza. Realizar este trabajo previo de investigación es necesario si queremos encontrar el candidato perfecto. Un trabajo que nos ayudará a cubrir vacantes de una forma más efectiva y rápida, gracias a la detección de necesidades y definición detallada del perfil a buscar. La preselección de candidatos se trata de una fase

inicial del reclutamiento de personal en la que se trata de definir los puntos clave de este proceso (Zurita, 2022).

Indicador 1: Perfil del puesto

El principal objetivo del perfil de puesto o descripción de puesto es establecer cuáles son las funciones y atributos que debería tener quien lo ocupe, con ello se facilita el proceso de reclutamiento, inducción, operación, capacitación y planeación, es decir que es útil durante todo el ciclo de vida del empleado; el principal objetivo del perfil de puesto o descripción de puesto es establecer cuáles son las funciones y atributos que debería tener quien lo ocupe, con ello se facilita el proceso de reclutamiento, inducción, operación, capacitación y planeación, es decir que es útil durante todo el ciclo de vida del empleado (Rodríguez, 2021).

Indicador 2: Reclutamiento

Cuando se habla de reclutamiento de personal esta refiriendo al proceso de identificar y atraer a potenciales trabajadores a nuestra empresa. Unos candidatos que deberán adaptarse a las necesidades no solo del puesto, sino a los valores de nuestra empresa y a la cultura organizacional en general. En sentido estricto encontramos cuatro tipos distintos de reclutamiento, dependiendo de si la empresa busca talento fuera de la empresa o desde dentro; y en función de si lo hace o no con las últimas tecnologías. De acuerdo con Rivera (2019):

Reclutamiento de personal externo. En el reclutamiento de personal externo lo que se hace es buscar talento fuera de la empresa. Se trata del reclutamiento de personal más conocido y puede llevarse a cabo de distintas maneras y a través de diferentes fuentes. Por ejemplo, se puede buscar talento: A través de servicios de empleo; a través de Internet. En fuentes de reclutamiento de personal externo como portales de empleo premium, universidades, bolsas y otras; externalización u outsourcing de recursos humanos del reclutamiento: mediante una agencia de reclutamiento de personal especializada. En cualquier caso, suelen utilizarse para reforzar la labor del departamento de RR.HH.

Reclutamiento de personal interno. El reclutamiento interno es aquel que, apuesta por detectar el talento interno de la compañía, es decir, por analizar qué empleados actuales podrían desempeñar el puesto que se requiere. Sin embargo, no siempre es fácil obtener esta información. Entre otros, son necesarios los constantes programas

de formación y las evaluaciones de desempeño. Para conseguirlo podemos activar diferentes sistemas: Programas de referidos, programas de promoción interna, y recontractación de fuga de talentos.

Dimensión 2: Pruebas de selección

El objetivo de las pruebas de selección es comprobar si el candidato se adecúa al puesto de trabajo y a la cultura organizacional. En una simple entrevista de selección podemos conocer cómo se expresa y preguntarle por su experiencia y formación, pero será a través de pruebas específicas donde comprobemos estos y otros aspectos en mayor profundidad. Es una herramienta que permite cribar a los candidatos una vez pasada la criba curricular. No obstante, esta última ha de haber sido realizada correctamente, preferentemente a través de criterios como killer questions y similares (Bravo, 2022).

Indicador 1: Habilidades laborales

Las habilidades laborales o profesionales se pueden definir como la suma de conocimientos y habilidades clave para desempeñar correctamente una determinada actividad en el trabajo. Así pues, el desarrollo de estas capacidades cobra cada vez más relevancia en las empresas actuales. Autonomía, manejo del tiempo, destrezas tecnológicas, entre otras, son ejemplos de las habilidades laborales necesarias para tener un buen desempeño profesional, y que a su vez hacen parte de un conjunto de valores intangibles, resultado de la combinación de diferentes habilidades sociales, comunicativas, psicológicas y comportamentales, entre otras, y que configuran al ser que se relaciona de manera efectiva con otros. De acuerdo con Sánchez (2022) estas son las habilidades más batucadas.

Inteligencia Emocional. La capacidad de regular las emociones, las pulsaciones, las sensaciones; y especialmente, la forma en que se expresan, conlleva a relaciones armoniosas y facilidades en la resolución de posibles conflictos. No obstante, hasta ahora se le empieza a observar con la importancia merecida gracias a los múltiples estudios se vienen desarrollando.

Trabajo bajo a presión. La capacidad de desarrollar determinadas tareas profesionales bajo condiciones adversas tanto de tiempo como de sobrecarga, manteniendo un ritmo de eficiencia y eficacia, es lo que se conoce como trabajar bajo presión.

Capacidad de adaptación. En el mismo sentido del punto anterior, la velocidad de los cambios requiere una adaptación igualmente rápida. Los colaboradores que se

informan, y se preparan constantemente, se adaptan a cualquier circunstancia que exija nuevas rutinas, nuevas relaciones, el uso de nuevas herramientas, contribuirán a que la misma empresa se sobreponga a cualquier situación.

Resolución de conflictos. Los nuevos escenarios que implican el trabajo moderno (choques generacional cultural, idiomático), traen consigo, como era de esperarse, nuevas tensiones. Los colaboradores se sumarán a la empresa en la medida que logren superar dichos conflictos de la manera más armoniosa, tranquila y rápida.

Creatividad e innovación. Colaboradores con estas habilidades permiten que la empresa se destaque en el mercado y la adaptación a los cambios se realice más rápido y eficazmente. Además, la creatividad e innovación facilitan adelantarse a la competencia y son pieza clave para construir nuevas oportunidades de negocio.

Comunicación. Aunque hay cada vez más canales y herramientas, la calidad de la comunicación no necesariamente aumenta. Y en este punto el desarrollo de las habilidades laborales de los colaboradores puede hacer una gran diferencia. Una adecuada comunicación es una habilidad de gran importancia y transversal en todos los ámbitos, especialmente en las organizaciones. En resumen, saber expresar claramente es un elemento de gran valor en el entorno laboral.

Indicador 2: Entrevista

La entrevista laboral es el momento en que el candidato y el futuro empleador se encuentran. El objetivo de esta entrevista es que el empleador compruebe que las aptitudes del candidato se ajustan a las necesidades del puesto que se va a cubrir. Durante la entrevista, el candidato presenta su trayectoria profesional, haciendo hincapié en sus competencias y experiencia profesional en relación con el puesto a cubrir. Esta entrevista es realizada por el empleador o por un agente (empresa o consultor de contratación), dependiendo del perfil y del puesto, la entrevista puede realizarse de diferentes maneras, por ejemplo, presencial, o una entrevista laboral online; por ello es importante conocer las características de la entrevista de trabajo: En primer lugar, son cualitativas; deben ser grabadas en clip de video, en audio o por medio de toma de notas; las entrevistas tienen la posibilidad de hacerlas personalmente, vía telefónica o por medios digitales; siguen una serie de preguntas, desde las más simples hasta las más complejas; las cuestiones tienen que ser neutras, cortas y puntuales; comúnmente son particulares, sin embargo, pueden establecerse en conjuntos

pequeños; y existe una interacción interactiva entre entrevistado y entrevistador (Callejo, 2019).

Variable 2: Atención al cliente

La atención al cliente se refiere al área de la empresa que tiene como objetivo dar soporte al consumidor, garantizar la resolución de sus problemas y, en consecuencia, velar por la satisfacción del público. Para ofrecer una buena atención al cliente, es fundamental que el equipo de trabajo esté bien preparado para garantizar una comunicación clara, capacidad de respuesta, seguridad y confianza, empatía y proactiva con los clientes; se puede decir que ofrecer un buen servicio al cliente tiene múltiples beneficios para la empresa; los dos más destacados son la retención y fidelización de los consumidores, así como el conjunto de información valiosa que podrá obtener sobre el público objetivo (Valenzuela, 2019).

Dimensión 1: Capacidad de respuesta

Se puede decir que la capacidad de respuesta se refiere a la actitud que usted muestre para ayudar a sus clientes y para suministrar un servicio rápido. La capacidad de respuesta con la fiabilidad, también incluye el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos. Accesibilidad es también parte de la capacidad de respuesta; se refiere a la posibilidad que tienen sus clientes de entrar en contacto con usted y la facilidad con que pueden lograrlo, los elementos de capacidad son: compromiso, accesibilidad y rapidez (Corones, 2019).

Se puede decir que esta dimensión se basa en la disposición para brindar un servicio veloz: rapidez, exactitud, oportunidad. En otras palabras, no es suficiente contar con medios para ofrecer un servicio, sino debe ser posible brindarlo cuando el cliente lo demanda.

Indicador 1: Disposición de ayuda

En la actualidad es fundamental que todos los servicios posean un índice alto de total disponibilidad. El propósito general de dicha disponibilidad de la prestación es garantizar que las prestaciones se encuentren disponibles cada vez que sean solicitados. Por lo cual, para que un usuario puede encontrarse complacido con la prestación brindada, es necesario que lo consuma; y para que logre consumirlo, debe obtener acceso a ello. De esa manera, una condición para lograr brindar calidad al usuario (captada como su complacencia recurrente), es que la prestación se encuentre a disposición de él. En otras palabras, no se podrá ofrecer una buena calidad al usuario si se mantiene en un nivel, pero es fundamental tenerlo porque si hiciera falta, todos los esfuerzos que se desarrollen en otros niveles se convertirán en esfuerzos en vano (Gómez et al., 2021).

Se puede decir que la disposición se refiere a la voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y brindar un servicio oportuno, es decir implica la capacidad de los empleados para responder rápidamente a las necesidades del cliente, brindar asistencia y mostrar una actitud proactiva.

Indicador 2: Solución de problemas

Los problemas de servicio al cliente son una de las principales preocupaciones de cualquier empresa. Esto se debe a que la satisfacción del cliente es uno de los factores más importantes para el éxito de un negocio. Si los clientes no están contentos, enfrentarán dificultades para entregar un producto o servicio de calidad y extremadamente experiencial. El factor que puede contribuir a los problemas de servicio al cliente es la falta de comunicación entre la empresa y sus clientes. Si los clientes no reciben información clara y precisa sobre los productos o servicios de la empresa, es probable que se sientan frustrados y descontentos; por ello importante identificar los problemas de servicio al cliente que existen en la empresa. Esto significa evaluar todos los canales de comunicación y los procesos de servicio al cliente. Una vez identificados los problemas, la empresa debe establecer un plan para abordar estos problemas. Llegar a este punto incluye mejorar los procesos existentes, capacitar al personal para mejorar la calidad del servicio al cliente, desarrollar nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia de los procesos de servicio al cliente y aumentar las inversiones en publicidad para mejorar la imagen de la empresa (Ayón, 2022).

Dimensión 2: Seguridad

Es el conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza. La credibilidad es fundamental para convertir a los clientes potenciales en consumidores y construir una base de clientes sólida. Ofrecer un excelente servicio de atención al cliente demuestra compasión y compromiso con los problemas de los clientes. Demuestra que tu empresa se preocupa por los intereses de sus clientes y que les ayudará en cualquier problema que puedan tener en el futuro; podemos decir que las reseñas y recomendaciones siguen siendo las fuentes de confianza de los clientes potenciales antes de realizar una compra. Esto sucede porque la experiencia personal de un cliente se considera más auténtica que las campañas de marketing de la empresa (Roncal, 2019).

Indicador 1: Confianza

generar confianza con los clientes es fundamental para el éxito de cualquier empresa o marca. Humanizar la marca, crear contenido de valor, brindar soporte adecuado y

proporcionar información veraz son algunas de las estrategias que pueden ayudarte a mantener esa confianza a largo plazo. Es importante recordar que, aunque los errores pueden suceder, con una estrategia adecuada y una pronta acción para corregirlos, se puede recuperar la confianza de los clientes y seguir fortaleciendo esa relación de confianza en el tiempo, cabe decir que cada interacción con el cliente es una oportunidad para fortalecer esa confianza, por lo que debes estar siempre atento a sus necesidades y expectativas (Ávila, 2021).

Indicador 2: Profesionalismo

El profesionalismo es la manera de desarrollar las actividades en el trabajo con compromiso, responsabilidad y eficiencia, utilizando las herramientas de una formación específica, y respetando las pautas preestablecidas socialmente y en el lugar de trabajo; con respecto a la atención al cliente, se puede decir que el equipo de atención debe conocer el producto y la empresa como nadie, se puede decir que no hace falta ser un super especialista, basta con tener un conocimiento profundo del producto para, en caso necesario, ser capaz de responder a dudas difíciles y específicas (Giner, 2019).

Marco conceptual

Selección de personal. La selección de personal es un proceso sumamente importante, la contratación de un buen personal aumentará el desempeño de la organización: por el contrario, si hay una mala contratación, entonces el trabajo se verá afectado; por lo tanto, el costo para reemplazar ese mal recurso será alto (Prieto et al., 2021).

Reclutamiento de personal. Es el primer paso para atraer nuevo talento en un puesto de trabajo, por eso es de suma importancia; el contar con un proceso definido y eficiente, ya que nos ayuda a prever algunas cuestiones como el seleccionar adecuadamente a nuestros postulantes (en el caso de que la cantidad de postulantes que se presenten sea mayor al número de vacantes), de acuerdo a los requerimientos y competencias solicitadas por nuestra organización o alguna otra entidad (Álvarez 2021).

Entrevista del personal. Es la fase más importante del proceso de reclutamiento. Se realiza tras el análisis previo del currículum y pruebas de selección como test de personalidad o dinámicas, individuales o entrevistas de grupo; Consiste en establecer una conversación donde el entrevistador efectúa diversas preguntas con la intención de conocer más al candidato, es así que la entrevista suele ser determinante para la contratación, por ello, es

importante conocer cuáles son los objetivos, sus características, metodología e, incluso, saber cuáles son las preguntas más frecuentes (Prieto et al., 2021).

Atención al cliente. Es el conjunto de acciones enfocadas en mejorar la experiencia de un cliente, con la cual se establece un proceso para resolver cualquier desafío, duda o problema del cliente de manera inmediata y efectiva. Esto puede hacerse por distintos medios de comunicación como teléfono, correo electrónico, chat en vivo, chatbots, tickets y redes sociales (Gómez y Zambrano, 2023).

Satisfacción del cliente. La satisfacción del cliente es el resultado de comparar la percepción que tiene el cliente de los beneficios de un producto o servicio con las expectativas que tenía creadas; ello implica una gran subjetividad: la satisfacción de cada comprador estará en función tanto de sus expectativas como de la percepción del resultado global del producto o servicio; por eso no basta con preguntar a unos pocos, hay que recoger el mayor número de opiniones que sea posible (Cañarte y Morán, 2021).

Lealtad del cliente. Es la probabilidad de que sus clientes continúen comprándole y lo recomienden a sus familiares y amigos, al fidelizar clientes logrará que inviertan más dinero en sus productos, hablan bien de su negocio, y sean usuarios avanzados de su producto o servicio; los clientes se vuelven leales a una marca porque se sienten valorados e identificados como usuarios de esa marca, pues un consumidor leal confía en el valor que recibe al usar el producto y en que la marca hará lo correcto por él; para fidelizar clientes, continúe leyendo para conocer más sobre cómo medir la lealtad del cliente y brindar una excepcional experiencia al cliente puede impactar de forma positiva en la fidelidad (Gómez y Zambrano, 2023).

2.3 Hipótesis

En la investigación: Propuesta de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023; no se planteó una hipótesis por ser de nivel descriptivo. Concordando con Medina (2023) quien explica que la investigación descriptiva no se formula una hipótesis puesto que no se busca la relación entre las variables, ya que solo tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes, el

investigador puede elegir entre ser un observador completo, observar cómo participante, un participante observador o un participante completo.

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel, tipo y diseño de investigación

Nivel

El estudio fue de nivel descriptivo, al respecto Medina (2023) explica que la investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas. La investigación descriptiva, por tanto, lo que hace es definir, clasificar, dividir o resumir. Fue de nivel descriptivo, porque se describieron las características de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo.

Tipo

La investigación fue de tipo cuantitativo, al respecto Medina (2023) explica que a investigación cuantitativa se usa para comprender frecuencias, patrones, promedios y correlaciones, entender relaciones de causa y efecto, hacer generalizaciones y probar o confirmar teorías, hipótesis o suposiciones mediante un análisis estadístico. De esta manera, los resultados se expresaron en tablas y figuras, las herramientas más usadas para este tipo de investigación son las encuestas o cuestionarios, las cuales fueron empleadas para plantear una misma serie de preguntas cerradas a un determinado número participantes, utilizando escalas para medir datos numéricos

De propuesta

De acuerdo a Medina (2023) explica que con las propuestas mejoras se ofrecen soluciones a problemas, a través de un es un conjunto de medidas de cambio que se toman en una organización para mejorar su rendimiento; por ende, se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados de la investigación, es así que se logró establecer estrategias que permitan reducir los errores en atención al cliente y gestión de calidad.

Diseño

En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal

Fue No experimental, al respecto Medina (2023) indica que se es no experimental cuando se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no se realizan variaciones en forma intencional pues se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. En este sentido en el estudio solo se observaron las características de las variables selección

de personal y atención al cliente, tal como se encontró dentro de su contexto, sin sufrir modificaciones.

Fue Transversal, al respecto Medina (2023) manifiesta que es de corte transversal porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es decir, estudio, se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin, específicamente en el año 2023.

3.2. Población y muestra

V1: Selección de personal

De acuerdo con Medina (2023) explica que la población es el grupo completo de personas sobre el que queremos obtener información. Por eso, el primer paso es determinar qué población queremos estudiar y establecer el número de personas que la componen de la forma más aproximada posible.

Población: La población estuvo constituida por 5 trabajadores de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Por su parte Medina (2023) explica que una muestra es un subconjunto de la población que está siendo estudiada. Representa la mayor población y se utiliza para sacar conclusiones de esa población.

Muestra: La muestra estuvo constituida 5 trabajadores de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023. Es decir, se tomará el 100% de la población.

V2: Atención al cliente

Población: La población estuvo constituida por 40 clientes recurrentes que acuden a la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Muestra: La muestra estuvo constituida 40 clientes recurrentes que acuden a la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023. Es decir, se tomó el 100% de la población.

Muestreo: Censal

En este sentido Mucha, et al. (2021) establece que la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra. De allí, que la población a estudiar se precise como censal por ser simultáneamente universo, población y muestra

3.3. Variables. Definición y operacionalización

Variables	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valorización
Variable 1 Selección de personal	La selección de personal es el proceso que se sigue para contratar a un empleado, en la primera fase se encuentran a la preselección en donde se eligen los primeros lotes del curriculum vitae; Luego siguen la selección en donde dese aluciaran las pruebas de los conocimientos, la destreza, la formación y la experiencia, finalmente se culmina con la contratación e incorporación (Souto, 2019).	Preselección Pruebas de selección	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil del puesto • Reclutamiento • Habilidades laborales • Entrevista 	Likert	Siempre= 5 Casi siempre= 4 A veces= 3 Pocas veces= 2 Nunca=1
Variable 2 Atención al cliente	La atención al cliente se refiere al área de la empresa que tiene como objetivo dar soporte al consumidor, garantizar la resolución de sus problemas y, en consecuencia, velar por la satisfacción del público. Para ofrecer una buena atención al cliente, es fundamental que el equipo de trabajo esté bien preparado para garantizar una comunicación clara, capacidad de respuesta, seguridad y confianza, empatía y proactiva con los clientes (Valenzuela, 2019).	Capacidad de respuesta Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Disposición de ayuda • Solución de problemas • Confianza • Profesionalismo 	Likert	Siempre= 5 Casi siempre= 4 A veces= 3 Pocas veces= 2 Nunca=1

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de información

Técnica

Según Ramírez (2019) una encuesta agrega datos específicos a los cuestionarios para que al finalizar pueda existir un análisis estadístico con la información obtenida para evaluar a un grupo de personas ya que las respuestas se agregan para llegar a una conclusión. La técnica que se utilizó, para recolectar información fue la encuesta, debido a que es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

Instrumento

Según Guevara (2020) explica que un cuestionario es un conjunto de preguntas escritas utilizadas para obtener información indistintamente para evaluar a una sola persona. Aun cuando el cuestionario puede ser respondido por más de una persona, las respuestas no forman parte de un análisis estadístico. En esta investigación, el instrumento que se empleó fue un cuestionario que estuvo conformado por 20 ítems, 10 ítems para la variable: Selección de personal y 10 ítems, para la variable: Atención al cliente (Anexo 2). A su vez la confiabilidad de los cuestionarios se estimó por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach en donde el resultado para la variable selección de personal fue de un valor de 0.892; y para la variable se obtuvo una confiabilidad del 0.888; lo que indica que los instrumentos tienen una excelente confiabilidad (Anexo 6) y se realizó la validación a través de juicio de expertos en la que 3 profesionales de administración con grado de maestría o doctorado analizaron y aprobaron el cuestionario para su aplicación (Anexo 3).

3.5. Método de análisis de datos

Según Medina (2023) un plan de análisis de datos lo ayuda a reflexionar sobre los datos que recopilará, para qué los utilizará y cómo los analizará. La planificación del análisis puede ser una inversión de tiempo muy valiosa.

En la investigación para el análisis de los datos recolectados se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Así mismo se utilizaron los siguientes programas informáticos: Microsoft Word: con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones; del mismo modo se utilizó el Acrobat Reader XI, el cual es un software gratuito que permitió leer archivos

digitales de extensión PDF, como es el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual; a su vez el Microsoft Excel, el cual fue utilizada para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas; así también se utilizó el programa Turnitin para hacer la verificación que no existe plagio, así como el uso del Mendeley para la generación de las referencias bibliográficas en norma APA 7ma edición; por último, el PPT para la presentación.

3.5 Aspectos éticos

La presente investigación se realizó bajo los principios éticos del Reglamento de integridad científica de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (2023):

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes. Se protegió a las personas partícipes de la investigación respetando su privacidad, no se colocaron datos personales como números telefónicos y dirección del domicilio en el consentimiento informado y cuestionario. Asimismo, no se tomó fotografías de su imagen sin la autorización respectiva; y se comunicó a cada representante que los datos proporcionados solo tendrían fines investigativos.

Cuidado del medio ambiente. Como forma de contribución al medio ambiente, preservación de la naturaleza y evitar la tala excesiva de árboles, se aplicó el cuestionario utilizando papeles reciclados, los cuales contenían las preguntas a realizar. Además, se utilizó la energía eléctrica moderadamente, se evitó que la laptop de uso para el trabajo de investigación quede cargando por largas horas.

Libre participación por propia voluntad. El cuestionario se aplicó después de dar a conocer el propósito de la investigación, contemplado en el consentimiento informado. Además de la petición de participación hacia el representante, lectura del documento, su aceptación y firma en dicho consentimiento. También se aclararon las dudas de los encargados de la microempresa relacionadas a la información brindada con el fin de otorgarles mayor seguridad en su intervención

Beneficencia, no maleficencia. Se aclaró a los trabajadores y clientes de la microempresa en estudio, que su participación a través de la información brindada no les ocasionaría daño alguno y se respetó sus peticiones como la anonimidad de sus respuestas en el cuestionario. Además, no se interrumpió en horas de labor, se esperó a que estuvieran libres y no estén atendiendo a algún cliente, así se evitó causarles algún tipo de malestar. También se

dio a conocer la importancia que tenía su participación en el trabajo de investigación, resaltando los beneficios del conocimiento de aspectos en torno a la selección de personal y atención al cliente y su relevancia para una administración de calidad.

Integridad y honestidad. Se trabajó con integridad y rectitud en todas las actividades y procesos de la investigación, recabando información real y veraz mediante la técnica de la encuesta y a través de la búsqueda de libros, tesis, artículos, revistas, diarios y paginas confiables que fueron empleados con mucha transparencia, honestidad y responsabilidad en la elaboración de este estudio.

Justicia. Se otorgó un trato cordial a todos los participantes de la investigación, indicándoles la causa e importancia de la encuesta y su colaboración; además, se entregó un modelo de consentimiento igual para todos y se les aplicó las mismas preguntas. También se les dio a conocer los resultados de la investigación, haciéndoles llegar una copia de la información.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

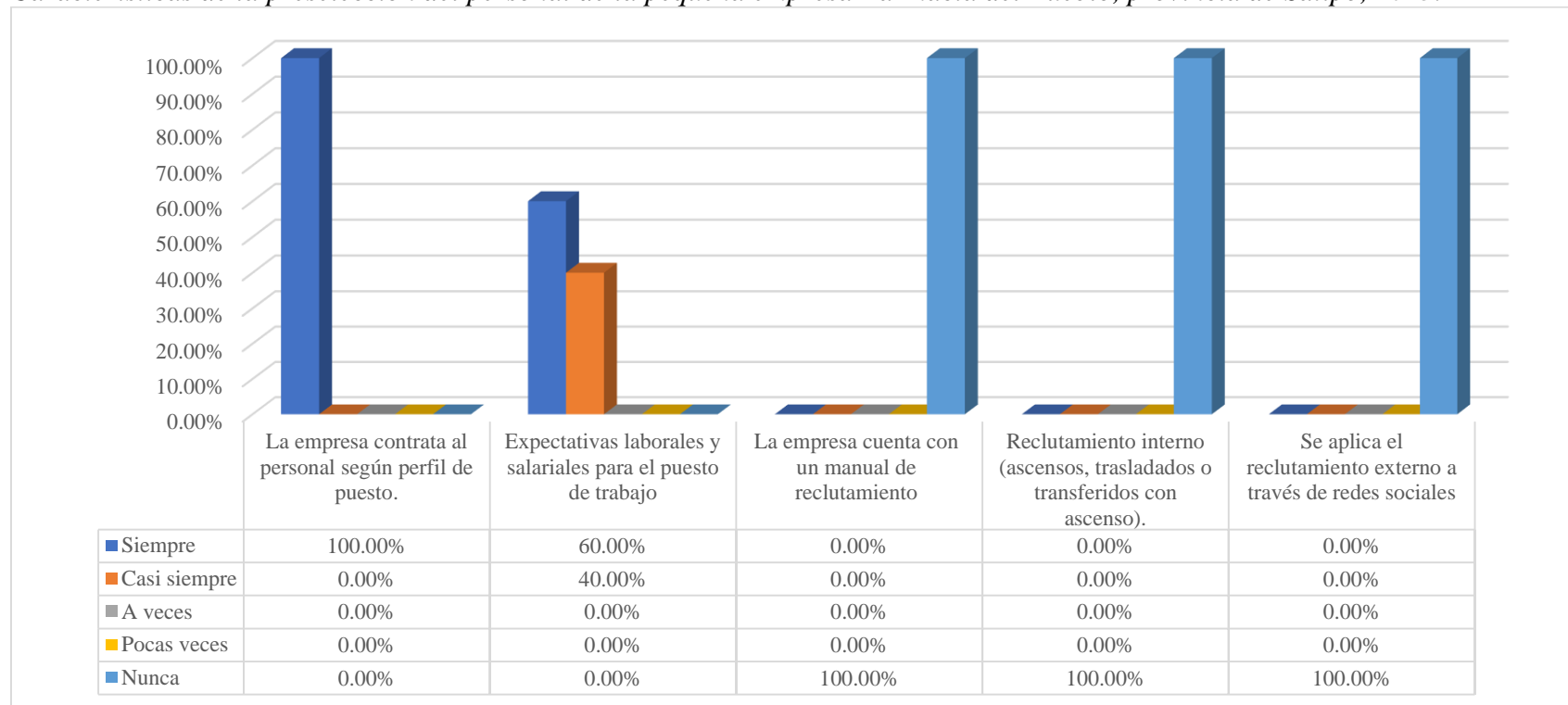
Características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Características de la preselección del personal	N	%
La empresa contrata al personal según perfil de puesto		
Siempre	5	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	5	100.00
Expectativas laborales y salariales para el puesto de trabajo		
Siempre	3	60.00
Casi siempre	2	40.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	5	100.00
La empresa cuenta con un manual de reclutamiento		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00
Reclutamiento interno (ascensos, trasladados con ascenso)		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00
Se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado al personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Figura 1

Características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico 1: Describir las características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Tabla 2

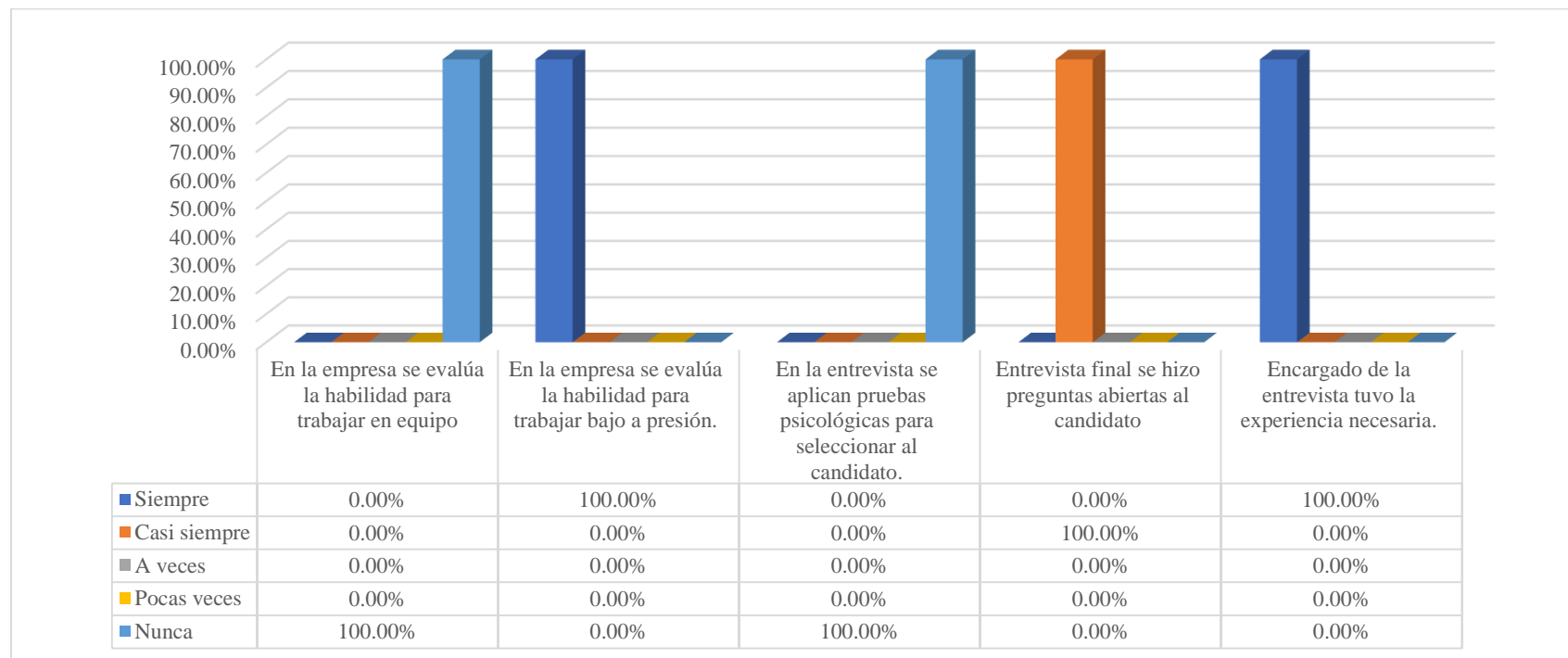
Características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Características de las pruebas de selección del personal	N	%
En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar en equipo		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00
En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar bajo a presión.		
Siempre	5	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	5	100.00
En la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato.		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	5	100.00
Total	5	100.00
Entrevista final se hizo preguntas abiertas al candidato		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	5	100.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	5	100.00
Encargado de la entrevista tuvo la experiencia necesaria.		
Siempre	5	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	5	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado al personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Figura 2

Características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico 2: Describir las características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Tabla 3

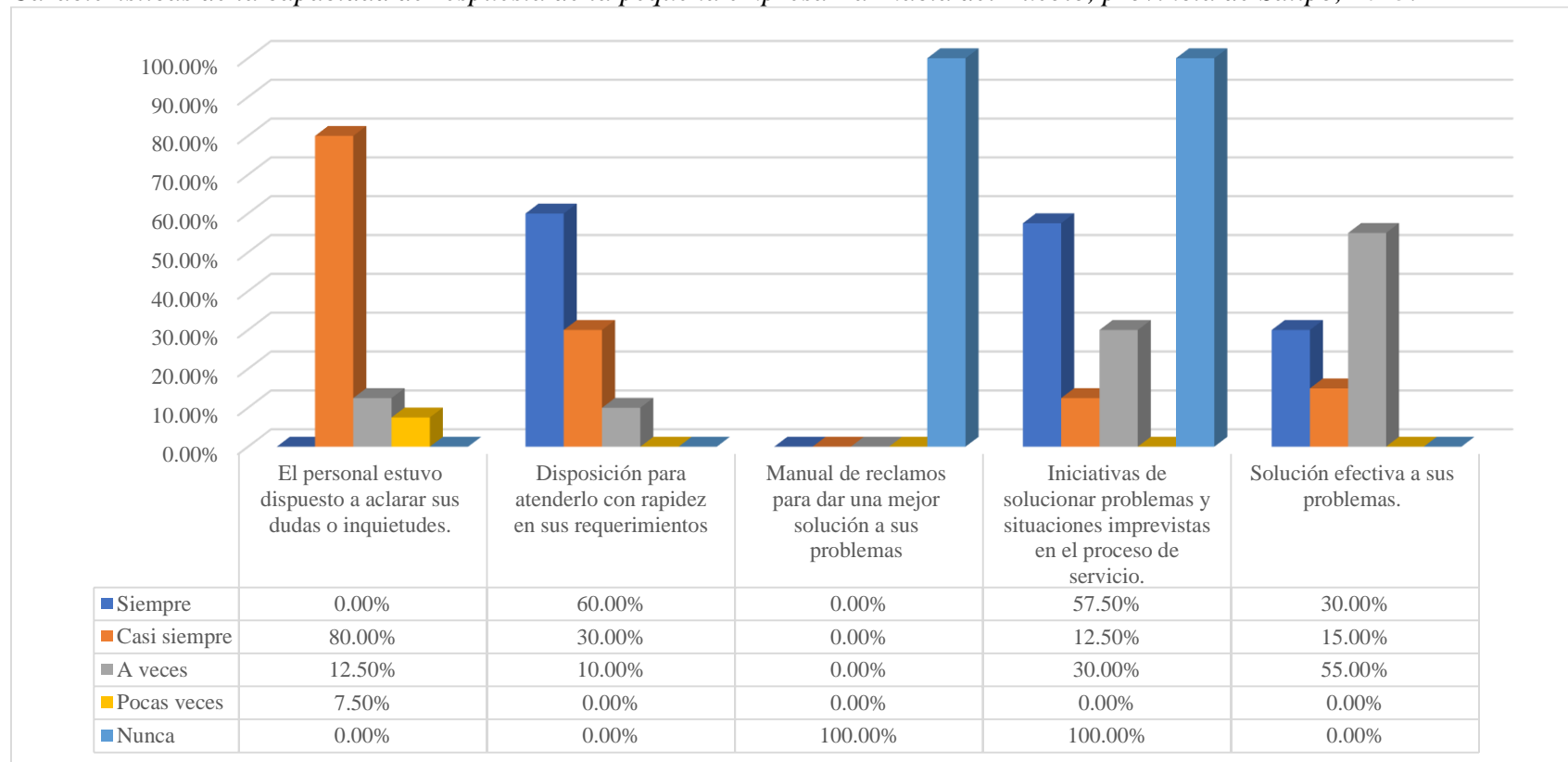
Características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Características de la capacidad de respuesta	N	%
El personal estuvo dispuesto a aclarar sus dudas o inquietudes.		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	32	80.00
A veces	5	12.50
Pocas veces	3	7.50
Nunca	0	0.00
Total	40	100.00
Disposición para atenderlo con rapidez en sus requerimientos		
Siempre	24	60.00
Casi siempre	12	30.00
A veces	4	10.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	40	100.00
Manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	40	100.00
Total	40	100.00
Iniciativas de solucionar problemas y situaciones imprevistas en el proceso de servicio.		
Siempre	23	57.50
Casi siempre	5	12.50
A veces	12	30.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	40	100.00
Solución efectiva a sus problemas.		
Siempre	12	30.00
Casi siempre	6	15.00
A veces	22	55.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	40	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes recurrentes de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Figura 3

Características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico 3: Describir las características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Tabla 4

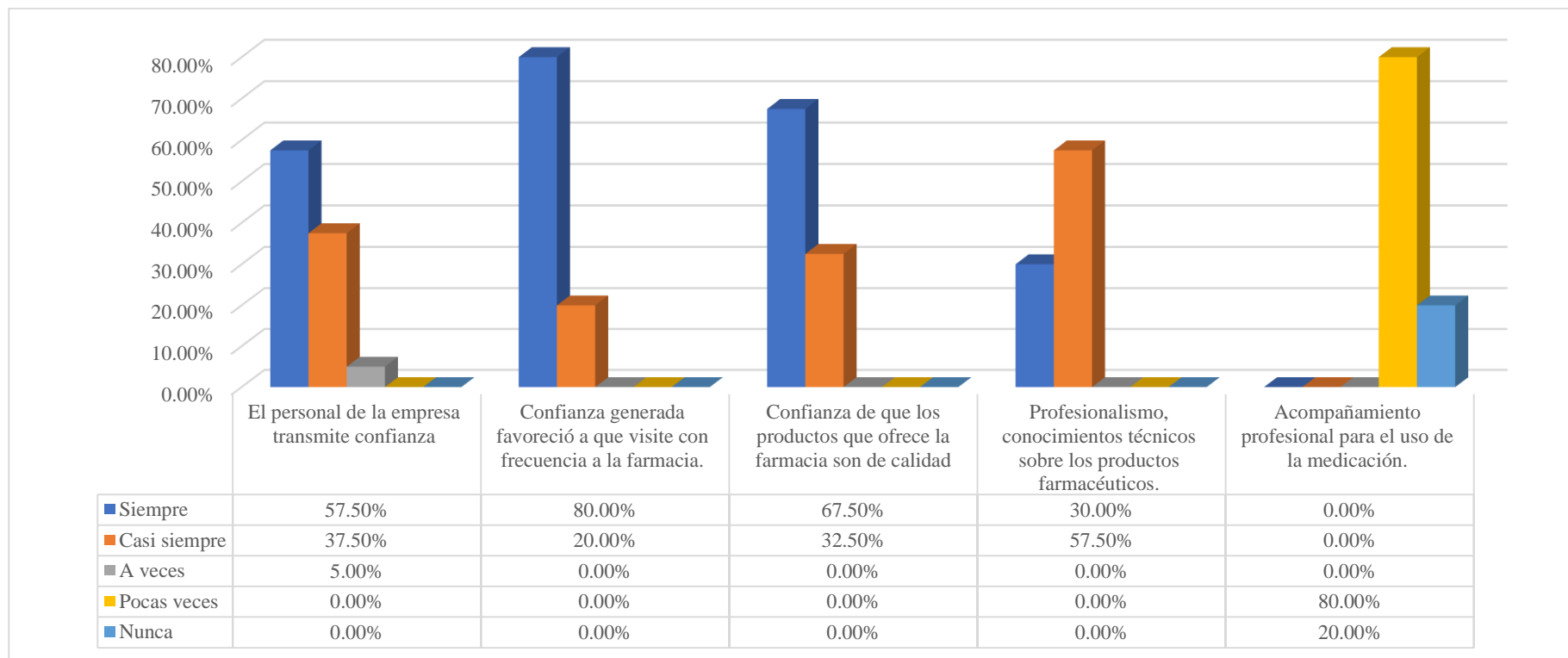
Características de la seguridad de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Características de la seguridad	N	%
El personal de la empresa transmite confianza		
Siempre	23	57.50
Casi siempre	15	37.50
A veces	2	5.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	40	100.00
Confianza generada favoreció a que visite con frecuencia a la farmacia.		
Siempre	32	80.00
Casi siempre	8	20.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	40	100.00
Confianza de que los productos que ofrece la farmacia son de calidad		
Siempre	27	67.50
Casi siempre	13	32.50
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	40	100.00
Profesionalismo, conocimientos técnicos sobre los productos farmacéuticos.		
Siempre	12	30.00
Casi siempre	23	57.50
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	35	87.50
Acompañamiento profesional para el uso de la medicación.		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	32	80.00
Nunca	8	20.00
Total	40	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes recurrentes de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Figura 4

Características de la seguridad de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico 4: Describir las características de la seguridad de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Tabla 5

Propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Variable	Indicador	Problema	Causa	Consecuencia	Acciones de mejora	Responsables	Presupuesto
Selección de personal	Reclutamiento	El 100.00% de los trabajadores considera que la empresa nunca ha contado con un manual de reclutamiento.	El gerente desconoce de la elaboración de un manual de reclutamiento y selección. El gerente presenta resistencia al cambio es decir están acostumbrados a los mismos procesos para contratar al personal	Altas probabilidades de contratar a un profesional poco especializado en el rubro. Bajo nivel de productividad en distintas áreas debido a que puede que no se tenga el profesional experto para ejecutar las actividades.	Implementar un manual de reclutamiento y selección: <ul style="list-style-type: none"> • Requisición de Personal • Análisis de las Fuentes de Reclutamiento • Elección de los Medios de Publicación • Elección del Contenido del Reclutamiento • Recepción de Solicitudes de Empleo 	Gerente/ personal	s/1,000.00
		El 100.00% del personal considera que nunca se aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso).	El gerente desconoce de la importancia de mejorar el desarrollo profesional de los trabajadores a través de los ascensos o quizá se deba a que como la empresa es pequeña tiene un limitado grupo de trabajadores ya antiguos que se desempeñan de manera eficiente por lo que los ascensos	Personal desmotivado debido a que considera que el gerente no promueve su desarrollo profesional. Insatisfacción del personal debido a que no consideran que están siendo valorados por la empresa.	Aplicar el reclutamiento interno a través de ascensos, para ello el gerente deberá tomar en cuenta lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Colocación de avisos de vacantes de empleo en los murales, tableros y boletines. • Revisión del expediente de personal, ya que allí se podrían descubrir a colaboradores que se han desempeñado. 	Gerente/ personal	s/1,000.00

			sólo se harían cuando estos abandonen la empresa.		<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de los resultados de las evaluaciones de desempeño. • Revisión de las capacitaciones y entrenamiento recibidos por parte de los empleados. 		
		El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales.	Es gerente desconoce de los medios externos para reclutar al personal. La empresa no cuenta con una página web para aplicar el reclutamiento externo.	Posibilidad de pérdida de productividad debido a que no existe la atracción de nuevos talentos.	Aplica los siguientes medios de reclutamiento externo: <ul style="list-style-type: none"> • Periódicos • Página web empresarial • Redes sociales • Portales de empleo • Universidades; institutos. 	Gerente/ personal	s/1,000.00
Habilidades laborales	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa evalúa las habilidad para trabajar en equipo.	El gerente no toma importancia al trabajo en equipo de los colaboradores, sólo se valora en nivel de ventas que hayan obtenido cada uno de ellos. El gerente nunca ha fomentado el trabajo en equipo por ende desconoce de las técnicas para evaluar el rendimiento grupal	Poco compromiso cooperación y sentido de pertenencia del personal.	Aplicar cuestionarios para evaluar el desempeño del colaborador en base al trabajo en equipo; para ello se deberá evaluar los siguientes indicadores: <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de comunicación • Nivel de cooperación. • Nivel de participación. 	Gerente/ personal	s/1,000.00	
Entrevista	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca en la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato	Es gerente no muestra conocimientos sobre las pruebas psicológicas en el momento de la entrevista al nuevo trabajador.	No identificar los rasgos de personalidad en el desempeño laboral, ya sean habilidades, inteligencia	Aplicar las siguientes pruebas psicológicas: <ul style="list-style-type: none"> • Test de Wartegg. • Dibujar a una persona bajo la lluvia. • Test de la figura humana. 	Gerente/ personal	s/1,000.00	

			El entrevistador no se encuentra capacitado para aplicar pruebas psicológicas.	emocional y competencias de los candidatos, lo cual no facilita una evaluación más precisa de su potencial de éxito en un puesto específico.	<ul style="list-style-type: none"> • Test de series de dominó. • Test de Lüscher o de los colores. Capacitar al entrevistador o reclutador para aplicar las pruebas psicológicas en sus diferentes modalidades.		
Atención al cliente	Solución de problemas.	El 100.00% de los clientes consideran que la empresa nunca ha contado con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas	Es gerente desconocía de la elaboración de un manual de resolución de conflictos y reclamos. No se cuenta con políticas de calidad para mejorar los procesos de atención.	No dar solución efectiva a los problemas; además se ocasiona un desprestigio de la empresa.	Crear un manual de selección de reclamos y conflictos al cliente, con el objetivo de dar respuesta oportuna y satisfactoria al cliente, realizando las gestiones que permitan mejorar los propios procesos. Para ello se deberá cumplir las siguientes fases: <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las causas y consecuencias para determinar la gravedad del problema. • Coordinar con el administrador u gerente. • Determinar los plazos de respuesta. • Generar un recompensa (Descuentos, ofertas) al cliente en caso se requiera. 	Gerente/ personal	s/1,000.00
		El 55.00% de los clientes consideran que a veces el personal de la farmacia dio una solución efectiva a sus problemas.	El personal no tiene decisión autónoma para resolver los problemas por lo que siempre recurren al gerente o administrador lo cual	Insatisfacción de los clientes. Bajo posicionamiento de la marca.	Aplicar el árbol de problemas con el fin de identificar la naturaleza y contexto de la problemática que se pretende resolver mediante una estrategia, programa, proyecto. Esta herramienta sigue los siguientes pasos:	Gerente/ personal	s/1,000.00

			<p>conlleva a la pérdida de tiempo en la solución de los problemas.</p> <p>No se realiza un seguimiento para determinar si el cliente quedó satisfecho luego de la compra.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del problema central. • Exploración y verificación de los efectos o consecuencias • Identificación de las causas 		
	Profesionalismo	El 80.00% de los clientes mencionan que pocas veces el personal ha brindado acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación.	<p>El personal desconoce del servicio posventa además la pequeña empresa no tiene establecido políticas o normas para un servicio luego de la venta.</p> <p>La empresa no cuenta o no aplica con soporte técnico en la web para realizar un servicio postventa.</p>	No lograr fidelizar al cliente.	Crear una página web para dar soporte técnico en línea las 24 horas; con el objetivo de brindar respuestas, asistencia y orientación a sus clientes mientras están usando los productos.	Gerente/ personal	s/1,000.00

V. DISCUSIÓN

Objetivo específico 1: Describir las características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Tabla 1. Características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

La empresa contrata al personal según perfil de puesto: El 100.00% de los trabajadores mencionan que siempre la empresa contrata al personal según perfil de puesto. Estos resultados coinciden con el hallado por Solís (2019) quien halló que el 48% de los trabajadores indican que se considera el perfil del puesto para la selección del personal; sin embargo, se contrasta con Ayala (2019) quien aportó que el 45% de los colaboradores consideran que la empresa busca un perfil adecuada para ocupar las distintas áreas de la empresa. La totalidad de los trabajadores indicaron que la empresa planteo el perfil del puesto que requería, se puede decir que todas las organizaciones requieren de perfiles de puesto, debido a que son necesarios para llevar a cabo buenos procesos de contratación, para asegurar que cada colaborador conozca su función dentro de la organización o para medir el desempeño de cada colaborador y alentar su desarrollo.

Expectativas laborales y salariales para el puesto de trabajo: El 60.00% del personal considera que siempre se toman en cuenta las expectativas laborales y salariales para el puesto de trabajo. Estos resultados coinciden con lo encontrado por Flores (2019) quien evidenció que el 60% de los trabajadores consideraron que en la empresa sí tomaron en cuenta sus expectativas laborales y salariales por lo tanto la empresa si está reconociendo y tomando importancia a todas las expectativas del reclutador; sin embargo, se contrasta con Ayala (2019) quien aportó que el 78% de los colaboradores consideran que el entrevistador no tomó en cuenta sus expectativas salariales. La mayoría de los trabajadores antes de ingresar a la empresa tienen en mente un centro de laborar con algo grado de satisfacción, es decir un ambiente agradable, motivador en donde exista el compañerismo, pero además tienen en cuenta el sueldo que recibirán que es el factor predominante para trabajar en la empresa, se puede decir que los profesionales con más experiencia y capacidad suelen tener expectativas salariales superiores, algunas ofertas son poco explícitas en cuanto al perfil que se requiere, lo cual da lugar a que se presenten candidatos sobrecualificados; al preguntar sobre las pretensiones económicas se puede deducir el nivel del

postulante, de igual manera, unas expectativas salariales bajas podrían dejarte fuera del proceso, pues se deduce que tu experiencia es más limitada.

La empresa cuenta con un manual de reclutamiento: El 100.00% de los trabajadores considera que la empresa nunca ha contado con un manual de reclutamiento. Estos resultados se contrastan con lo hallado por Oro (2021) quien encontró que el 58% de los trabajadores indicaron que la empresa tiene los procesos de reclutamiento y selección plasmado de manera física en un Manual de procesos de selección; de igual forma se contrasta con Ayala (2019) quien aportó que el 75% de los colaboradores expresaron que la empresa no cuenta con un sistema de reclutamiento. La totalidad de los trabajadores indicaron que la empresa no cuenta con dicho manual; debido a que el procedimiento para el contrato fue de manera empírica es decir hubo preguntas que no pertenecían al aspecto laboral o quizá no bien planteadas; por ende, es necesario contar con un manual de reclutamiento; en donde existan procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización para luego recaer en los procesos de selección el cual tiene como objetivo evaluar las características y circunstancias de los candidatos a un puesto de trabajo para elegir, entre varios postulantes, a la persona que más se adapte al perfil profesional del puesto.

Reclutamiento interno (ascensos, trasladados con ascenso): El 100.00% del personal considera que nunca se aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso). Estos datos coinciden con lo encontrado por Ayala (2019) quien aportó que el 45% de los trabajadores indicaron que están de acuerdo en que la empresa le da importancia al reclutamiento interno; sin embargo, se contrasta con Ayala (2019) quien aportó que el 45% de los colaboradores indican que la empresa no promueve el ascenso. La totalidad de los trabajadores consideran que la empresa no aplica ascenso interno mediante ascensos trasladados debido a que la organización es pequeña; se puede decir que los ascensos por mérito benefician a los trabajadores mejores calificados para el puesto y no a los más antiguos, cuando los empleados solicitan un nuevo puesto dentro de la empresa, el gerente o administrador considera el desempeño anterior y su potencial para el nuevo cargo.

Se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales: El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales.

Esto se contrasta con los resultados encontrados por Ayala (2019) quien indicó que el 45% de los trabajadores indicaron que están de acuerdo en que se buscan más candidatos externos que interno; de igual forma se contrasta con Espinoza (2021) quien indicó que el 78% de los colaboradores indican que la empresa utiliza los portales de trabajo para atraer a nuevos candidatos. La totalidad del personal indica que la empresa no recluta al personal a través de las redes sociales ya sea Facebook, whatsapp, Twitter; esto se debe a que el gerente tiene de conocimiento de cómo usar estas herramientas digitales, cabe decir que el reclutamiento en redes sociales consiste en reclutar candidatos mediante el uso de plataformas de redes sociales como bases de datos de talentos, por ende plataformas como LinkedIn, Facebook y Twitter, y otros sitios web, incluidos foros en línea, bolsas de trabajo y blogs, son las principales herramientas utilizadas en el reclutamiento social.

Objetivo específico 2: Identificar las características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023

Tabla 2. Características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar en equipo: El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa evalúa las habilidad para trabajar en equipo. Estos resultados se contrastan con lo encontrado por Atachagua (2021) quién manifestó que el 78% de los trabajadores tuvieron capacidad de trabajo en equipo, es decir participar activamente en el cumplimiento de un objetivo común, por lo tanto, esto fue determinante para su selección en la empresa; de igual forma se contrasta con Espinoza (2021) quien indicó que el 46% de los colaboradores indican que la empresa si realiza evaluaciones para determinar la capacidad de cooperación y trabajo en equipo. La totalidad de los trabajadores indicaron que el gerente no les hizo preguntas con respecto a cómo se desenvuelven en el trabajo en equipo; ya sea para fomentar la comunicación compañerismo y el compromiso para el logro de los objetivos ya que trabajar en equipo puede permitir a una mejor cohesión entre las personas, así como el cumplimiento eficiente de las metas de la empresa.

En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar bajo a presión: El 100.00% del personal menciona que siempre la empresa evalúa las habilidades para trabajar bajo a presión.

Estos resultados coinciden con lo encontrado por Atachagua (2021) quién manifestó que el 78% de los trabajadores tuvieron capacidad para laborar bajo a presión lo cual influyo para su selección en la empresa; de igual forma coincide con Espinoza (2021) quien indicó que el 65% de los colaboradores indican que la empresa si les pregunto si tenían capacidad para trabajar bajo a presión. La totalidad del personal indica que el gerente si se interesa por la capacidad para trabajar bajo presión debido a que manejar correctamente la capacidad de trabajar bajo presión supone también desarrollar otras como la concentración, la capacidad de trabajo y la agilidad mental y creativa en situaciones que nos resultan desfavorables.

En la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato: El 100.00% de los trabajadores considera que nunca en la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato. Estos resultados se contrastan con lo hallado por Ochoa (2019) quién evidenció que el 45.65% está de acuerdo en que las pruebas psicológicas son fundamentales para la selección de personal idóneo; de igual forma se contrasta con Espinoza (2021) quien indicó que el 58% de los colaboradores indican que la empresa si aplica prueba psicológicas para el proceso de selección. La totalidad de las trabajadores consideran que en la empresa es gerente desconocía de las técnicas o métodos para las pruebas psicológicas; se puede decir que si la empresa aplica dichas pruebas se podrá conseguir los siguientes beneficios: Identificar capacidades, valores, aptitudes, habilidades, competencias rasgos e incluso gustos de los participantes; y predeterminedar el potencial y las limitaciones de cada candidato respecto del puesto de trabajo que va a desempeñar, sus opciones de crecimiento dentro de la empresa, su potencial de integración con el equipo y la filosofía empresarial, etcétera.

Entrevista final se hizo preguntas abiertas al candidato: El 100.00% del personal considera que casi siempre en la entrevista final se hizo preguntas abiertas en las que el candidato pudo mostrar sus habilidades generales. Estos resultados coinciden con lo hallado por Ochoa (2019) quién encontró que el 67.23% está de acuerdo en que la empresa realizó una entrevista no estructuradas, es decir, abiertas; de igual forma coincide con Espinoza (2021) quien indicó que el 86% de los colaboradores indican que en el proceso de selección él entrevistador les hizo preguntas abiertas con la finalidad de que se descubra a profundidad la

personalidad del candidato. La totalidad de los trabajadores manifestaron que el reclutador prefirió realizar preguntas abiertas es decir no estructuradas para que ellos puedan desenvolverse con mayor amplitud; Se puede decir que esto permite al gerente determinar con exactitud con qué tipo de candidato está tratando porque de esta manera se conoce de manera más abierta toda la experiencia que haya tenido dicho trabajador.

Encargado de la entrevista tuvo la experiencia necesaria: El 100.00% de los trabajadores mencionan que el encargado de la entrevista siempre tuvo la experiencia necesaria. Estos resultados coinciden con lo vallado por Ochoa (2019) quién encontró que el 36.96% está de acuerdo con la estructura utilizada por la empresa para evaluar al candidato en la entrevista; de igual forma coinciden con Espinoza (2021) quien indicó que el 78% de los colaboradores indican que el encargado de la entrevista sí tuvo experiencia para poder resolver algunas inquietudes del candidato. La totalidad de los trabajadores indicaron que el entrevistador sí tuvo buena experiencia ya que las preguntas con respecto a las expectativas laborales y salariales fueron precisas, se puede decir que a través de la entrevista el entrevistador intenta conocer el comportamiento pasado y el presente del candidato, para a partir de ahí predecir como se comportará en un futuro. Es decir, al saber cómo se comportará el candidato en situaciones determinadas en el caso de incorporarse como trabajador a la empresa.

Objetivo específico 3: Determinar las características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Tabla 3. Características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

El personal estuvo dispuesto a aclarar sus dudas o inquietudes: El 80.00% de los clientes considera que casi siempre el personal estuvo dispuesto a aclarar sus dudas o inquietudes, estos resultados coinciden con Porras (2019) quien aportó que el 50% de los trabajadores siempre están dispuestos a resolver dudas; de la misma manera coinciden con García (2022) quien apporto que el 56.34% de los clientes indicaron que el personal que los atendió sí mostró capacidad para aclarar todas sus dudas. Los trabajadores de la empresa ayudan a los clientes siguiendo sus preferencias, en definitiva, tratan de deleitar constantemente y hacerlos sentir más cómodos en

sus manos. Además, escuchan cómo el cliente desea ser ayudado, entendiendo sus inquietudes y conviértelas en oportunidades para crecer.

Disposición para atenderlo con rapidez en sus requerimientos: El 60.00% de los clientes consideran que siempre el personal muestra disposición para atenderlo con rapidez en sus requerimientos, estos resultados coinciden con Porras (2019) quien aportó que el 50% de los trabajadores brinda atención en el momento que el cliente lo requiere para ser escuchado; de la misma manera coinciden con García (2022) quien aportó que el 86.12% de los clientes indicaron que el personal siempre mostró disposición para atenderlo. El personal atiende con procesos simples y eficientes, permitiendo anticiparse a las necesidades de los clientes, por tanto, es muy importante que los trabajadores se informen de los requerimientos específicos del cliente para que así obtenga lo que necesita en la mayor brevedad posible.

Manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas: El 100.00% de los clientes consideran que la empresa nunca ha contado con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas, estos resultados se contrastan con Gavilanes (2020) quien encontró que el 72% de los clientes indicaron que cuando se presentó un problema la empresa sabía cómo resolver el problema es decir se tienen establecidos procesos a través de un manual de reclamos; de la misma manera se contrasta con García (2022) quien aportó que el 56.34% de los clientes indicaron cuando presentaron un problema la empresa no contaba con procesos para la gestión de reclamos. La totalidad de los clientes indicaron que cuando se presentó alguna queja el personal desconocía de los procesos a realizar para dar solución a su problema; se puede decir que contar con un manual de reclamos permite resolver de manera eficaz las quejas o reclamos por inconvenientes que surjan frente a la compra del producto, el gestionar las quejas y reclamos de los clientes, no solo te ayudará con la satisfacción de tu cliente si no también con la reputación de tu marca frente a las demás.

Iniciativas de solucionar problemas y situaciones imprevistas en el proceso de servicio: El 57.50% de los clientes mencionan que siempre el personal tuvo iniciativas de solucionar problemas y situaciones imprevistas en el proceso de servicio, estos resultados coinciden con Porras (2019) quien aportó que el 50% de los trabajadores de los trabajadores muestran una actitud pasiva y positiva frente a un reclamo o queja de algún cliente irritable; la misma manera

coinciden con García (2022) quien aportó que el 63.45% de los clientes indicaron que el personal que los atendió si mostró iniciativa desde que se presentó la queja o reclamo. La totalidad de los clientes indicaron que el personal detectó el problema a tiempo teniendo iniciativa a resolverlo, se puede decir que la iniciativa es la capacidad para detectar los problemas u obstáculos y llevar a cabo acciones que contribuyen a su solución, así mismo es una cualidad importante, pues permite a los trabajadores adelantarse a los acontecimientos, desarrollando ideas innovadoras, un personal observador ayuda a detectar mejor las necesidades y, de este modo, así poder proponer soluciones rápidas ante situaciones imprevistas.

Solución efectiva a sus problemas: El 55.00% de los clientes consideran que a veces el personal de la farmacia dio una solución efectiva a sus problemas. Estos resultados se contrastan con Gavilanes (2020) quien encontró que el 65% de los clientes considera que en caso de haber tenido problemas el personal que lo atiende lo soluciona rápida y eficazmente; de la misma manera se contrasta con García (2022) quien aportó que el 86.24% de los clientes indicaron la empresa no dio una solución efectiva al problema en el servicio. La mayoría de los clientes de alguna forma resolvieron su problema, pero no fue lo que ellos esperaban, por ende, es importante que los trabajadores generen una serie de soluciones posibles, sin limitarse a una sola solución, sino que piensa en múltiples soluciones y evalúa sus pros y contras. Aquí es importante el pensamiento creativo, ya que si conseguimos tener ideas conseguiremos soluciones que de otra forma no seríamos capaces de alcanzar. Para encontrar soluciones innovadoras, es importante explorar diferentes perspectivas. El personal debe tratar de ver el problema desde diferentes ángulos, pensar en cómo lo abordara, considerando soluciones que no se han utilizado antes.

Objetivo específico 4: Definir las características de la seguridad de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Tabla 4. Características de la seguridad de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

El personal de la empresa transmite confianza: El 57.50% de los clientes considera que siempre el personal transmite confianza, estos resultados coinciden con Shinin (2019) quién

evidenció que el 78.5% de los clientes indican que comportamiento de los empleados le transmite confianza; así mismo coincide con Porras (2019) quien manifestó que el 50% de los trabajadores indicaron que si logran transmitir confianza al cliente. La mejor manera de hacerlo es resolviendo las necesidades del cliente, conociendo lo que realmente desean, la confianza del cliente es el resultado de estrategias enfocadas en desarrollar una relación comercial duradera, cuando el cliente confía en tu marca, significa que se siente segura para comprar tus productos y servicios, porque satisface sus necesidades y supera sus expectativas.

Confianza generada favoreció a que visite con frecuencia a la farmacia: El 80.00% de los clientes considera que siempre la confianza generada por el personal favoreció a que visite con frecuencia a la farmacia. Estos resultados coinciden con López (2023) quién evidenció que él 60,5% de los clientes indicaron que regresaron a la empresa porque el personal siempre demostró honestidad transparencia y confianza; así mismo coincide con Porras (2019) quien manifestó que el 80% de los trabajadores indicaron que cuando el cliente siente confianza en la empresa estos tienden a recomendar los servicios. Esto significa que a la empresa ha generado confianza al cliente, cuidando a los consumidores y tratando de resolver un problema, se puede decir que conocer la importancia de generar confianza en el cliente ayudará a atraer y retener a los clientes fieles. La retención de clientes puede repercutir directamente en el éxito de una empresa, ya que conduce a una relación a largo plazo, una mayor cuota de cartera y una mayor promoción de boca a boca. Cuando un cliente es fiel a una empresa, no se deja influir fácilmente por el precio o la disponibilidad. Prefieren pagar más y asegurarse la misma calidad de servicio y producto que conocen y les gusta.

Confianza de que los productos que ofrece la farmacia son de calidad: El 67.50% de los clientes mencionan que siempre ha sentido confianza de que los productos que ofrece la farmacia son de calidad. Estos resultados coinciden con López (2023) quién evidenció que el 87,0% de los clientes indicaron que los productos transmiten calidad; así mismo coincide con Porras (2019) quien manifestó que el 70% de los trabajadores indicaron que la empresa ofrece productos de calidad. La mayoría de los clientes indicaron que en la microempresa se ofrecen medicamentos de marcas reconocidos por su eficiencia en la salud y bienestar de la población; la calidad es importante porque permite a las empresas diferenciarse de la competencia, ofrecer

un producto o servicio de mayor valor y mejorar la satisfacción y lealtad de los clientes. Todo esto se traduce en un mayor beneficio para la empresa. Lo que se debe hacer para ofrecer productos y servicios de calidad es conocer las necesidades del cliente, qué va a consumir, con un servicio y trato inmejorable y ajustando los precios tanto para el cliente como para la empresa.

Profesionalismo, conocimientos técnicos sobre los productos farmacéuticos: El 57.50% de los clientes consideran que casi siempre los empleados muestran profesionalismo, estos resultados coinciden con Atachagua (2021) quien halló que el 76% califican como bueno la cantidad y calidad de conocimientos que posee el colaborador para desarrollarse efectivamente en su área de trabajo; de igual manera coinciden con Gavilanes (2020) quien evidenció que el 70% de los clientes expresaron que el personal si es profesional en el servicio. Es decir, el personal presenta conocimientos técnicos sobre los productos farmacéuticos, el conocimiento del producto es una habilidad fundamental que cada agente de atención al cliente y gerente de ventas debe tener, implica que el empleado está altamente capacitado sobre las características de un producto y puede explicar claramente sus beneficios al cliente. Los vendedores deben conocer el producto para persuadir a los clientes con eficacia. Tienen que saber cómo su producto puede satisfacer las necesidades del cliente y cómo se compara con los productos de la competencia. Esto incluye también datos, cifras y ventajas del producto.

Acompañamiento profesional para el uso de la medicación: El 80.00% de los clientes mencionan que pocas veces el personal ha brindado acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación. Estos resultados coinciden con López (2023) quien evidenció que el 78,0% de los clientes indicaron que en la empresa no se realiza un seguimiento luego de la compra, es decir no existe un servicio post venta; de igual manera coinciden con Gavilanes (2020) quien evidenció que el 70% de los clientes expresaron la empresa no brinda un servicio postventa. La mayoría de los clientes indicaron que el personal no muestra un seguimiento post venta para la aplicación de los medicamentos que adquirió el cliente, cabe decir que el consumidor actual requiere de un valor agregado en donde la empresa se preocupe y se interese por otorgarles un beneficio y no solo un producto.

Objetivo específico 5: Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

RUC: 10420573656

Nombre comercial: FARMACIA DEL PUEBLO

Dirección Legal:

2. Misión

Ofrecer una asistencia sanitaria de calidad, para alcanzar y mantener la salud, ofreciendo servicios farmacéuticos y productos, de forma profesional, servicial y cercana.

3. Visión

Con respecto a nuestros usuarios: facilitar un rápido acceso a los productos que precisen, primando los servicios profesionales, para que saquen el máximo beneficio a sus medicamentos.

Sobre nuestro equipo: responsabilizarse, respetar y cumplir el trabajo de forma individual, siendo conscientes de la importancia que tiene el trabajo de cada uno para conseguir un equipo eficaz y dinámico.

4. Objetivos

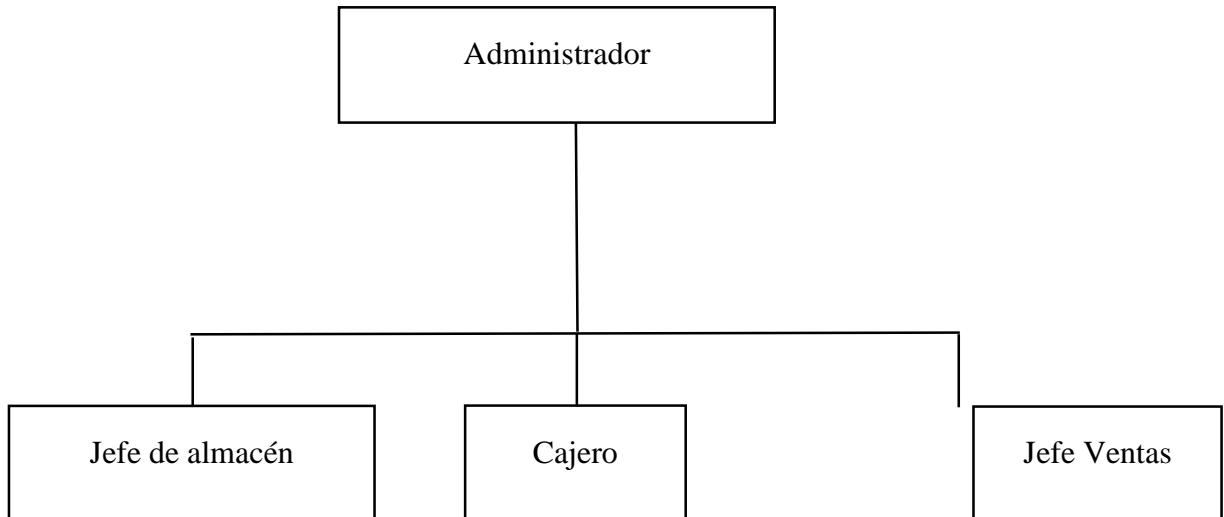
- Mejorar la participación de los trabajadores en un 100%, aplicado reuniones periódicas.
- Mejorar el clima laboral en un 5%, con un plan de reconocimientos.
- promover el desarrollo profesional en un 100%, a través de un plan de capacitación.

5. Productos y/o servicios

- Medicamentos
- Productos sanitarios y biocidas (productos desinfectantes o antisépticos).
- Puericultura.

- Dermocosmética y cosméticos.
- Dietética y alimentación.
- Ortopedia y óptica.

6. Organigrama de la empresa



Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Cursos en Mercadeo • Gestión humana • Finanzas • Operaciones y logística
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. • Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. • Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. • Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas del conmutador.

	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir la correspondencia, radicarla y entregarla, tanto interna como externa • Atender todas aquellas personas que necesiten información. • Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera • Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social. • Revisión de la contabilización de los documentos
Cargo	Jefe de logística
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Capacidad de negociación • Capacidad de comunicación • Conocimientos de gestión de equipos • Manejo del software de control logístico • Conocimiento de la política de control de producción y logística de la empresa
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar la política de distribución, aprovisionamiento y transporte de los materiales necesarios para la producción. • Prever las necesidades de materias primas y componentes. • Elaborar y aplicar sistemas de control de existencias para la planificación de las compras. • Diseñar la organización de los materiales y productos almacenados. • Negociar con proveedores, clientes y empresas de transporte y logística. • Controlar que la mercadería adquirida cumpla los requisitos de calidad y costo.
Cargo	Jefe de ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Superior, técnicos o universitarios (completos o truncos). • Experiencia mínima de 01 año en Ventas Intangibles (Asesor Ventas y Servicios, Vendedor de Campo)
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Generar y/o desarrollar cartera de clientes nuevos individuales. • Cumplir con el modelo de ventas y prospección diaria, efectuando llamadas, agendando citas y visitas a clientes con el objetivo de cumplir la cuota asignada.

	<ul style="list-style-type: none"> • Reportar diariamente las ventas nuevas realizadas para el pago de las comisiones respectivas.
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios universitarios o técnicos en administración de empresas o contabilidad • Experiencia mínima 1 año • Atención al cliente • Habilidades numéricas • Facilidad de palabra • Actitud de servicio • Proactivo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y darles la bienvenida a los clientes. • Registrar los productos adquiridos diariamente, escaneando el código de barras o ingresando el número de identificación en las cajas registradores. • Recibir pagos y dar el cambio, además de elaborar y entregar facturas. • Organizar los productos en las bolsas, de ser necesario. • Brindar a los clientes servicios posteriores a la venta en términos de reparaciones, devoluciones o cambio de mercancía. • Dar respuesta a las inquietudes de los clientes brindando asistencia sobre los procedimientos y políticas del establecimiento.

7. Diagnostico general

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<p>O1: Incremento de la demanda O2: Innovación tecnológica O3: Fidelidad de los clientes O4: Leyes reguladoras para entrar al mercado</p>	<p>A1: Competencia desleal A2: Elevados impuestos A3: Creación de nuevas líneas farmacológicas. A4: Tendencia a la sustitución de fármacos.</p>
<p>Fortalezas F1: Precios accesibles F2: Calidad de servicio F3: Productos de calidad F4: Ambiente agradable F5: Recursos financieros F6: Horarios establecidos para los clientes F7: Ubicación estratégica</p>	<p>F – O FO1: Establecer horarios especiales, para poder atender a mas clientes, de esta manera el cliente sentirá el compromiso y responsabilidad con el cuidado de su salud (F6, O3). FO2: Incrementar las ventas y servicio mediante la entrega a domicilio, de esta manera se puede aumentar la visibilidad de la farmacia proporcionando así un aumento de los clientes y del volumen de ventas (F2, O1).</p>	<p>F – A FA1: Adquirir nuevos equipos para mejorar los procesos interno de la empresa, de esta manera se puede enfrentar mejor la competencia (F5, A1). FA1: Incorporar nuevos servicios acorde a la farmacia, en este sentido se brindará el servicio de soporte en línea; es decir se personalizará la atención en una página web de la empresa (F2, A3).</p>
<p>Debilidades D1: Falta de promoción y publicidad D2: No cuenta con una estructura empresarial ni filosofía definida. D3: No identifica bien a los proveedores. D4: Falta de un local propio D5: No existe capacitación a empleados</p>	<p>D – O DO1: Crear una manual de organización y funciones para que se ejecuten la actividades de manera eficiente (D2, O4). DO2: Establecer convenios con entidades públicas y privadas para lograr una mayor aceptación de los productos que se ofrecen en la farmacia (D1, O4).</p>	<p>D – A DA1: Establecer un programa de promoción y publicidad para captar nuevos clientes (D1, A1). DA2: Implementación de un plan de capacitación para el personal, de esta manera se contará con un personal más productivo (D5, A1). DA3: Establecer alianzas estratégicas con los proveedores, de esta manera se podrá reducir los costos (D5, A2).</p>

8. Indicadores de gestión

Indicador	Problema	Causa	Consecuencia
Reclutamiento	El 100.00% de los trabajadores considera que la empresa nunca ha contado con un manual de reclutamiento.	El gerente desconoce de la elaboración de un manual de reclutamiento y selección.	Altas probabilidades de contratar a un profesional poco especializado en el rubro.
	El 100.00% del personal considera que nunca se aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso).	El gerente desconoce de la importancia de mejorar el desarrollo profesional de los trabajadores a través de los ascensos o quizá se deba a que como la empresa es pequeña tiene un limitado grupo de trabajadores ya antiguos que se desempeñan de manera eficiente por lo que los ascensos sólo se harían cuando estos abandonen la empresa.	Personal desmotivado debido a que considera que el gerente no promueve su desarrollo profesional. Insatisfacción del personal debido a que no consideran que están siendo valorados por la empresa.
	El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales.	Es gerente desconoce de los medios externos para reclutar al personal.	Posibilidad de pérdida de productividad debido a que no existe la atracción de nuevos talentos.
Habilidades laborales	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa evalúa las habilidades para trabajar en equipo.	El gerente no toma importancia al trabajo en equipo de los colaboradores, sólo se valora en nivel de ventas que hayan obtenido cada uno de ellos.	Poco compromiso cooperación y sentido de pertenencia del personal.
Entrevista	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca en la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato	Es gerente no muestra conocimientos sobre las pruebas psicológicas en el momento de la entrevista al nuevo trabajador.	No identificar los rasgos de personalidad en el desempeño laboral, ya sean habilidades, inteligencia emocional y competencias de los candidatos, lo cual no facilita una evaluación más precisa de su potencial de éxito en un puesto específico.

Solución de problemas	El 100.00% de los clientes consideran que la empresa nunca ha contado con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas	Es gerente desconocía de la elaboración de un manual de resolución de conflictos y reclamos.	No dar solución efectiva a los problemas; además se ocasiona un desprestigio de la empresa.
	El 55.00% de los clientes consideran que a veces el personal de la farmacia dio una solución efectiva a sus problemas.	El personal no tiene decisión autónoma para resolver los problemas por lo que siempre recurren al gerente o administrador lo cual conlleva a la pérdida de tiempo en la solución de los problemas.	Insatisfacción de los clientes. Bajo posicionamiento de la marca.
Profesionalismo	El 80.00% de los clientes mencionan que pocas veces el personal ha brindado acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación.	El personal desconoce de servicio posventa además la pequeña empresa no tiene establecido políticas o normas para un servicio nuevo de la venta.	No lograr fidelizar al cliente.

9. Problemas

Problema	Surgimiento del problema.
El 100.00% de los trabajadores considera que la empresa nunca ha contado con un manual de reclutamiento.	El gerente desconoce de la elaboración de un manual de reclutamiento y selección.
El 100.00% del personal considera que nunca se aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso).	El gerente desconoce de la importancia de mejorar el desarrollo profesional de los trabajadores a través de los ascensos o quizá se deba a que como la empresa es pequeña tiene un limitado grupo de trabajadores ya antiguos que se desempeñan de manera eficiente por lo que los ascensos sólo se harían cuando estos abandonen la empresa.

El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales.	Es gerente desconoce de los medios externos para reclutar al personal.
El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa evalúa las habilidad para trabajar en equipo.	El gerente no toma importancia al trabajo en equipo de los colaboradores, sólo se valora en nivel de ventas que hayan obtenido cada uno de ellos.
El 100.00% de los trabajadores considera que nunca en la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato	Es gerente no muestra conocimientos sobre las pruebas psicológicas en el momento de la entrevista al nuevo trabajador.
El 100.00% de los clientes consideran que la empresa nunca ha contado con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas	Es gerente desconocía de la elaboración de un manual de resolución de conflictos y reclamos.
El 55.00% de los clientes consideran que a veces el personal de la farmacia dio una solución efectiva a sus problemas.	El personal no tiene decisión autónoma para resolver los problemas por lo que siempre recurren al gerente o administrador lo cual conlleva a la pérdida de tiempo en la solución de los problemas.
El 80.00% de los clientes mencionan que pocas veces el personal ha brindado acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación.	El personal desconoce de servicio posventa además la pequeña empresa no tiene establecido políticas o normas para un servicio nuevo de la venta.

10. Establecer soluciones

Indicador	Problema	Acción de mejora
Reclutamiento	El 100.00% de los trabajadores considera que la empresa nunca ha contado con un manual de reclutamiento.	Implementar un manual de reclutamiento y selección: <ul style="list-style-type: none"> • Requisición de Personal • Análisis de las Fuentes de Reclutamiento • Elección de los Medios de Publicación • Elección del Contenido del Reclutamiento • Recepción de Solicitudes de Empleo
	El 100.00% del personal considera que nunca se aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso).	Aplicar el reclutamiento interno a través de ascensos, para ello el gerente deberá tomar en cuenta lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Colocación de avisos de vacantes de empleo en los murales, tableros y boletines. • Revisión del expediente de personal, ya que allí se podrían descubrir a

		<p>colaboradores que se han desempeñado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Revisión de los resultados de las evaluaciones de desempeño. • Revisión de las capacitaciones y entrenamiento recibidos por parte de los empleados.
	El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales.	<p>Aplica los siguientes medios de reclutamiento externo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periódicos • Página web empresarial • Redes sociales • Portales de empleo • Universidades; institutos.
Habilidades laborales	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa evalúa la habilidad para trabajar en equipo.	<p>Aplicar cuestionarios para evaluar el desempeño del colaborador en base al trabajo en equipo; para ello se deberá evaluar los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nivel de comunicación • Nivel de cooperación. • Nivel de participación.
Entrevista	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca en la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato	<p>Aplicar las siguientes pruebas psicológicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Test de Wartegg. • Dibujar a una persona bajo la lluvia. • Test de la figura humana. • Test de series de dominó. • Test de Lüscher o de los colores.
Solución de problemas	El 100.00% de los clientes consideran que la empresa nunca ha contado con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas	<p>Crear un manual de selección de reclamos y conflictos al cliente, con el objetivo de dar respuesta oportuna y satisfactoria al cliente, realizando las gestiones que permitan mejorar los propios procesos.</p> <p>Para ello se deberá cumplir las siguientes fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las causas y consecuencias para determinar la gravedad del problema. • Coordinar con el administrador u gerente. • Determinar los plazos de respuesta. • Generar un recompensa (Descuentos, ofertas) al cliente en caso se requiera.
	El 55.00% de los clientes consideran que a veces el personal de la farmacia dio una	<p>Aplicar el árbol de problemas con el fin de identificar la naturaleza y contexto de la problemática que se pretende resolver mediante una estrategia, programa, proyecto.</p> <p>Esta herramienta sigue los siguientes pasos:</p>

	solución efectiva a sus problemas.	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del problema central. • Exploración y verificación de los efectos o consecuencias • Identificación de las causas
Profesionalismo	El 80.00% de los clientes mencionan que pocas veces el personal ha brindado acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación.	Crear una página web para dar soporte técnico en línea las 24 horas; con el objetivo de brindar respuestas, asistencia y orientación a sus clientes mientras están usando los productos.

11. Recursos para la implementación de las estrategias

Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
Implementar un manual de reclutamiento y selección: <ul style="list-style-type: none"> • Requisición de Personal • Análisis de las Fuentes de Reclutamiento • Elección de los Medios de Publicación • Elección del Contenido del Reclutamiento • Recepción de Solicitudes de Empleo 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores.	15 días
Aplicar el reclutamiento interno a través de asensos, para ello el gerente deberá tomar en cuenta lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Colocación de avisos de vacantes de empleo en los murales, tableros y boletines. • Revisión del expediente de personal, ya que allí se podrían descubrir a colaboradores que se han desempeñado. • Revisión de los resultados de las evaluaciones de desempeño. • Revisión de las capacitaciones y entrenamiento recibidos por parte de los empleados. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores.	15 días
Aplica los siguientes medios de reclutamiento externo: <ul style="list-style-type: none"> • Periódicos • Página web empresarial • Redes sociales • Portales de empleo • Universidades; institutos. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores.	15 días
Aplicar cuestionarios para evaluar el desempeño del colaborador en base al trabajo en equipo; para ello se deberá evaluar los siguientes indicadores:	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, cuestionario.	15 días

<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de comunicación • Nivel de cooperación. • Nivel de participación. 				
<p>Aplicar las siguientes pruebas psicológicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Test de Wartegg. • Dibujar a una persona bajo la lluvia. • Test de la figura humana. • Test de series de dominó. <p>Test de Lüscher o de los colores.</p>	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, tabla de apuntes.	30 días
<p>Crear un manual de selección de reclamos y conflictos al cliente, con el objetivo de dar respuesta oportuna y satisfactoria al cliente, realizando las gestiones que permitan mejorar los propios procesos.</p> <p>Para ello se deberá cumplir las siguientes fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de las causas y consecuencias para determinar la gravedad del problema. • Coordinar con el administrador u gerente. • Determinar los plazos de respuesta. • Generar un recompensa (Descuentos, ofertas) al cliente en caso se requiera. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, tabla de apuntes.	30 días
<p>Aplicar el árbol de problemas con el fin de identificar la naturaleza y contexto de la problemática que se pretende resolver mediante una estrategia, programa, proyecto.</p> <p>Esta herramienta sigue los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación del problema central. • Exploración y verificación de los efectos o consecuencias • Identificación de las causas 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, tabla de apuntes.	30 días

Crear una página web para dar soporte técnico en línea las 24 horas; con el objetivo de brindar respuestas, asistencia y orientación a sus clientes mientras están usando los productos.	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores.	30 días
Implementar un manual de reclutamiento y selección: <ul style="list-style-type: none"> • Requisición de Personal • Análisis de las Fuentes de Reclutamiento • Elección de los Medios de Publicación • Elección del Contenido del Reclutamiento • Recepción de Solicitudes de Empleo 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, internet.	30 días

Total S/. 18,000.00

12. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Fecha	Termino	Año 2024															
				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Implementar un manual de reclutamiento y selección: <ul style="list-style-type: none"> • Requisición de Personal • Análisis de las Fuentes de Reclutamiento • Elección de los Medios de Publicación • Elección del Contenido del Reclutamiento • Recepción de Solicitudes de Empleo 	01-02-24	15-02-24	x	x														
2	Aplicar el reclutamiento interno a través de asensos, para ello el gerente deberá tomar en cuenta lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Colocación de avisos de vacantes de empleo en los murales, tableros y boletines. • Revisión del expediente de personal, ya que allí se podrían descubrir a colaboradores que se han desempeñado. • Revisión de los resultados de las evaluaciones de desempeño. 	16-02-24	28-02-24			x	x												

	<ul style="list-style-type: none"> Revisión de las capacitaciones y entrenamiento recibidos por parte de los empleados. 																			
3	<p>Aplica los siguientes medios de reclutamiento externo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Periódicos Página web empresarial Redes sociales Portales de empleo Universidades; institutos. 	01-03-24	15-03-24																	
4	<p>Aplicar cuestionarios para evaluar el desempeño del colaborador en base al trabajo en equipo; para ello se deberá evaluar los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> Nivel de comunicación Nivel de cooperación. Nivel de participación. 	16-03-24	31-03-24																	
5	<p>Aplicar las siguientes pruebas psicológicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> Test de Wartegg. Dibujar a una persona bajo la lluvia. Test de la figura humana. Test de series de dominó. Test de Lüscher o de los colores. 	01-04-24	15-04-24																	
6	<p>Crear un manual de selección de reclamos y conflictos al cliente, con el objetivo de dar respuesta oportuna y satisfactoria al cliente, realizando las gestiones que permitan mejorar los propios procesos.</p> <p>Para ello se deberá cumplir las siguientes fases:</p> <ul style="list-style-type: none"> Análisis de las causas y consecuencias para determinar la gravedad del problema. Coordinar con el administrador u gerente. Determinar los plazos de respuesta. Generar un recompensa (Descuentos, ofertas) al cliente en caso se requiera. 	16-04-24	31-04-24																	

7	<p>Aplicar el árbol de problemas con el fin de identificar la naturaleza y contexto de la problemática que se pretende resolver mediante una estrategia, programa, proyecto.</p> <p>Esta herramienta sigue los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación del problema central. • Exploración y verificación de los efectos o consecuencias • Identificación de las causas 	01-05-24	15-05-24												x	x	x	x
8	<p>Crear una página web para dar soporte técnico en línea las 24 horas; con el objetivo de brindar respuestas, asistencia y orientación a sus clientes mientras están usando los productos.</p>	01-05-24	15-05-24												x	x	x	x

VI. CONCLUSIONES

Se establecieron acciones de mejora para lograr procesos de selección de personal y atención al cliente más eficientes en la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, lo cual significa se contara con trabajadores idóneos para el puesto de trabajo y, por tanto, se pueden reducir los problemas de rotación de personal en la organización; además al mejorar la atención al cliente se logrará mayor lealtad de los consumidores, usuarios, lo cual también favorece al incremento de las ventas.

Los trabajadores mencionan que siempre la empresa contrata al personal según perfil de puesto, siempre se toman en cuenta las expectativas laborales y salariales para el puesto de trabajo, la empresa nunca ha contado con un manual de reclutamiento, nunca se aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso) y nunca se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales.

Los trabajadores consideran que nunca la empresa evalúa las habilidades para trabajar en equipo, menciona que siempre la empresa evalúa las habilidades para trabajar bajo a presión, considera que nunca en la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato, casi siempre en la entrevista final se hizo preguntas abiertas en las que el candidato pudo mostrar sus habilidades generales y el encargado de la entrevista siempre tuvo la experiencia necesaria.

Los clientes consideran que casi siempre el personal estuvo dispuesto a aclarar sus dudas o inquietudes, siempre el personal muestra disposición para atenderlo con rapidez en sus requerimientos, la empresa nunca ha contado con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas, siempre el personal tuvo iniciativas de solucionar problemas y situaciones imprevistas en el proceso de servicio y a veces el personal de la farmacia dio una solución efectiva a sus problemas.

Los clientes consideran que siempre el personal transmite confianza, siempre la confianza generada por el personal favoreció a que visite con frecuencia a la farmacia, siempre ha sentido confianza de que los productos que ofrece la farmacia son de calidad, casi siempre los empleados muestran profesionalismo, es decir conocimientos técnicos sobre los productos farmacéuticos y pocas veces el personal ha brindado acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación.

Se elaboró una propuesta de mejora en base a los resultados de la investigación con la finalidad de la selección de personal y atención al cliente, en este sentido en la empresa se encontraron los siguientes problemas: No se cuenta con un Manual de reclutamiento, no se

evalúan las habilidades para trabajar en equipo, no se aplican pruebas psicológicas y el personal no da una solución efectiva a sus problemas.

VII. RECOMENDACIONES

Reforzar la propuesta de mejora en la selección del personal y atención al cliente a través de nuevos estudios en el rubro farmacéutico para que de esta manera las organizaciones identifiquen y analicen la importancia de contar con un personal profesional para mejorar los procesos de tensión al cliente.

Diseñar un manual de selección de personal, ya que es un documento técnico que sirve de guía a la empresa, para identificar e incorporar personal idóneo de acuerdo a las necesidades de las diferentes áreas de la organización, a su vez permite establecer las herramientas necesarias para llevar a cabo un proceso de reclutamiento serio y objetivo, así como una selección óptima de la persona idónea para el puesto.

Realizar pruebas psicológicas, debido a que esta evaluación permite en gran medida hacer una aproximación hacia los posibles fracasos, fallas y también hacia el ajuste y el éxito de los nuevos colaboradores y así mismo puede evidenciar distintas circunstancias relacionadas con la vida del candidato que podrán de una u otra forma afectar el desempeño y la nueva adaptación.

Diseñar un manual para la gestión de reclamos, esto permitirá recoger todos los datos e informaciones sobre observaciones relevantes que realice el visitante, mejorar la atención y el servicio al visitante, personalizar el servicio, recuperar la satisfacción de los visitantes que hayan percibido problemas en el servicio, y desarrollar en los empleados la capacidad de solucionar problemas.

Realizar un servicio post venta, a través de un soporte técnico en línea, el cual permite a los clientes realizar cualquier consulta relacionada con sus productos, ya sea para solucionar algún problema o para solicitar información, este tipo de servicio de posventa es muy eficaz para mejorar la satisfacción del cliente.

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación, de esta manera se propone a la pequeña empresa: Implementar un manual de reclutamiento y selección, aplicar el reclutamiento interno a través de asensos, aplicar cuestionarios para evaluar el desempeño del colaborador, aplicar pruebas psicológicas para encontrar al mejor candidato en el proceso de selección y crear árbol de problemas para dar una solución efectiva al cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atachagua (2021). *Determinación del proceso de evaluación y selección del personal en el área de Recursos Humanos de la empresa Atachagua E.I.R.L.* [Tesis de pregrado, Universidad Alas Peruanas]. <https://repositorio.uap.edu.pe/handle/20.500.12990/4363>
- Ávila, L. (2021). *La relación de confianza y compromiso en la intención de compra* <https://revistas.univalle.edu/index.php/compas/article/view/62>
- Ayala (2019). *Propuesta de un Sistema para el reclutamiento, selección e inducción de personal de la microempresa Coffee Service Cía. Ltda., de la ciudad de Quito.* [Tesis de pregrado, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7005>
- Álvarez, D. (2021). *Tendencias en los procesos de selección de personal en la era digital.* <https://revista.andaperu.pe/tendencias-en-los-procesos-de-seleccion-de-personal-en-la-era-digital/>
- Arteaga (2020). *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta minorista de artículos de ferretería, distrito de Coishco, 2020.* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/26793>
- Ayon, S. (2022). *La atención al cliente y su impacto en la calidad de servicio de los comedores de la avenida universitaria de la ciudad de jipijapa.* <https://reciamuc.com/index.php/RECIAMUC/article/view/901>
- Bravo, R. (2022). *Selección de personal: Relevancia de las entrevistas vs. las pruebas psicológicas.* <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2324>
- Cañarte, T., & Morán, C. (2021). El servicio al cliente como herramienta de marketing empresarial: Customer service as a business marketing tool. *Journal Business Science - ISSN: 2737-615X*, 2(2), 1–12. Recuperado a partir de https://revistas.uileam.edu.ec/index.php/business_science/article/view/78
- Callejo, E. (2019). *Trucos para ganar seguridad en una entrevista de trabajo.* <https://cuidateplus.marca.com/salud-laboral/2019/10/19/trucos-ganar-seguridad-entrevista-trabajo-171110.html>

- Coronel, R. (2019). *Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador)*. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>
- Carrasco, E. (2022). Evolución del reclutamiento y la gamificación como herramienta de selección del capital humano en las organizaciones. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 10 (1). <http://portal.amelica.org/ameli/journal/215/2153852008/html/>
- Del Pino-Yépez, G. M., & González-Gómez, Ámbar M. (2023). *Talento humano y desempeño laboral del gobierno autónomo descentralizado municipal cantón paján*. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasun - ISSN: 2697-3456*, 7(13), 57–77. <https://doi.org/10.46296/yc.v7i13.0354>
- Espinoza (2021). *Análisis en los procesos de selección del personal en las pequeñas empresas del sector comercial de guayaquil del año 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23739/1/UPS-GT004029.pdf>
- Flores (2021). *Propuesta de mejora de la atención al cliente, para la gestión de la calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro industrial del Perú: Caso Forest Product Florida S.A.C - Callería, 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/34832>
- Flores (2019). *Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral de los colaboradores de la Empresa Inversiones Múltiples Flores E.I.R.L –Junín, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/8380>
- Giner, H. (2019). *El liderazgo profesional en el ámbito laboral*. <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/rr-hh/el-liderazgo-profesional-en-el-ambito-laboral/>
- Gómez, C., & Zambrano, M. (2023). Análisis de calidad y atención al cliente para la mejora del servicio en restaurantes - parroquia san vicente. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada Yachasun - issn: 2697-3456*, 7(12 ed. esp.), 36–52. <https://doi.org/10.46296/yc.v7i12edespfeb.0293>

- Gavilanes (2020). *Propuesta de un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio al cliente en la Empresa Industria Valdez Castro S.A.* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. <https://repositorio.ug.edu.ec/items/d28104ec-c2cd-492a-b008-2608a066dd28>
- García (2022). *Propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas del distrito de Llamellin, Ancash, 2022.* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/32668>
- Gómez, G., Acosta, I., Álvarez, S., & Chable, T. (2021). Medición de la capacidad de respuesta en restaurantes mediante el método ServQual. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6-1), 253-263. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.879>
- Huallpa (2021). *Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio rubro boutiques del distrito de Satipo, Junín 2021.* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/26768>
- López (2023). *El Modelo Servqual para medir el nivel de la calidad de los servicios que brinda la Empresa Quala Ecuador S.A cantón Ambato.* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/37544>
- Merino (2021). *Propuesta de mejora en atención al cliente, como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro ferretería, del distrito de Satipo, Junin 2021.* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/26768>
- Medina, E. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación. *Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú*, 3 (2). <https://universoabierto.org/2023/04/28/metodologia-de-la-investigacion-tecnicas-e-instrumentos-de-investigacion/>

- Mucha-Hospinal, L., Chamorro, R., Oseda, M. y Alania, R. (2021). Evaluación de procedimientos para determinar la población y muestra: según tipos de investigación. *Desafíos*, 12(1); 44-51. <https://doi.org/10.37711/desafios.2021.12.1.253>
- Ochoa (2019). *Propuesta de mejoramiento para el proceso de selección de personal en las micro y pequeñas empresas del rubro venta de ropa para damas, Vía 7, distrito Ayacucho, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/13504>
- Oro (2021). *Selección de personal en las micro y pequeñas empresas del rubro comercios: Caso mueblería Happy House - Home Center del distrito de Huaraz, 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/28881>
- Prieto Baldovino, F., Pérez Vásquez, M., & Escorcía Muñoz, M. (2021). La importancia del proceso de selección de personal en el desarrollo de las políticas de gestión del talento humano en las PYMES colombianas. *Conocimiento Global*, 6(S1), 48-60. <https://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/129>
- Pacheco (2022). *Propuesta de mejora de gestión de calidad y selección de personal en la microempresa asociación civil sin fines de lucro de mantenimiento vial Valle Ipoki, distrito de Satipo, Junín, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30304>
- Porras (2019). *Calidad de atención al cliente y su influencia en el nivel de ventas de la Botica Abefarma Satipo 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/15105>
- Ramírez, A. (2019). La metodología de estudio de caso como método docente. *Rev. Espacios*, 47 (21). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n17/19401716.html>
- Roncal, S. (2019). *La satisfacción del cliente respecto a la calidad de servicio de los colaboradores, restaurante mar picante ciudad de Trujillo*. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/1223>
- Reglamento de integridad científica en la investigación Versión 001. (2023). *Aprobado por el consejo universitario con resolución N° 0304-2023-CU-ULADECH Católica, de fecha 31 de marzo de 2023*.

https://es.slideshare.net/PilarFernandezRodrigu1/reglamento-de-integridad-cientifica-en-la-investigacionpdf?from_action=save

- Rivera, L. (2019). *Reclutamiento y selección del personal empresarial*.
<https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/65>
- Rodríguez (2021). *Importancia de la selección de personal en las empresas*.
<https://es.linkedin.com/pulse/importancia-de-la-selecci%C3%B3n-personal-en-las-empresas>
- Souto, Y. (2019). *Procedimiento para la selección del personal basado en la Teoría de los Subconjuntos Borrosos y Operadores OWA*.
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n34/19403409.html>
- Sánchez, D. (2022). *El futuro del trabajo y las competencias laborales: blandas, duras y digitales*. <https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital-usmp/articulos-de-profesores/el-futuro-del-trabajo-y-las-competencias-laborales-blandas-duras-y-digitales/>
- Solís (2019). *Selección de personal por competencias y rotación de personal en los colaboradores de la empresa Repremarva de la ciudad de Ambato provincia de Tungurahua*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/13911>
- Shinin (2019). *Calidad de los servicios de la empresa lácteos san salvador de la Ciudad De Riobamba-Ecuador y su impacto en la percepción de los clientes*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo].
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6272>
- Valenzuela, F. (2019). *La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7828486>
- Zurita, D. (2022). *Gestión de selección de personal y competencias para el ejercicio de cargos directivos en una red integrada de salud, 2022*.
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/3648>

ANEXOS

Anexo 01 Matriz de consistencia

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023? ¿Cuáles son las características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023? ¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023? ¿Cuáles son las características de la seguridad en la atención de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023? ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023?</p>	<p>Objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.</p> <p>Objetivos específicos: Describir las características de la preselección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023. Identificar las características de las pruebas de selección del personal de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023 Determinar las características de la capacidad de respuesta de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023. Definir las características de la seguridad de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.</p>	<p>En el estudio, no se plantea una hipótesis por ser de nivel descriptivo. Concordando con Guevara (2020) quien explica que la investigación descriptiva no se formula una hipótesis puesto que no se busca la relación entre las variables, ya que solo tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio.</p>	<p>Variable 1: Selección del personal Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preselección de personal. • Pruebas de selección <p>Variable 2: Atención al cliente Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de respuesta • Empatía. 	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo- de propuesta</p> <p>Diseño: No experimental, transversal</p> <p>Población y muestra:</p> <p>Población: P1: 5 trabajadores M1: 40 clientes.</p> <p>Muestra: P2: 5 trabajadores M2: 40 clientes.</p> <p>Técnica e instrumento:</p> <p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 02. Instrumento de recolección de datos



INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Respecto a la variable: Selección de personal

Escala:

- Siempre : 5
- Casi siempre : 4
- A veces : 3
- Pocas veces : 2
- Nunca : 1

Dimensión 1: Preselección de personal (Perfil del puesto, Reclutamiento)	1	2	3	4	5
1. La empresa contrata al personal según perfil de puesto.					
2. La empresa pregunta las expectativas laborales y salariales para el puesto de trabajo.					
3. La empresa cuenta con un manual de reclutamiento					
4. Cuando se presenta una vacante la empresa aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso).					
5. Se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales					
Dimensión 2: Pruebas de selección (Habilidades laborales, Entrevista)					
6. En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar en equipo					
7. En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar bajo a presión.					
8. En la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato.					
9. La entrevista final de selección se realiza de acuerdo al puesto de trabajo					
10. Considera que en el encargado de la entrevista tuvo la experiencia necesaria.					

Respecto a la variable: Atención al cliente

Escala:

Siempre : 5

Casi siempre : 4



A veces : 3

Pocas veces : 2

Nunca : 1

Dimensión 1: Capacidad de respuesta (Disposición de ayuda, Solución de problemas)	1	2	3	4	5
11. El personal estuvo dispuesto a aclarar sus dudas o inquietudes					
12. El personal muestra disposición para atenderlo con rapidez en sus requerimientos.					
13. La empresa cuenta con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas					
14. El personal tuvo iniciativas de solucionar problemas y situaciones imprevistas en el proceso de servicio.					
15. El personal de la farmacia dio una solución efectiva a sus problemas.					
Dimensión 2: Seguridad (Confianza; Profesionalismo)					
16. El personal de la empresa transmite confianza					
17. La confianza generada por el personal favoreció a que usted visite con frecuencia a la farmacia.					
18. Siente confianza de que los productos que ofrece la farmacia son de calidad					
19. Los empleados muestran profesionalismo, es decir conocimientos técnicos sobre los productos farmacéuticos.					
20. El personal brinda acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación.					

Anexo 03. Validez del instrumento

Ficha de identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: Uribe Cornelio Guido N° DNI: 70117561 Edad: 42 Teléfono / Celular: 912 937 055 Email:	
Título profesional: Administración. Grado Académico: Maestría <input checked="" type="checkbox"/> Doctorado <input type="checkbox"/> Especialidad: Gestión pública Institución que labora: Unidad de Gestión Educativa Local de Aija	
Identificación del proyecto de Investigación o Tesis Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023. Autor(es): GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO Programa Académico: Administración	
 Firma	 Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Uribe Cornelio Guido

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente



GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO
DNI: 07518009

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023								
	VARIABLE 1: Selección de personal	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Preselección de personal	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	La empresa contrata al personal según perfil de puesto.	X		X		X		
2	La empresa pregunta las expectativas laborales y salariales para el puesto de trabajo.	X		X		X		
3	La empresa cuenta con un manual de reclutamiento	X		X		X		
4	Cuando se presenta una vacante la empresa aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso).	X		X		X		
5	Se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales	X		X		X		
	Dimensión 2: Pruebas de selección							
1	En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar en equipo	X		X		X		
2	En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar bajo a presión.	X		X		X		

3	En la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato.	X		X		X		
4	La entrevista final de selección se realiza de acuerdo al puesto de trabajo	X		X		X		
5	Considera que en el encargado de la entrevista tuvo la experiencia necesaria.	X		X		X		
Variable 2: Atención al cliente								
Dimensión 1: Capacidad de respuesta								
1	El personal estuvo dispuesto a aclarar sus dudas o inquietudes	X		X		X		
2	El personal muestra disposición para atenderlo con rapidez en sus requerimientos.	X		X		X		
3	La empresa cuenta con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas	X		X		X		
4	El personal tuvo iniciativas de solucionar problemas y situaciones imprevistas en el proceso de servicio.	X		X		X		
5	El personal de la farmacia dio una solución efectiva a sus problemas.	X		X		X		
Dimensión 2: Seguridad								
1	El personal de la empresa transmite confianza	X		X		X		
2	La confianza generada por el	X		X		X		

	personal favoreció a que usted visite con frecuencia a la farmacia.							
3	Siente confianza de que los productos que ofrece la farmacia son de calidad	X		X		X		
4	Los empleados muestran profesionalismo, es decir conocimientos técnicos sobre los productos farmacéuticos.	X		X		X		
5	El personal brinda acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación.	X		X		X		

Recomendaciones:

.....
...

Opinión de Experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos del experto: Dr. / Mg. Uribe Cornelio Guido Elmer DNI: 70117561



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
Director del Sistema Administrativo II
Area de Gestión Administrativa
UGEL - AIJA

Firma


Huella

Ficha de identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Ivonee Feli Avila Crespín

N° DNI: 46211751

Edad: 35

Teléfono / Celular: 981 587 705 Email: -----

Título profesional: Administración .

Grado Académico: Maestría Doctorado

Especialidad:

Gestión pública

Institución que labora:

Universidad Unamba

Identificación del proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023.

Autor(es):

GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO

Programa Académico:

Administración


Firma
Avila Crespín Ivonne Feli
DNI N° 46211751

Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Avila Crespín Ivonee Feli

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente



GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO
DNI: 07518009

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023								
	VARIABLE 1: Selección de personal	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Preselección de personal	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	La empresa contrata al personal según perfil de puesto.	X		X		X		
2	La empresa pregunta las expectativas laborales y salariales para el puesto de trabajo.	X		X		X		
3	La empresa cuenta con un manual de reclutamiento	X		X		X		
4	Cuando se presenta una vacante la empresa aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso).	X		X		X		
5	Se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales	X		X		X		
	Dimensión 2: Pruebas de selección							
1	En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar en equipo	X		X		X		
2	En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar bajo a presión.	X		X		X		

3	En la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato.	X		X		X		
4	La entrevista final de selección se realiza de acuerdo al puesto de trabajo	X		X		X		
5	Considera que en el encargado de la entrevista tuvo la experiencia necesaria.	X		X		X		
Variable 2: Atención al cliente								
Dimensión 1: Capacidad de respuesta								
1	El personal estuvo dispuesto a aclarar sus dudas o inquietudes	X		X		X		
2	El personal muestra disposición para atenderlo con rapidez en sus requerimientos.	X		X		X		
3	La empresa cuenta con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas	X		X		X		
4	El personal tuvo iniciativas de solucionar problemas y situaciones imprevistas en el proceso de servicio.	X		X		X		
5	El personal de la farmacia dio una solución efectiva a sus problemas.	X		X		X		
Dimensión 2: Seguridad								
1	El personal de la empresa transmite confianza	X		X		X		
2	La confianza generada por el	X		X		X		

	personal favoreció a que usted visite con frecuencia a la farmacia.						
3	Siente confianza de que los productos que ofrece la farmacia son de calidad	X		X		X	
4	Los empleados muestran profesionalismo, es decir conocimientos técnicos sobre los productos farmacéuticos.	X		X		X	
5	El personal brinda acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación.	X		X		X	

Recomendaciones:

.....
 ...

Opinión de Experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos del experto: Dr. / Mg. Avila Crespín Ivonee Feli DNI: 46211751


 Firma
 Avila Crespín Ivonne Feli
 DNI N° 46211751



Ficha de identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Álvarez Gallegos Aurelio Francisco

N° DNI: 29571960

Edad: 51

Teléfono / Celular: 901 208 403 Email: alvarez aurelio958@gmail.com

Título profesional: Administración.

Grado Académico: Maestría _____ Doctorado x

Especialidad:

Gestión pública

Institución que labora:

Unidad de Gestión Educativa Local de Aija

Identificación del proyecto de Investigación o Tesis**Título:**

PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023.

Autor(es):

GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO

Programa Académico:

Administración

 UNIVERSIDAD NACIONAL MICHAELA BASTIDAS
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN


Dr. Aurelio F. Alvarez Gallegos
DNI: 29571960
DOCENTE

Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Álvarez Gallegos Aurelio Francisco

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente



GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO
DNI: 07518009

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023								
	VARIABLE 1: Selección de personal	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Preselección de personal	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	La empresa contrata al personal según perfil de puesto.	X		X		X		
2	La empresa pregunta las expectativas laborales y salariales para el puesto de trabajo.	X		X		X		
3	La empresa cuenta con un manual de reclutamiento	X		X		X		
4	Cuando se presenta una vacante la empresa aplica el reclutamiento interno (ascensos, trasladados o transferidos con ascenso).	X		X		X		
5	Se aplica el reclutamiento externo a través de redes sociales	X		X		X		
	Dimensión 2: Pruebas de selección							
1	En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar en equipo	X		X		X		
2	En la empresa se evalúa la habilidad para trabajar bajo a presión.	X		X		X		
3	En la entrevista se aplican pruebas psicológicas para seleccionar al candidato.	X		X		X		

4	La entrevista final de selección se realiza de acuerdo al puesto de trabajo	X		X		X		
5	Considera que en el encargado de la entrevista tuvo la experiencia necesaria.	X		X		X		
	Variable 2: Atención al cliente							
	Dimensión 1: Capacidad de respuesta	X		X		X		
1	El personal estuvo dispuesto a aclarar sus dudas o inquietudes	X		X		X		
2	El personal muestra disposición para atenderlo con rapidez en sus requerimientos.	X		X		X		
3	La empresa cuenta con un manual de reclamos para dar una mejor solución a sus problemas	X		X		X		
4	El personal tuvo iniciativas de solucionar problemas y situaciones imprevistas en el proceso de servicio.	X		X		X		
5	El personal de la farmacia dio una solución efectiva a sus problemas.	X		X		X		
	Dimensión 2: Seguridad							
1	El personal de la empresa transmite confianza	X		X		X		
2	La confianza generada por el personal favoreció a que usted visite con frecuencia a la farmacia.	X		X		X		

3	Siente confianza de que los productos que ofrece la farmacia son de calidad	X		X		X		
4	Los empleados muestran profesionalismo, es decir conocimientos técnicos sobre los productos farmacéuticos.	X		X		X		
5	El personal brinda acompañamiento profesional de manera personalizada para el uso de la medicación.	X		X		X		

Recomendaciones:

Opinión de Experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos del experto: Dr. Álvarez Gallegos Aurelio Francisco DNI: 29571960


 UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS
 ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN


 Dr. Aurelio F. Alvarez Gallegos
 DNI: 29571960
 DOCENTE



Anexo 04. Confiabilidad del instrumento

PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE
DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023

No	SELECCIÓN DE PERSONAL										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
ENCUESTADO 1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
ENCUESTADO 2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
ENCUESTADO 3	1	1	2	4	5	2	4	5	4	5	33
ENCUESTADO 4	1	1	3	2	5	4	2	5	2	5	30
ENCUESTADO 5	5	2	2	2	5	2	1	5	3	3	30

Escala valorativa	Codigo
Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

VARIANZA POBLACIONAL	3,84	3,36	1,84	1,84	0,00	1,84	2,64	0,00	1,36	0,64	87,84
----------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------

K =	10 ítem
K/(K-1) =	1,111
$\sum_{i=1}^k s_i^2 =$	17,36
$S_t^2 =$	87,84
ALFA =	0,892

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Item

No	ATENCIÓN AL CLIENTE										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
ENCUESTADO 1	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	46
ENCUESTADO 2	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	47
ENCUESTADO 3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
ENCUESTADO 4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
ENCUESTADO 5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	3	40
ENCUESTADO 6	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	34
ENCUESTADO 7	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
ENCUESTADO 8	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	34
ENCUESTADO 9	1	4	4	3	3	4	4	3	3	3	32
ENCUESTADO 10	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
ENCUESTADO 11	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
ENCUESTADO 12	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
ENCUESTADO 13	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
ENCUESTADO 14	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35
ENCUESTADO 15	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	35

Escala valorativa	Codigo
Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

VARIANZA POBLACIONAL	0,93	0,52	0,20	0,65	0,60	0,29	0,20	0,77	0,65	0,51	26,38
----------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------

K =	10 ítem
K/(K-1) =	1,111
$\sum_{i=1}^k s_i^2 =$	5,31
$S_t^2 =$	26,38
ALFA =	0,888

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

El resultado para la variable selección de personal tiene un valor **0.892**; y para la variable se obtuvo una confiabilidad del **0.888**; lo que indica que los instrumentos tienen una excelente confiabilidad, ya que cuanto más se acerque el índice al extremo 1, mayor es la fiabilidad; por ende, el cuestionario es confiable para la recolección de datos.

Anexo 05. Formato de consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (CIENCIAS SOCIALES)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa farmacia del pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Y es dirigido por Galindo Gaspar, Guelmer Teodoro, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer una propuesta de mejora de la selección de personal para la atención al cliente de la pequeña empresa Farmacia del Pueblo, provincia de Satipo, 2023.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 7 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo guel_gg@hotmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:

Fecha:

Correo electrónico:

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información



**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
COORDINACIÓN DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Año de la unidad, la paz y el desarrollo

Chimbote 30 de noviembre 2023

CARTA N° 00173-2023-2023-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

IROSHI ERIK URETA CAMPOS

FARMACIA DEL PUEBLO - SATIPO

Presente:

A través del presente, reciba el cordial saludo en nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, a la vez solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023 que involucra la recolección de información/datos en AL GERENTE DE LA MICRO EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, a cargo del investigador GUELMER TEODORO GALINDO GASPAR , con DNI N° 21013691, cuyo asesor es el/la docente ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad, y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad, para reiterarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.


Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación


Iroshi Erik Ureta Campos
QUÍMICO FARMACEUTICO
C.Q.F.P. 17135
N° D.T. 782

Anexo 07. Evidencias de ejecución

DECLARACIÓN JURADA

Yo, GALINDO GASPAR, GUELMER TEODORO, identificado (a) con DNI: 07518009, con domicilio real: Pasaje los cerros N°198 urbanización Las Lomas distrito de Satipo, provincia de Satipo, departamento Junín

DECLARO BAJO JURAMENTO

En mi condición de (estudiante/bachiller) de administración con código de estudiante: 0611102004 de la Escuela Profesional de Administración. Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-1:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA SELECCIÓN DE PERSONAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA FARMACIA DEL PUEBLO, PROVINCIA DE SATIPO, 2023.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Chimbote, 08 de diciembre del 2023



Firma del estudiante/bachiller

DNI: 07518009



Huella Digital