



Universidad
Señor de Sipán

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE LA
ZAPATERIA LÓPEZ EN LA CIUDAD DE SAN
IGNACIO-2023**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

Autora:

**Bach. Lopez Cruz Margareth Yorgiana
<https://orcid.org/0009-0006-8366-5914>**

Asesor:

**Dr. García Yovera Abraham José
<https://orcid.org/0000-0002-5851-1239>**

**Línea de Investigación:
Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel – Perú
2023**

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADO

TESIS

**PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE LA ZAPATERIA LÓPEZ
EN LA CIUDAD DE SAN IGNACIO-2023**

Asesor (a): Dr. García Yovera Abraham José
Nombre Completo Firma

Presidente (a): Dr. Mego Núñez Onésimo
Nombre completo Firma

Secretario (a): Dr. García Yovera Abraham José
Nombre Completo Firma

Vocal (a): Dr. Mg. Mory Guarnizo Sandra
Nombre Completo Firma



DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de Administración de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro(amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE LA ZAPATERIA LÓPEZ EN LA CIUDAD DE SAN IGNACIO-2023

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

Apellidos y nombres López Cruz Margareth Yorgiana	DNI: 75675011	FIRMA
--	------------------	-----------

Pimentel, 13 de febrero de 2023

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres **Aníbal López López y Hilda Magna Cruz Quinde**, quienes día a día me motivaron a seguir y a luchar para lograr mi meta como estudiante. Dedicaron en mí su esfuerzo y su trabajo me enseñaron que todo en la vida se consigue con amor y perseverancia. Es por eso que dedico mi trabajo a quienes a pesar de sus responsabilidades dieron su esfuerzo para ayudarme a lograr mi sueño de ser una licenciada en administración.

AGRADECIMIENTO

Principalmente Agradezco a DIOS por poner en mi vida, la sabiduría e inteligencia para lograr terminar mi carrera y guiar mi camino.

También a mis asesores quienes pusieron en mí su esfuerzo y dedicación para impartir sus conocimientos y lograr terminar satisfactoriamente mis estudios.

A la Zapatería López por brindarme su confianza y la respectiva información, para realizar mí trabajo les agradezco y que Dios les bendiga

RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo Determinar la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de San Ignacio-2023, el tipo de estudio fue descriptivo, enfoque cuantitativo y con diseño no experimental, y nivel correlacional. La población y muestra estuvo conformada por 15 trabajadores del negocio en estudio. Para el procedimiento de recolección se usó el análisis exploratorio, evaluando las variables proceso de selección y ventas, a la vez, se utilizó el instrumento denominado cuestionario, que constó de 12 interrogantes para la primera variable y 18 interrogantes para la segunda, de acuerdo a la escala de Likert. Para el procesamiento de datos se usó el programa SPSS Vers-26, con datos organizados en cuadros simples de doble entrada, frecuencia relativa y absoluta. Se concluye que existe un grado de correlación positiva muy fuerte entre las variables proceso de selección y ventas, con un valor de 0,855, determinando la existencia de una relación significativa entre ambas variables. Además, se logró un sig bilateral (p-valor) igual 0,000 (p-valor= \leq . 05), menor al 0.05, en consecuencia, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Palabras clave: proceso de selección, ventas, trabajadores

ABSTRACT

The objective of the study was to determine the relationship between the selection process and sales of the López shoe store in the city of San Ignacio-2023, the type of study was descriptive, quantitative approach and with a non-experimental design, and correlational level. The population and sample consisted of 15 workers from the business under study. For the collection procedure, exploratory analysis was used, evaluating the selection process and sales variables, at the same time, the instrument called questionnaire was used, which consisted of 12 questions for the first variable and 18 questions for the second, according to the Likert scale. For data processing, the SPSS Vers-26 program was used, with data organized in simple tables with double entry, relative and absolute frequency. It is concluded that there is a very strong degree of positive correlation between the selection process and sales variables, with a value of 0.855, determining the existence of a significant relationship between both variables. In addition, a bilateral sig (p-value) equal to 0.000 ($p\text{-value} < .05$), less than 0.05, was achieved, consequently, we reject the null hypothesis and accept the alternative hypothesis.

Keywords: selection process, sales, workers

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE	viii
Índice De Tablas	x
Índice De Figuras	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad Problemática	12
1.2. Trabajos previos.....	15
1.3. Teorías relacionadas.....	21
1.3.1. Proceso de selección	21
1.3.2. Ventas	26
1.4. Formulación Del Problema:.....	29
1.5. Justificación e importancia del estudio:.....	29
1.6. Hipótesis	30
1.7. Objetivos	30
1.7.1. Objetivo General	30
1.7.2. Objetivos Específicos	30
II. METODOLOGÍA	31
2.1. Tipo De Investigación.....	31
2.2. Población Y Muestra	32
2.3. Variables, Operacionalización	32
2.4. Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos	35
2.5. Procedimiento de análisis de datos.....	36

2.6. Criterios éticos	36
2.7. Criterios de rigor científico.....	37
III. RESULTADOS	38
3.1. Resultados en tablas y figuras	38
3.2. Discusión de Resultados.....	48
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	51
4.1. Conclusiones.....	51
4.2. Recomendaciones.....	52
REFERENCIAS:.....	53
ANEXOS	59

Índice de Tablas

Tabla 1 Variable Proceso de selección	33
Tabla 2 Variable Ventas	34
Tabla 3 Fiabilidad del proceso de selección.....	35
Tabla 4 Fiabilidad de las ventas	36
Tabla 5 Dimensión Procesos estratégicos (Agrupada)	38
Tabla 6 Dimensión procesos Operativos (Agrupada).....	39
Tabla 7 Dimensión Procesos de Apoyo (Agrupada).....	40
Tabla 8 Variable Proceso de selección (Agrupada)	41
Tabla 9 Oferta (Agrupada)	42
Tabla 10 Demanda (Agrupada)	43
Tabla 11 Fidelización del cliente (Agrupada).....	44
Tabla 12 VENTAS (Agrupada)	45
Tabla 13 Correlación Proceso de selección con las dimensiones de ventas (oferta, demanda y fidelización).....	46
Tabla 14 Correlación entre el proceso de selección y ventas	47

Índice de Figuras

Figura 1 Proceso de selección de personal.....	23
Figura 2 Procesos estratégicos	38
Figura 3 Procesos Operativos	39
Figura 4 Procesos de Apoyo	40
Figura 5 Procesos de selección	41
Figura 6 Oferta	42
Figura 7 Demanda.....	43
Figura 8 Fidelización del cliente	44
Figura 9 Ventas	45

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En la actualidad cada organización busca mejorar en diversos aspectos, por lo cual, el proceso de selección y desempeño del personal son factores primordiales. Estos aspectos son realmente esenciales para obtener un nivel alto de capacidad para ejecutar sus labores, y así mismo de la compañía, dado a que de ese modo se logrará cumplir con los propósitos de la empresa.

Internacional

A la vez, en España, los autores Salinas y Malpartida (2020), nos informan que las empresas no encuentran al personal correcto para su compañía, el cual muchas veces se ha visto reflejado por la falta de capacitación y experiencia profesional. La elección de personal en las entidades no se ejecuta muchas veces a través de un procedimiento ya plasmado, ocasionando pérdida de tiempo y recursos económicos, para ello se debe tener en cuenta la elaboración de un flujograma, que le permita al área encargada seguir una secuencia de pasos ordenados (p.23). Este artículo se relaciona con la investigación que se viene desarrollando, puesto que se tiene en cuenta que el uso de un flujograma para el proceso de selección ayuda en gran medida al sistema administrativo, en particular, a aquellas organizaciones que contratan a varios colaboradores a la vez, al contar con un flujograma se logrará la optimización de recursos, estableciendo indicadores de tiempo entre dos acciones concretas.

Asimismo, en Ecuador, el autor Rivera (2019), nos dice que el proceso de elección consiste en la selección precisa del individuo adecuado para el cargo correcto en la situación oportuna. En términos más amplios, toda selección debe ser realizada por un personal capacitado encargado de escoger a la persona ideal para el puesto solicitado. Cabe mencionar que el aprendizaje intelectual de la organización es un aspecto importante para enriquecer su crecimiento empresarial, por otro lado, es complejo realizar capacitaciones al personal que va a conformar parte del grupo de trabajo (p.5). Este artículo se relaciona con la presente investigación, porque nos habla de la importancia que tienen los encargados del área para seleccionar al personal con el perfil idóneo que se requiere, también menciona que la capacitación es fundamental para que cada colaborador tenga un

mejor desarrollo y desempeño empresarial.

Por otro lado, en España, el autor Romero (2017), manifiesta que las entidades al momento de realizar la selección de colaboradores, los postulantes deben cumplir con el perfil profesional y requisitos que la vacante requiere, con el fin de ejercer sus funciones laborales de manera óptima. Para ello el encargado de reclutar debe ser un líder cualificado que tome las decisiones que genere el crecimiento empresarial (p.7). Este artículo se relaciona con la investigación en estudio, debido a que el autor señala que para mantener la rentabilidad y estabilidad de las compañías es necesario que la elección de personal cumpla con indicadores de gerencia de RR. HH, por ejemplo; capaz de adaptarse a nuevos cambios, superar los retos, ser innovador y cumplir los objetivos propuestos por la entidad.

En Chile, Bullemore y Cristóbal (2016) sostienen que las instituciones chilenas no disponen de un método apropiado que incremente sus ventas. En este sentido, las ventas subirán cuando los productos le aporten valor para los clientes y sobre todo que se asocie a su ritmo de vida, de tal manera que perciban calidad y tengan razones suficientes para volver a seguir comprando. Las organizaciones pueden aumentar su productividad laboral, ya que son los empleados quienes atienden a los clientes, así pues, existirán más productos siempre y cuando la demanda sea alta. Por último, las ventas no solo se quedan en una compra, sino que los vendedores deben de realizar seguimientos personalizados para corroborar si el usuario ha quedado satisfecho o no con el dinero invertido.

Nacional

En Lima, Jáuregui (2020), indica que hoy en día cada vez más empresas toman en cuenta la importancia que tiene el mundo virtual para llegar con mayor rapidez a candidatos calificados, el proceso para reclutar y seleccionar es una de las funciones claves en la dirección del talento humano, la compañía debe estar constituida por una visión y misión estratégica, además de adecuarse a los nuevos cambios y tendencias globales, utilizar herramientas como el Twitter, LinkedIn, y Facebook son ahora estrategias para reclutar. La selección de colaboradores es un procedimiento crítico, puesto que se van a tomar decisiones respecto al ajuste de los postulantes y si se ejecuta de manera correcta se logrará la incorporación de efectivos de un alto nivel para la influencia del crecimiento organizacional (párr.9).

Este artículo se relaciona con la presente investigación, porque vamos a utilizar plataformas digitales, para que la empresa emplee un adecuado proceso de selección, ejemplo de lo mencionado están las redes sociales donde existirá una comunicación inmediata y acercamiento real a las expectativas.

Asimismo, en Huánuco, Rojas, et al. (2020), indican que es importante realizar entrevistas para conocer las fortalezas, debilidades y desenvolvimiento de los candidatos, es importante mencionar que las empresas están usando el método outsourcing, con el fin de seleccionar al personal ideal, esta estrategia consiste en delegar las tareas a un proveedor externo, el cual dispone de un nivel alto de experiencia en el tema de selección de personal (p.48). Este artículo se relaciona con la investigación en curso, puesto que la organización no realiza un adecuado proceso de reclutamiento y selección, además, no gestiona entrevistas y pruebas psicológicas, el cual se ha visto reflejado en el desempeño de cada colaborador.

Por otro lado, en Lima el autor Coronel (2017), nos describe que en todo negocio como en las grandes corporaciones el personal que se contrate tendrá que ser los más competente y productivo. Por lo tanto, la selección de personal es el camino correcto para encontrar profesionales de calidad que van a sumar al desarrollo empresarial, donde los candidatos que cumplan con el perfil profesional recibirán la inducción al puesto solicitado (párr.5). Este artículo se relaciona con la investigación en estudio, porque después de efectuar la contratación del nuevo talento, se tiene que llevar a cabo un adecuado proceso de inducción, dando a conocer las funciones, actividades de campo, infraestructura y planeación estratégica de la organización.

En Lima, Dimitrijevic (2018) señala que las ventas se incrementarán cuando las promociones sean bastante atractivas para los clientes y resalten los precios. Las empresas que se enfocan en ganar más ofreciendo precios muy elevados y con una calidad que es muy común en el mercado, tienden a fracasar ya que los clientes consiguen lo mismo, pero en otra tienda y a menor precio. Es por ello, que surge la importancia de realizar descuentos cuando un cliente cumpla con determinadas compras, de tal forma de que acumule cierta cantidad y el precio disminuya en función a lo que invierte. Esto generará que el cliente vuelva más seguido y sobre todo que comenten los descuentos que ofrece una tienda, de tal forma que el

volumen de prospectos se incremente y como consecuencia su estabilidad en el mercado sea más placentera.

Local

El estudio se realizó en la zapatería López, ubicada en la ciudad de San Ignacio-Provincia de Cajamarca, la cual se dedica a ca colección, fabricación, elaboración, reparación de calzado y otros. Asimismo, se ha venido visualizando que el negocio en estudio presenta problemas al seleccionar al personal de ventas, ya que no posee el personal especializado para el proceso de selección, además no cuenta con un procedimiento de selección y por lo general todo se realiza de forma empírica, la misma que estaría trayendo como consecuencia que la contratación del personal de ventas no sea el idóneo, causando ineficiencia en las ventas de los productos ya que los contratados no cumplen con las competencias requeridas para el puesto.

1.2. Trabajos previos

En Colombia, el autor Marín (2018), cuyo propósito principal fue elaborar un plan documentado para el proceso de selección del departamento de RR. HH en una ferretería con el propósito de contribuir su productividad y competitividad, siendo un trabajo descriptivo – transversal de diseño no experimental. Según la investigación la población y muestra fueron encuestados 46 colaboradores de la empresa. En los resultados se evidenció un inadecuado procedimiento de selección de personal, en donde el 72% afirmaron que existe una mala gestión interna en el área de RR: HH y el 28% respondieron que están conforme con el proceso de selección. Se llegó a la conclusión que con el plan documental para el procedimiento de gerencia de RR. HH se logrará analizar, organizar y sintetizar un adecuado procedimiento de selección de personal, contribuyendo así el correcto desarrollo y desempeño de los colaboradores aumentando la productividad y competitividad empresarial (p.22).

En Colombia, Camacho (2017), cuyo objetivo fue el diseño de un plan de selección de personal para la ferretería Ferromero en constancia a una revisión teórica de modelos de planeación, el tipo de estudio fue descriptiva. A la vez, su poblaciónse conformó por 50 clientes, con una muestra de 35 clientes, en los resultados el 26% está de acuerdo con el grado de satisfacción que les brindan los

colaboradores, mientras que el 74% no está de acuerdo. Se concluyó que la realización de un plan estratégico es el camino seguro para el crecimiento de la ferretería, teniendo en cuenta a cada persona como factor principal para el desarrollo de la empresa (p.16).

En Ecuador, Toro (2017), donde su propósito fue llevar a la práctica un diseño para reclutar y seleccionar al personal de la ferretería Romero que permita el mejoramiento del desarrollo empresarial. La investigación descriptiva, y de enfoque cuantitativo, por otro lado, la población y muestra se conformó por 6 colaboradores de la misma ferretería, según los resultados observados el 100% contestó que ninguno pasó por los procesos de selección al iniciar a laborar a la organización, y a la vez, se detectó que los 6 trabajadores fueron reclutados por recomendación. Llegó a la conclusión que la ferretería Romero tiene desconocimiento en relación a el proceso o procedimiento de reclutamiento y selección de colaboradores (p.22).

Por otro en Guayaquil, Jaén, (2015) se contó con el propósito primordial de hallar la incidencia económica en las empresas de venta directa. Su diseño fue de campo, en el que la propuesta fue elaborada a través de datos recogidos de las calles y hogares de Guayaquil, con una muestra de 376 colaboradores. Los resultados que llegó a conseguir fue que el 54% de los encuestados usan incentivos para atraer clientes a que realicen una compra. Llegó a la conclusión que la venta directa ha permitido que en un 95% de los habitantes de Guayaquil compren productos que sean de gran aporte a su salud y al de sus familiares. Uno de las formas para atraer clientes a una empresa es de brindarles incentivos a los trabajadores para que así ellos atraigan a los futuros consumidores y realicen la mayor cantidad de compras de los productos que la empresa brinda, ya que los futuros consumidores son los encargados de que la empresa tenga un gran éxito en el mercado gracias a su calidad de productos que son de gran importancia para su salud y de su familia.

Asimismo, en Quito, Meneses (2014) planteó una propuesta que contribuya al mejoramiento de las ventas. El estudio fue propositivo, en el que se plantean tácticas que ayuden al crecimiento de la compañía, con una muestra de 96 clientes, de los cuales el 56.25% manifiestan que la empresa le brinda servicios post venta. Llegó a la conclusión que la propuesta se basó en descubrir las necesidades para

luego cubriéndolas, de tal manera que las ventas han tenido gran impacto ante el mercado porque han causado que la empresa sea más competitiva. El servicio posventa es una de las formas de ventas más comunes en la actualidad, ya que se le da un seguimiento al cliente para ver si está satisfecho con el producto que la empresa le ha brindado y también darles a conocer sobre los demás productos y saber las necesidades que el consumidor necesita y así poder cubriéndolas. Esto ocasiona que las ventas tengan un gran impacto en el mercado y así las empresas sean más competitivas.

Nacional

Yupanqui, (2021) en su estudio Proceso de reclutamiento y selección de personal como factor determinante para las ventas, en la empresa terranova S.R.L. Ica, estableció como finalidad que se analice como el fortalecimiento del proceso de reclutamiento y selección de personal incide en la venta, empleo un estudio aplicado, por otro lado, empleo el método inductivo y el diseño de la indagación fue el correlacional. Llego a concluir que los procesos de reclutamiento y selección de personal posee una incidencia positiva en la organización en estudio. Asimismo, en referencia a este procedimiento se posee manera más incuestionable que se encuentre trabajadores de calidad y este proceso permitió la identificación de cada necesidad de la empresa y del posible colaborador. Por otro lado, al desarrollar el estudio se encontraron ciertos inconvenientes en relación a la formación profesional de algún trabajador no está relacionada con el puesto laboral desempeñado, además de cierta dificultad en la prueba de selección de personal.

En Bagua, el autor Medina (2019), cuyo objetivo fue llevar a cabo un plan de proceso de selección con el propósito de mejorar el desarrollo de los colaboradores de la Ferretería & Industrias Jheyson S.A.C. el estudio fue de diseño no experimental de carácter transversal, por otro lado su población y muestra se conformó por 7 colaboradores. Según los resultados el 40% indicó que para evitar la rotación de personal se deben otorgar premios y vacaciones, el 15% pretenden motivación, el 30% señalan que se le reconozcan horas extras y el 15% mejorar su salario. Se llegó a la conclusión que con el plan de gestión de RR. HH permitirá organizar y formalizar de manera adecuada el procedimiento para una adecuada selección de personal (p.18).

En Arequipa, Saldaña (2019), tuvo como objetivo conocer la gran importancia del procedimiento de selección de las personas de la organización JCH Llantas. El tipo de estudio fue descriptivo, asimismo, conto con una muestra que se constituyó por 25 trabajadores, en los resultados se pudo observar que el 52% están de acuerdo con el procedimiento de selección mientras que el 48% no están de acuerdo con el proceso de selección, razón por la cual la entidad debe mejorar el proceso de selección. Se llegó a la conclusión que el procedimiento de selección de las personas no se ha estado aplicando de una forma correcta, respecto a las confirmaciones de los trabajadores (p.12).

Delgado (2020) manifiesta que, en su estudio de investigación, tuvo como objetivo, el análisis del rol que desempeña el departamento de Recursos Humanos en el marco de la pandemia del COVID-19. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, utilizando el nivel descriptivo, con un diseño no experimental; por otro lado, la muestra fue de 65 individuos. Se aplicaron entrevistas y cuestionarios. Los resultados demuestran que los cambios laborales demandaron una mayor autonomía, compromiso y organización personal en los empleados; el distanciamiento social y el aislamiento preventivo representaban un riesgo psicosocial para los colaboradores; la tecnología no ha representado cambios significativos en las jornadas laborales; la comunicación ha sido un punto clave en la institución; se adoptaron medidas económicas como reducir el salario. El autor llegó a concluir que la emergencia sanitaria que se generó en la pandemia del COVID-19 expuso la posibilidad de reinventarse en la manera de trabajar. Dejando abierta la posibilidad de obtener diferentes oportunidades de mejora, para la preparación de la empresa ante la llegada de algún nuevo reto y necesidad que la organización tendrá que atender en cierto momento.

Acuña y Acuña (2018) en su tesis titulada “Gestión de potencial humano y desempeño laboral en el departamento de Administración de la Dirección Regional del Gobierno Regional Madre de Dios” es de tipo correlacional y diseño transversal. Cuyo objetivo fue que se determine la relación de la gestión de potencial humano y desempeño laboral de los empleados del departamento de administración de la entidad en estudio, por medio de la técnica (encuesta) y el instrumento, (cuestionario), se aplicó a una muestra de 40 colaboradores, los resultados

mostraron que solo 22.5% del personal tomaba en cuenta que para un buen potencial humano tomaban en cuenta los conocimientos, ya que el 72.5% que consideraba que este hecho era poco reconocido y que sus capacitaciones laborales, lo iban recibiendo durante la marcha. Otro factor importante que 70% no se sentían conformes con los incentivos que brindaba la empresa esto presentando que las funciones en determinadas áreas no se cumplan con la eficacia correcta, en conclusión la productividad de la empresa dependerá mucho del ritmo laboral con la que cuente el personal y que el entusiasmo la motivación de superarse dependerá mucho de las estimulaciones brindadas por la empresa por lo que se sugiere implementar proyectos sobre la gestión del potencial humano, con la finalidad que se mejore el rendimiento y determinar el personal idóneo.

Por otro lado, en Trujillo, et. al. (2015) propuso verificar si la aplicación de A.I.D.A. puedo acelerar las ventas. Su diseño fue de cuasi experimental, en el que hubo una observación entre un antes y después de la aplicación, siendo su muestra de 11 colaboradores. El 55% señalan que es bueno las habilidades de ventas que recibieron después de la aplicación de A.I.D.A. Llegaron a la conclusión que antes de la aplicación de la técnica A.I.D.A. los vendedores mostraban una mala atención a sus clientes, por lo que después de la aplicación, les brindan un mejor servicio detallando toda la información que les piden. A.I.D.A es una técnica que brinda la atención, interés, deseo y acción que fue aplicada a los vendedores ya que mostraban una mala atención hacia los clientes. Una vez aplicada la técnica hubo resultados positivos, ya que gracias a ello los vendedores les brindan un mejor servicio detallado de la información en el momento que requiera el cliente.

A nivel local

En Pimentel, Camacho y Mera (2019), cuyo objetivo general de la organización fue establecer aquella relación existente entre el proceso de selección y desarrollo empresarial de la entidad Chanamé Cars E.I.R. El tipo de estudio fue descriptivo – correlacional de diseño no experimental, en donde la población y muestra se conformó de 18 trabajadores de la organización. Según los resultados observados el 89% cumplen con los requisitos para el perfil del puesto que se requiera en la entidad y el 11% es indiferente al perfil profesional que requiere Chanamé. Lo cual influye al momento de llevar a cabo sus actividades. La

investigación llegó a concluir que el factor gestión del talento humano tiene influencia en el desempeño organizacional, siendo una de las preocupaciones el reconocimiento a sus empleados, cuyo propósito es lograr que estén comprometidos.

En Chiclayo, los autores Aguirre y Yataco (2017), cuyo objetivo principal fue establecer un idóneo proceso de selección por competencias para pequeñas y medianas empresas. Se aplicó una investigación descriptiva – no experimental, puesto que se detallaron hechos tal y como fueron obtenidos, respecto al análisis estadístico se estudió una población y muestra total de 34 colaboradores de las Pyme. De acuerdo a los resultados del estudio, refleja un proceso de selección informal, el cual se ha convertido hasta el día de hoy en un sistema tradicional por el área encargada de reclutar. Respecto a las técnicas de selección de personal mayor empleadas por las empresas para el nivel gerencial, es la entrevista, pruebas de conocimientos o capacidad, test psicométricos. Se llegó a la conclusión que la organización actualmente carece de un procedimiento formal en la selección de personal, el cual debe realizarse siguiendo una serie de pasos fundamentados y haciendo énfasis en la entrevista, la cual es decisiva e importante para obtener información certera del postulante (p.11).

Asimismo, en Pimentel, los autores Alvarado y Monsalve, (2017), tuvo como propósito el diseño de procesos de selección que mejoren el desempeño laboral de en la empresa Construcciones y Reparaciones S.R.L. Su investigación fue de tipo descriptiva de diseño no experimental, puesto que no se van a manipular la variable en estudio, La población es de 200 clientes y como muestra 132 encuestados. En los resultados, según los datos obtenidos el 15% está de acuerdo que los empleados son amables con el trato mientras que el 85% está totalmente en desacuerdo con el trato que se les brindan. En la entrevista se evidenció que la empresa no dispone de un adecuado proceso de elección. Se llegó a la conclusión que con el diseño de la propuesta de selección de personal conllevo a la instauración de prácticas nuevas que ayudarán en gran medida con el desempeño de sus colaboradores (p.25).

Guillén y Sánchez (2017) plantearon evaluar la gestión en el área de ventas para que se incremente la utilidad. Por otro lado la muestra se conformó los 31

trabajadores. Los resultados más relevantes fue que el 79% considera que hubo un incremento de ventas al año 2016. Terminaron concluyendo que los clientes muestran grado de desconfianza cuando intentan realizar una compra lo que genera que no aumenten ni disminuyan. Las evaluaciones en las gestiones de venta de las empresas son más frecuentes, ya que, gracias a esta implementación, se visualiza el nivel de ganancias y pérdidas que se han logrado a fin de año, y también, muestra el grado de desconfianza que tiene el consumidor cuando va a realizar su compra por lo que genera que su rentabilidad no aumente ni disminuya en el corto plazo.

Pérez y Requejo (2016) propusieron demostrar si las ventas incrementan con el marketing operativo. Asimismo, el trabajo fue correlacional y la muestra de 142 usuarios, de los cuales 47.8% manifiestan que no están de acuerdo con la manera de cómo los colaboradores realizan una venta. Llegaron a concluir que el marketing operativo se asocia con las ventas, teniendo en cuenta que los colaboradores deben incrementar sus conocimientos y establecer precios acordes a las posibilidades del cliente.

1.3. Teorías relacionadas

1.3.1. Proceso de selección

De acuerdo al autor Mondy y Noe (2015). Lo describe como aquel conjunto de etapas para reclutar y seleccionar a los candidatos adecuados para cubrir un puesto de trabajo. Fue descrito por primera vez en su libro "Administración de Recursos Humanos", que se publicó por primera vez en 1980 y ha sido actualizado en varias ediciones posteriores.

Según Bravo (2013), el proceso de selección es el conjunto de etapas que tienen como objetivo identificar y elegir al candidato más adecuado para ocupar un puesto de trabajo en una organización. Este proceso implica la aplicación de técnicas y herramientas que permiten evaluar las habilidades, conocimientos, aptitudes y competencias de los candidatos para determinar si cumplen con los requisitos del puesto.

Poveda (2018), indica que los gerentes de diferentes áreas comienzan a trabajar con profesionales de recursos humanos para desarrollar estrategias eficientes para reclutar y desarrollar personas.

Objetivo: Tiene como objetivo encontrar al candidato con las habilidades y experiencia adecuadas para desempeñar el trabajo de manera efectiva y contribuir al éxito de la organización.

Etapas del proceso de selección: Mondy y Noe (2015). Indica los siguientes:

Análisis de puestos: Se lleva a cabo una revisión exhaustiva del puesto a cubrir para determinar las habilidades, conocimientos, aptitudes y otras características necesarias para desempeñarlo con éxito.

Reclutamiento: Se busca atraer a un conjunto adecuado de candidatos para el puesto. Esto puede implicar la publicación de anuncios de empleo, la búsqueda en redes sociales o la utilización de agencias de contratación.

Solicitud de empleo: Se solicita a los candidatos que presenten su currículum vitae y/o que completen una solicitud de empleo, que incluya información sobre su formación académica, experiencia laboral y habilidades.

Selección de candidatos: Se realiza una evaluación de los candidatos que cumplen con los requisitos del puesto, utilizando diversas técnicas de selección como entrevistas, pruebas psicológicas y exámenes de conocimientos.

Verificación de antecedentes: Se verifica la información proporcionada por los candidatos, como su historial de empleo, referencias, antecedentes penales y educación.

Oferta de empleo: Se selecciona al mejor candidato para el puesto y se le hace una oferta formal de empleo.

Integración del empleado: Se inicia el proceso de integración del nuevo empleado en la organización, que puede incluir la orientación, el entrenamiento y la asignación de responsabilidades.

Estas son las principales etapas del proceso de selección según Mondy. Cabe destacar que cada organización puede tener su propio proceso de selección adaptado a sus necesidades y objetivos.

Proceso de selección

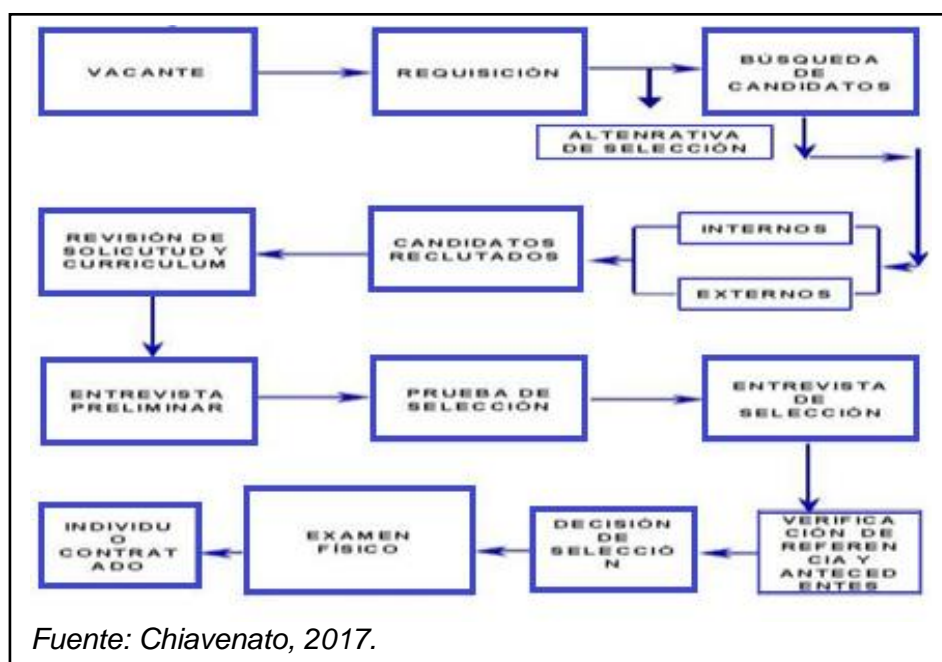
Chiavenato (2017) considera que “La empresa no tiene por qué correr riesgos si algún trabajador renuncia, sino por el contrario, alinear al personal presente en las actividades establecidas, hasta que se realice el proceso formal de elección de colaboradores” (p.171).

En la elección se van a emplear diversos métodos para identificar al postulante apropiado para el cargo solicitado, por lo cual, se debe de primar los requisitos mínimos para el cargo como, por ejemplo: edad, el tiempo que trabajó en su puesto anterior, grado académico, experiencias, anécdotas, etc.

El siguiente modelo considera la existencia de 9 pasos.

Figura 1

Proceso de selección de personal.



Técnicas de selección del personal

En el momento que ya se tiene los datos del Análisis del cargo, Aplicación de las técnicas metodológicas críticas, Gestión de las solicitudes de los empleados e Hipótesis de trabajo en cuestión a los requisitos del puesto en gestión y las competencias, ya es hora de obtener los datos respecto al personal que se presentó, el siguiente paso es la elección de métodos y técnicas para conocer, colacionar y escoger a los candidatos más aptos.

Las metodologías de elección de personal de acuerdo Chiavenato (2017), se agrupan en 5 clases:

a) La entrevista de elección

Es la técnica más empleada en todo proceso de reclutamiento y selección, menciona lo siguiente:

La entrevista sirve para conocer con mayor énfasis a los candidatos, se les hace preguntas sobre la experiencia que han tenido, temas profesionales y personales, de esa forma evalúan la forma de expresión y desenvolvimiento de la persona, así mismo conocer sus técnicas, asesoramiento y orientación del individuo para generar más confianza en los temas de discusión (p.177).

Por lo tanto, la entrevista de selección de personal, es un procedimiento de comunicación entre dos o más personas que interactúan entre sí, en donde la organización es la parte más interesada en conocer al postulante y la manera en cómo desenvuelve y expresa

b) Pruebas de conocimiento o de capacidades

Las pruebas de capacidades son técnicas para evaluar el grado de inteligencia general y específico de los postulantes que exige el cargo solicitado. “Buscan cuantificar el nivel de conocimiento y habilidad el cual será manejado por un sistema, como por ejemplo el operador de máquinas, la pericia del conductor del estibador, teniendo en cuenta que hay variedad de pruebas de conocimiento”

c) Pruebas psicológicas

Las pruebas psíquicas se basan en el análisis de muestras de comportamiento humano, y se sintetiza que:

Muestra la media objetiva y estandarizada de una muestra de comportamiento en lo concerniente a las aptitudes de los individuos bajo condiciones normativas. Se proyectan para calcular la retención de aprendizajes, aptitudes mecánicas, actitudes del postulante, coordinación administrativa, aceptación de errores, estado emocional y medidas de inteligencia (p.185).

d) Pruebas de personalidad

En este apartado se “Pretende evaluar los diferentes rasgos establecidos por su temperamento y carácter, se les llama genéricas cuando se toman en cuenta rasgos global y específicas cuando determinan aspectos como el interés, motivación, frustraciones y equilibrio de emociones” (p.188).

e) Técnicas de simulación

Los métodos de simulación son utilizados como suplemento de la gestión a los resultados de las evaluaciones psicológicas y entrevistas que se han realizado al candidato.

Las tácticas de simulación se desprenden del trato individual para centrarse en el trato que se les dan a los grupos, y dejan de lado técnicas verbales por las actividades sociales. Comienza por la dramatización que es definida por el escenario actuado que se realizará un drama en contexto, en el cual se ejecuta un caso y se pretende analizar como si fuera en la realidad de la empresa (p.188).

Dimensiones

De acuerdo a Mondy, (2010) en el proceso de selección, se pueden identificar tres tipos de procesos: estratégicos, operativos y de apoyo. A continuación, se describen brevemente cada uno de ellos:

Procesos Estratégicos: Son aquellos que están directamente relacionados con la planificación y toma de decisiones a nivel estratégico en la gestión de

recursos humanos. En el proceso de selección, los procesos estratégicos pueden incluir la definición de políticas de contratación y selección, la determinación de los perfiles y competencias que se buscan en los candidatos, y la asignación de recursos para llevar a cabo el proceso de selección.

Procesos Operativos: Son aquellos que se encargan de ejecutar las tareas y actividades necesarias para llevar a cabo el proceso de selección. En el proceso de selección, los procesos operativos pueden incluir la publicación de ofertas de trabajo, la recepción y revisión de solicitudes de empleo, la realización de entrevistas y pruebas de selección, la verificación de referencias y antecedentes, y la toma de decisiones sobre la contratación.

Procesos de Apoyo: Son aquellos que brindan soporte y asistencia en la realización de las tareas y actividades de los procesos operativos. En el proceso de selección, los procesos de apoyo pueden incluir la gestión de la información de los candidatos, la coordinación de las entrevistas y pruebas de selección, la programación y seguimiento de las verificaciones de antecedentes y referencias, y la preparación y presentación de informes y documentación relacionados con el proceso de selección.

Es importante que estos tres tipos de procesos estén integrados y coordinados para asegurar que el proceso de selección sea efectivo y eficiente en la identificación y contratación de los mejores candidatos para la organización.

1.3.2. Ventas

De la Parra y Madero (2003) sostienen que las ventas es una de las actividades en la que las personas u organizaciones ofrecen algo (productos o servicios) ante un público objetivo. Una venta efectiva se mide por la cantidad de veces en las que los clientes compran, de tal forma que con el tiempo se vuelvan fieles.

Cohen (2008) señala que las ventas es una cesión de una mercancía en el que se da a través de un precio acordado y convenido, así mismo, puede darse al contado, a crédito o a plazos determinados.

Fischer y Navarro (2011) definen a las ventas como un proceso sistemático de

la mercadotécnica en el que existe un intercambio de productos o servicios entre la organización y el usuario con el objeto de satisfacer necesidades.

Clasificación de ventas

García (2011) lo clasifica de esta forma:

Venta simple

Se ejecuta uno a uno, es decir, entre el vendedor y el comprador. En la venta simple los clientes realizan sus compras en cantidades pequeñas y en productos básicos en donde no necesiten de un largo proceso de decisión. Se le considera como venta de mostrador, en donde el vendedor no debe de excederse en el tiempo que realiza una venta.

Venta compleja

Es aquella en donde existen varios compradores en lo que el vendedor tiene que realizar una evaluación previa para conseguir la venta. Este proceso es un poco complejo, ya que todos tienen que estar de acuerdo con lo que se le ofrece, además que son volúmenes grandes y en periodos largos de pago. Así mismo, el cierre de ventas tiene que darse de manera satisfactoria, en donde los clientes con el vendedor queden contentos y respeten el trato pactado en la compra.

Capacitación en las ventas

García (2011) afirma que una de las funciones que debe de realizar una empresa para que sus vendedores sean exitosos, deben de fortalecer sus competencias. Entre los temas a capacitar a los vendedores son los siguientes:

Habilidades comunicativas

La expresión por parte del personal de ventas debe de tener la habilidad necesaria para que puedan expresarse de manera apropiada, tanto de manera escrita, como de manera oral. Las empresas que tienen clientes en diferentes partes del mundo, deben poseer un segundo idioma con el objeto de no perder posicionamiento en el mercado. La Programación Neurolingüística es una gran herramienta en la que permite que los vendedores tengan en cuenta ciertas pautas psicológicas con el objeto de mejorar sus procesos comunicativos hacia

sus clientes.

Control emocional

Es necesario para que el vendedor no muestre un comportamiento inapropiado en el momento que no llegó a cerrar una venta de manera exitosa. Así mismo, si sus experiencias sean buenas o malas, debe de mantener la ecuanimidad, de tal forma de no dañar su imagen hacia los clientes.

Capacidad de organización

La gerencia general le debe de tomar importancia al tiempo de sus vendedores, con la finalidad de que sean más organizadas en su tiempo de trabajo.

Trabajo en equipo

Fortalece que los vendedores se sientan complacidos en sus necesidades personales como laborales. Uno de los puntos clave es brindarle incentivos grupales, de tal manera que todos los vendedores trabajen en conjunto, cumplan con la meta establecida y reciba una remuneración a cambio de ello.

Adaptabilidad

Los vendedores deben de adaptarse a los cambios que se originen en la compañía. Además, que todo debe de estar en constante innovación, ya que, si no lo hacen, perderán posicionamiento en el mercado.

Creatividad

Se les debe de dar oportunidades a que los colaboradores desarrollen sus propias competencias y que sean creativos, de tal manera de que su cierre de ventas sea más exitoso.

Liderazgo

Es un elemento fundamental con el objeto que pueda dirigir a los equipos de trabajo, así mismo, deben de poseer un conjunto de habilidades para que todos sus seguidores trabajen motivados y puedan mejorar sus ventas.

Dimensiones

De acuerdo al autor Stanton, et al. (1997). Las dimensiones de ventas son un

conjunto de factores que influyen en el proceso de ventas de una empresa. Estas dimensiones incluyen la oferta, la demanda y la fidelización del cliente.

La oferta se refiere a los productos o servicios que la empresa ofrece a sus clientes. Esto incluye la calidad de los productos o servicios, el precio, las características y beneficios, la marca y la imagen de la empresa, y la variedad y disponibilidad de productos o servicios.

La demanda se refiere a las necesidades y deseos de los clientes, así como a la cantidad de productos o servicios que los clientes están dispuestos a comprar. Esto incluye factores como la segmentación del mercado, la comprensión de las necesidades del cliente, la creación de valor para el cliente y la satisfacción del cliente.

La fidelización del cliente se refiere a la capacidad de la empresa para mantener una relación duradera y rentable con sus clientes. Esto incluye factores como la satisfacción del cliente, la lealtad del cliente, la retención del cliente, la gestión de la experiencia del cliente y la calidad del servicio al cliente.

Por otro lado, las ideas del autor han sido ampliamente aceptadas y utilizadas en el mundo empresarial para entender y mejorar el proceso de ventas.

1.4. Formulación Del Problema:

¿Cuál es la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023?

1.5. Justificación e importancia del estudio:

Justificación Teórica

El trabajo de investigación buscó demostrar como el proceso de selección se relaciona con las ventas en la zapatería López en la ciudad de San Ignacio; realizando un contraste con las teorías relacionadas de estudio para amplificar la investigación y determinar la comprobación de las hipótesis.

Justificación Práctica

La investigación se justifica porque tiende a analizar cómo se relacionan las

variables de interés en una empresa, de acuerdo a ello se logró conocer, catalogar y evaluar el proceso y procedimiento empleado, en un cierto periodo, sujetándose a los métodos de recolección de datos.

Justificación Metodológica

Es de justificación metodológica puesto que el estudio se centró en una investigación descriptiva, correlacional y diseño No experimental, en la cual se aplicaron técnicas de recolección de información en la entidad objeto de estudio e identificó la relación de las variables.

1.6. Hipótesis

H₁: Existe relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023

H₀: No existe relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023

1.7. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Determinar la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de San Ignacio-2023

1.6.2. Objetivos Específicos

Analizar el nivel del proceso de selección en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023

Describir el nivel de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023

Determinar la relación de la variable proceso de selección con las dimensiones de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023

II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo De Investigación

El Tipo de estudio que tuvo la presente investigación se enmarca dentro de la metodología descriptiva analizando cada una de las variables en estudio, a la vez, conto con un enfoque cuantitativo basado en la medición numérica y el análisis estadístico de datos para obtener conclusiones correspondientes.

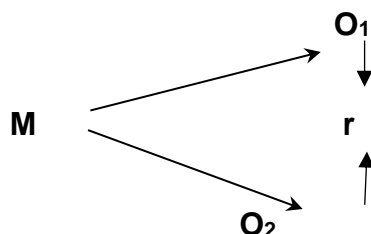
Es de enfoque cuantitativo, porque vamos a utilizar la estadística descriptiva para detallar los datos resultantes de la aplicación del cuestionario mediante tablas y figuras, Hernández, Fernández y Baptista (2014), señalan que en el enfoque cuantitativo “Se emplea la colección y estudio de la data para responder incógnitas de investigación y demostrar hipótesis planteadas anticipadamente, así mismo fiarse en la medición de instrumentos y variables del presente estudio” (p.37).

Asimismo, se estableció el nivel correlacional la cual es una metodología que se enfoca en medir y describir la relación entre dos o más variables, pero no intenta establecer una relación causal directa entre ellas.

Diseño de Investigación

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el diseño no experimental el cual consistió en la observación y recopilación de datos sin manipular deliberadamente ninguna variable establecida.

Por tal consideración, el diseño de la investigación se representó tal como se presenta en el siguiente esquema:



Donde:

M = Muestra.

O1 = Observación de variable 1.

O2 = Observación de variable 2.

r = Correlación de las variables

2.2. Población Y Muestra

Población:

Ñaupas, et al, (2015) indica que hace referencia al conjunto de personas, individuos que tienen características y cualidades comunes” (p. 207). Es el número total del grupo que se va a estudiar, donde poseen una particularidad en común.

De acuerdo a la información requerida para la realización de este estudio, se consideró a la totalidad de trabajadores (15) de la Zapatería “López”.

Muestra:

En el presente trabajo no se contó con muestra ya que se utilizó a la totalidad de la población por ser finita y pequeña.

2.3. Variables, Operacionalización

Variable Independiente: Proceso de selección

De acuerdo al autor Mondy y Noe (2015). Lo describe como aquel conjunto de etapas para reclutar y seleccionar a los candidatos adecuados para cubrir un puesto de trabajo. Fue descrito por primera vez en su libro "Administración de Recursos Humanos", que se publicó por primera vez en 1980 y ha sido actualizado en varias ediciones posteriores.

Variable Dependiente: Ventas

De la Parra y Madero (2003) sostienen que las ventas es una de las actividades en la que las personas u organizaciones ofrecen algo (productos o servicios) ante un público objetivo. Una venta efectiva se mide por la cantidad de veces en las que los clientes compran, de tal forma que con el tiempo se vuelvan fieles.

Tabla 1

Variable Proceso de selección

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICA/ INSTRUMENTO	
PROCESO DE SELECCIÓN	Procesos estratégicos	Procesos claves	Ítems 1 – 2	Técnica: Encuesta	
		Procesos centrales	Ítems 3 - 4		
	Procesos Operativos	Necesidades del cliente	Ítems 5 – 6		Instrumento: Cuestionario
		Evaluación del proceso	Ítems 7 - 8		
	Procesos de Apoyo	Soporte	Ítems 9 – 10		
		Generación de valor	Ítems 11 - 12		

Tabla 2

Variable Ventas

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TECNICA/ INSTRUMENTO
VENTAS	Oferta	Calidad de producto	Ítems 13 – 15	Técnica: Encuesta
		Calidad de servicio	Ítems 16 - 18	
	Demanda	Confianza del cliente	Ítems 19 – 21	Instrumento: Cuestionario
		Satisfacción del cliente	Ítems 22 - 24	
	Fidelización del cliente	Recomendaciones en ventas	Ítems 25 – 27	
		Frecuencia en la compra	Ítems 28 - 30	

2.4. Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos

Técnica

En este estudio hemos utilizado como técnica la encuesta, Quispe y Sánchez (2011), nos informa que “Es un método de estudio se realiza a través de la elaboración de la herramienta cuestionario, las cuales pueden ser de forma escrita o verbal, se efectúa a la muestra establecida, generalmente a un grupo de individuos en estudio” (p.3).

La técnica que utilizaremos en la investigación, será para recoger información importante de la variable independiente "Proceso de Selección" y la variable dependiente "ventas", mediante un cuestionario establecido por interrogantes, el cual nos permitirá reconocer la situación y la opinión de los colaboradores de su centro laboral.

Instrumento

Utilizamos el cuestionario como instrumento, Chávez (2015), menciona que el cuestionario “Es una herramienta de recolección de datos y está formado por un número preciso de interrogantes que el investigador estudia y aplica a la muestra establecida, el cual puede ser de manera impresa o por plataformas digitales” (p.65), con la intención de almacenar data importante y necesaria para analizar las respuestas y valores de las variables en estudio, dicha encuesta será llevada a cabo por medio virtual de Google Formularios.

Para la primera variable independiente “Proceso de Selección”, se utilizaron 12 preguntas y para las ventas 18, bajo la Escala de Likert. A la vez, se obtuvo la siguiente fiabilidad

Tabla 3

Fiabilidad del proceso de selección

Alfa de	
Cronbach	N de elementos
,972	12

Tabla 4
Fiabilidad de las ventas

Alfa de Cronbach	N de elementos
,977	18

2.5. Procedimiento de análisis de datos

El proceso de análisis de datos, consistió en primera instancia en la elaboración del instrumento para el acopio de los resultados, donde el cuestionario para la variable independiente “Proceso de selección” contiene 12 preguntas y 18 interrogantes para la variable dependiente “ventas”, así mismo se efectuó la escala de Likert.

Luego se digitó y efectuó la encuesta presencial a los empleados de la organización, para luego descargar la base de data, los cuales son adjuntados en una hoja de archivo Excel para sustituirlos a números sin ningún formato, una vez que se ha suprimido el formato, deshabilitamos la data del programa IBM SPSS Statistics V-26, el mencionado método nos sirve como una presentación para hallar y medir la fiabilidad, logrando así determinar el valor del alfa de cronbach y baremación según las variables y dimensiones, dichos resultados estarán representados a través de tablas y figuras adjuntados a nuestro informe de investigación.

2.6. Criterios éticos

En este apartado se detalló en el estudio plasmar la teoría de criterios éticos del autor Belmont (1979), el cual menciona que existen 3 principios éticos básicos integrados por nuestra cultura tradicional:

El respeto a las personas, íntegra, aunque sea dos percepciones éticas: uno, el ser humano tiene que ser atendido como gestores autosuficientes, dos, los individuos no autosuficientes deberán tener mayor atención y resguardo. En detalle, esta primera regla ética se fragmenta en dos partes que tiene en cuenta requisitos morales fundamentales, como certificar la autosuficiencia y resguardo idóneo a los participantes.

La beneficencia, aquí se atiende al individuo de forma ética, donde no solo se considerarán como parte primordial, sino que se respaldan de alguna dificultad que ocurra, así mismo se reconocerá su participación, por ello esta segunda regla se refiere a la estricta obligación

La Justicia, es decir en tal sentido que sostiene un "Justo reparto de lo que le pertenece". Una injusticia se da cuando se priva algún beneficio que, por potestad, sin embargo, a la injusticia se interpone una penitencia.

2.7. Criterios de rigor científico

En la investigación los criterios de rigor científico siguen los lineamientos teóricos del autor Suárez (2007), el cual nos menciona lo siguiente:

Credibilidad, conlleva la evaluación de circunstancias donde la investigación es certificada como fiable, así mismo, este criterio nos menciona que es elemental demostrar mediante argumentos el estudio que ha sido efectuado.

Transferibilidad o Aplicabilidad, los efectos de la investigación, no son traspasables ni ejecutables para otros espacios, por ello este criterio por naturaleza es complejo durante el estudio. Sin embargo, podría servir de referencia para generar un traspaso a un instrumento diferente donde tendrá en cuenta las fases de la investigación, contexto y situación.

Dependencia, este criterio compromete el grado de coherencia y consistencia de los resultados y descubrimientos que se encuentren durante la indagación. Por lo tanto, en este criterio se toma en cuenta principalmente el asunto principal de la investigación.

Conformabilidad, en este criterio el nivel de implicación el investigador durante la indagación, no ha evadido ni un aspecto, además se extiende la garantía a lo largo del proceso de la investigación, el cual es resultado de los instrumentos que han sido ejecutados, donde la data almacenada no ha sido parcializada, al contrario, responden algún tipo de manipulación de naturaleza personal.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados en tablas y figuras

3.1.1. Analizar el nivel del proceso de selección en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023

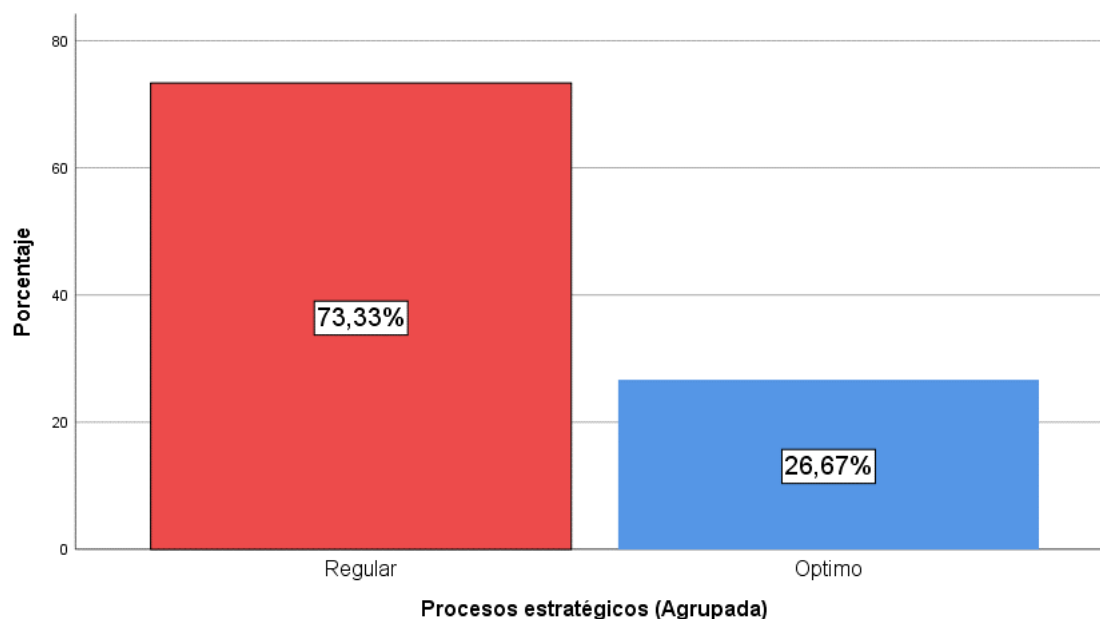
Tabla 5

Dimensión Procesos estratégicos (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	11	73,3	73,3	73,3
Optimo	4	26,7	26,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Figura 2

Procesos estratégicos



De acuerdo a la tabla 5 y figura 2, se puede apreciar que el 26,67% de los trabajadores manifiesta que el proceso estratégico se encuentra en un nivel óptimo, por otro lado, el 73.33% lo describe como regular.

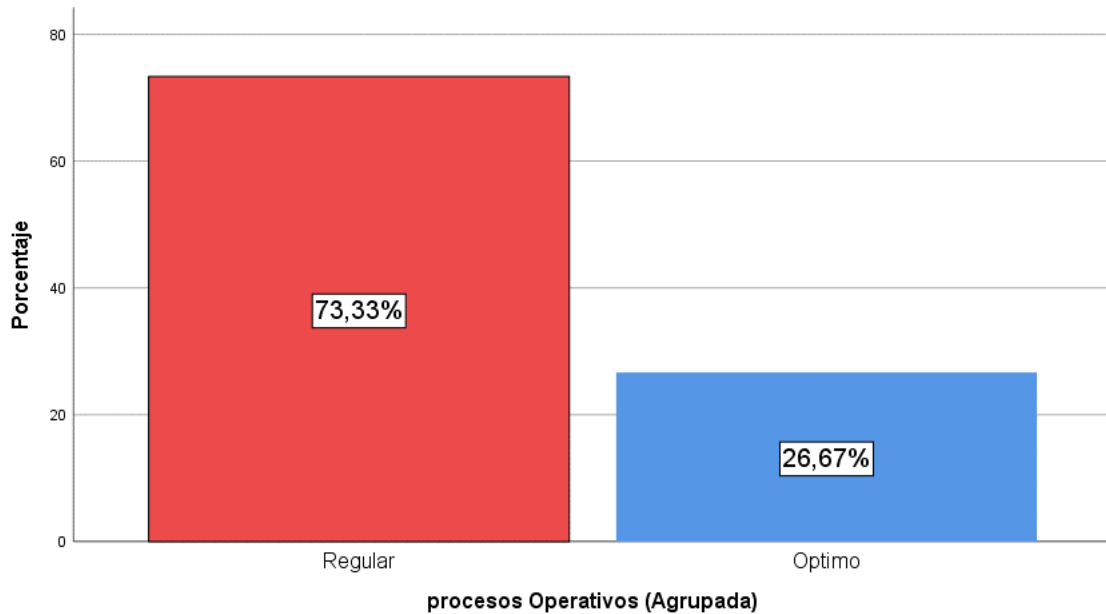
Tabla 6

Dimensión procesos Operativos (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	11	73,3	73,3	73,3
	Optimo	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Figura 3

Procesos Operativos



De acuerdo a la tabla 6 y figura 3, se puede apreciar que el 26,67% de los trabajadores manifiesta que el proceso operativo se encuentra en un nivel óptimo, por otro lado, el 73.33% lo describe como regular.

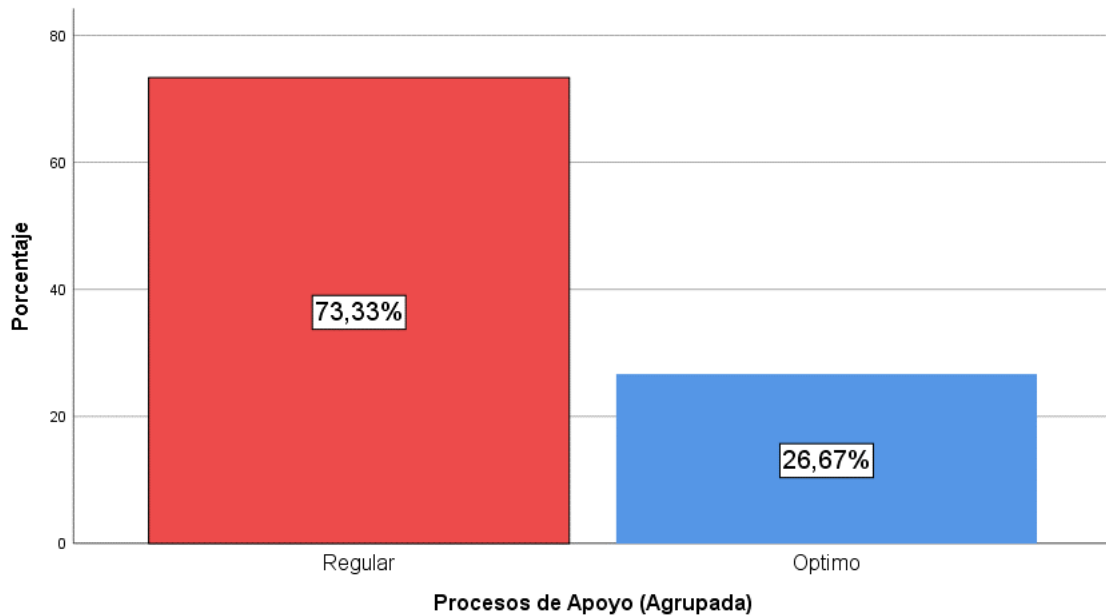
Tabla 7

Dimensión Procesos de Apoyo (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	11	73,3	73,3	73,3
	Optimo	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Figura 4

Procesos de Apoyo



De acuerdo a la tabla 7 y figura 4, se puede apreciar que el 26,67% de los trabajadores manifiesta que el proceso de apoyo se encuentra en un nivel óptimo, por otro lado, el 73.33% lo describe como regular.

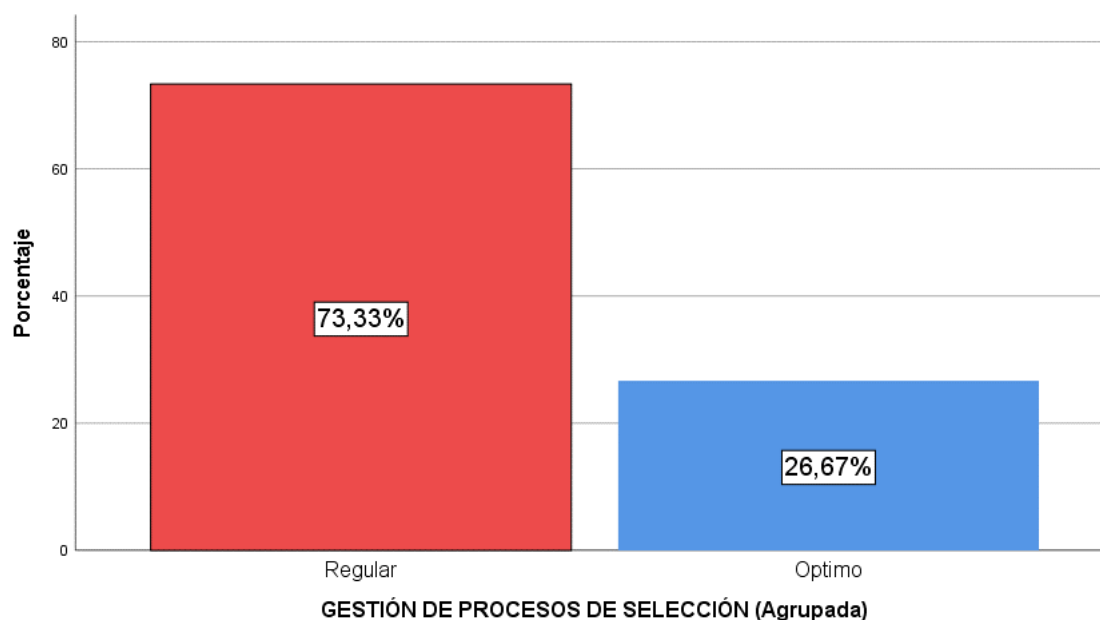
Tabla 8

Variable Proceso de selección (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	11	73,3	73,3	73,3
Optimo	4	26,7	26,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Figura 5

Procesos de selección



De acuerdo a la tabla 8 y figura 5, se puede apreciar que los trabajadores manifiestan que el nivel del proceso de selección se optimo con un valor de 26,67%, asimismo un 73.33% lo describe con un nivel de regular, cual se puede interpretar que la Zapatería López, no tiene estipulados procesos y procedimientos acordes que permitan reclutar al personal ideal de acuerdo a las capacidades de cada puesto, la misma que estaría repercutiendo en las ventas de la empresa.

3.1.2. Describir el nivel de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023

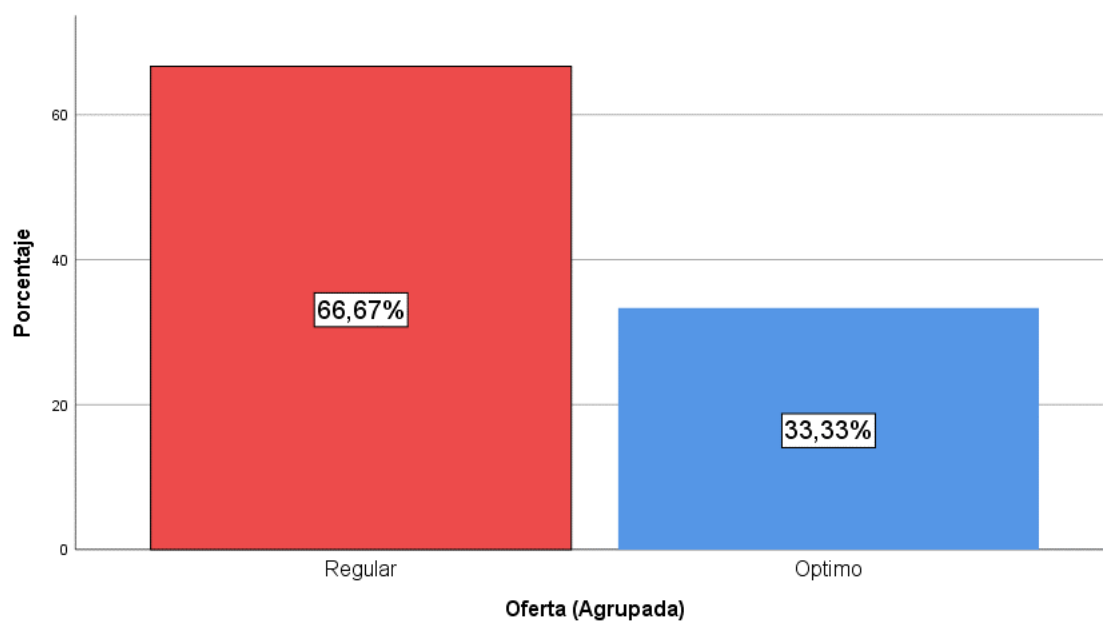
Tabla 9

Oferta (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	10	66,7	66,7	66,7
Optimo	5	33,3	33,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Figura 6

Oferta



De acuerdo a la tabla 9 y figura 6, se puede apreciar que el 33,33% de los trabajadores manifiesta que la oferta posee un nivel óptimo, sin embargo, el 66.67% lo describe como regular.

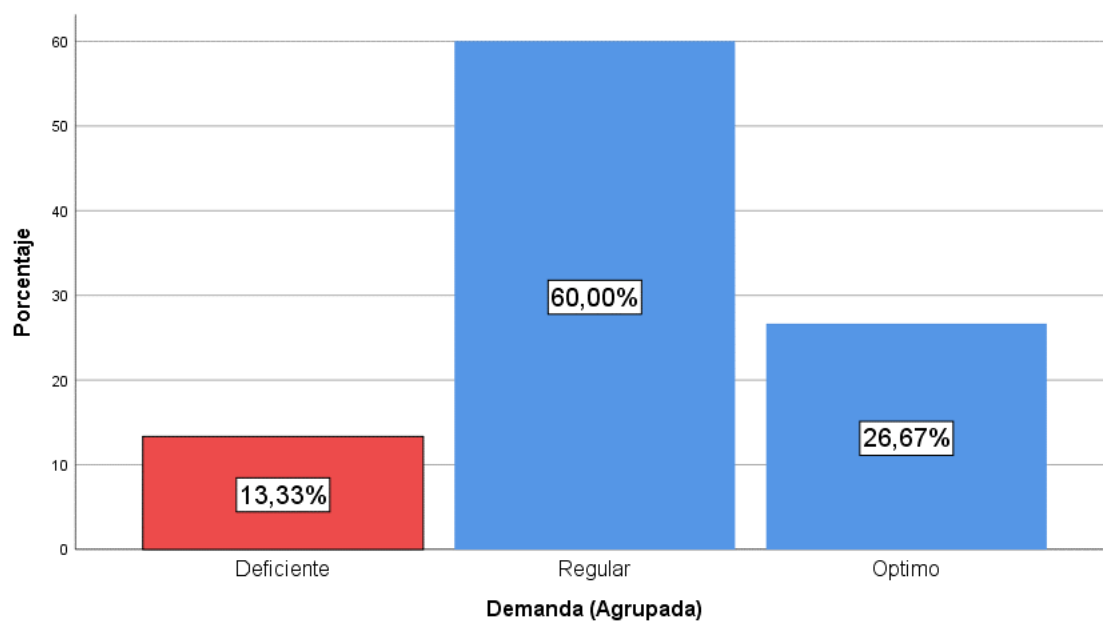
Tabla 10

Demanda (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Deficiente	2	13,3	13,3	13,3
Regular	9	60,0	60,0	73,3
Optimo	4	26,7	26,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Figura 7

Demanda



De acuerdo a la tabla 10 y figura 7, se puede apreciar que el 60% de los trabajadores manifiesta que la demanda posee un nivel regular, a la vez, el 26.67% la describe como optimo y finalmente un 13.33% lo describe como deficiente.

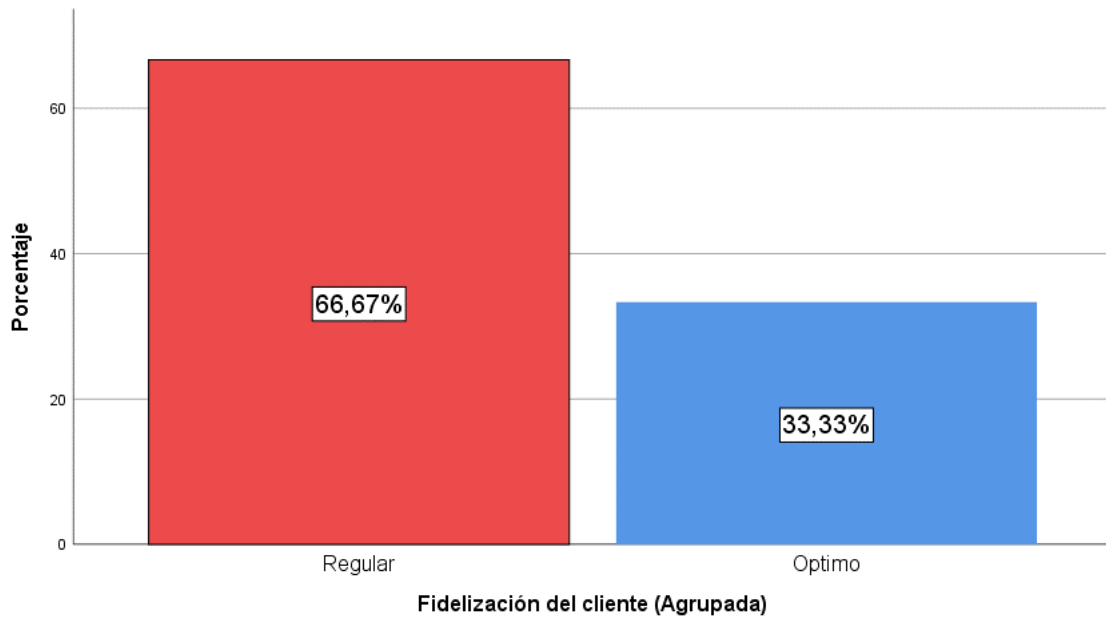
Tabla 11

Fidelización del cliente (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	10	66,7	66,7	66,7
Optimo	5	33,3	33,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Figura 8

Fidelización del cliente



De acuerdo a la tabla 11 y figura 8, se puede apreciar que el 66.67% de los trabajadores manifiesta que la fidelización de cliente posee un nivel regular, sin embargo 33.33% lo describe como regular.

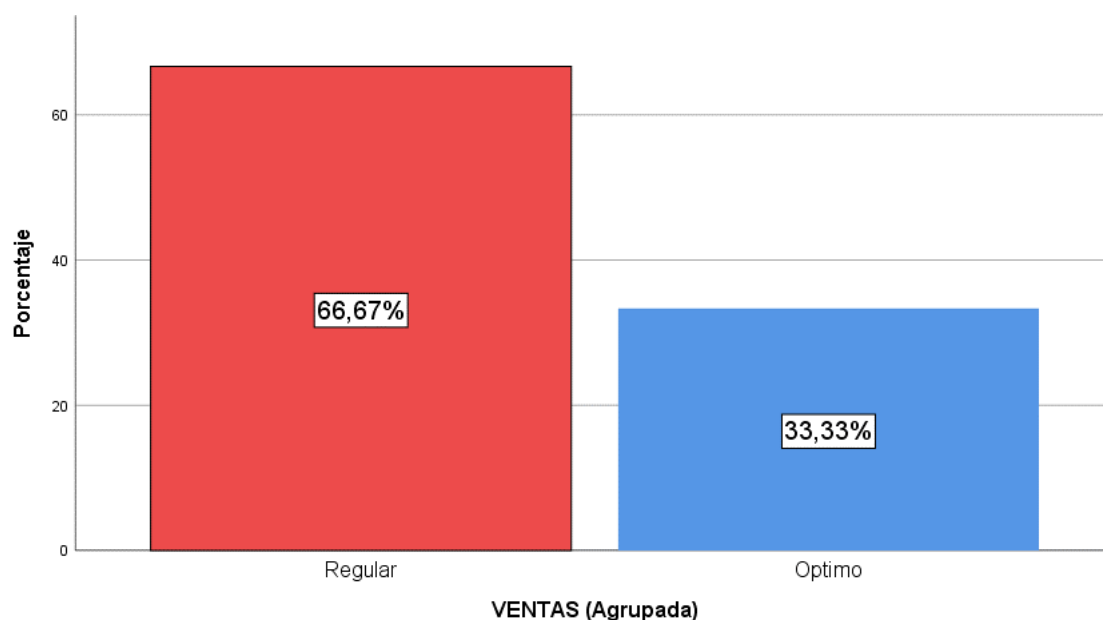
Tabla 12

VENTAS (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	10	66,7	66,7	66,7
Optimo	5	33,3	33,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Figura 9

Ventas



De acuerdo a la tabla 12 y figura 9, se puede apreciar que los trabajadores manifiestan que el nivel de ventas es regular con un valor de 66.67%, asimismo un 33.33% lo describe con un nivel de optimo, lo cual se puede interpretar que la Zapatería López, debe aplicar un plan para mejorar su nivel de ventas, ya sea buscando nuevos mercados, mejorando la calidad de sus servicios a través de la contratación de personal especializado, aplicar estrategias de marketing digital a través de la redes sociales, la misma que permitirá que el cliente se fidelice y vuelva a requerir sus servicios.

3.1.3. Determinar la relación de la variable proceso de selección con las dimensiones de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023

Tabla 13

Correlación Proceso de selección con las dimensiones de ventas (oferta, demanda y fidelización)

			Oferta	Demanda	Fidelización del cliente
Rho de Spearman	Procesos de Selección	Coeficiente de correlación	,866**	,845**	,727**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,002
		N	15	15	15

En referencia a la tabla 13, se aplicó el coeficiente Rho de Spearman, obteniendo una correlación entre las variables proceso de selección y dimensión oferta, alcanzo un valor de $r = 0,866$, asegurando que existe una correlación positiva muy fuerte; asimismo, se obtuvo un valor de $0,845$ entre la variable proceso de selección y la dimensión demanda indicando que existe una correlación positiva muy fuerte, a la vez, entre la variable proceso de selección y la dimensión fidelización del cliente se logró un valor de $0,727$ asegurando que existe una correlación positiva muy fuerte. Finalmente se obtuvo un valor de sig. bilateral menor al 0.05 determinado que se acepta la hipótesis alterna y rechaza la nula.

3.1.4. Determinar la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de San Ignacio-2023

Tabla 14

Correlación entre el proceso de selección y ventas

			VENTAS
Rho de Spearman	Procesos de Selección	Coeficiente de correlación	,855**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	15

En referencia a la tabla 14, se aplicó el coeficiente Rho de Spearman, obteniendo una correlación entre las variables proceso de selección y ventas, alcanzado un valor de $r = 0,855$, asegurando que existe una correlación positiva muy fuerte. A la vez, se halló un valor de Sig. Bilateral de 0.000, menor a 0.05, por ello se rechazó la hipótesis nula y posteriormente se aceptó hipótesis general. De acuerdo a lo descrito, se puede indicar que, si se aplica un proceso de selección de personal a través de la elaboración de procesos y procedimientos, contratando al personal ideal de acuerdo al puesto de trabajo traería como consecuencia que se mejore las ventas en la Zapatería López de la ciudad de San Ignacio.

3.2. Discusión de Resultados

Se procede a discutir cada resultado encontrado, para contrastarlo con otras investigaciones que tengan relación con nuestras variables de estudio de acuerdo a cada objetivo que se planteó.

En relación al objetivo general, Determinar la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023, se aplicó el coeficiente Rho de Spearman, obteniendo una correlación entre las variables proceso de selección y dimensión oferta, alcanzo un valor de $r = 0,866$, asegurando que existe una correlación positiva muy fuerte; asimismo, se obtuvo un valor de $0,845$ entre la variable proceso de selección y la dimensión demanda indicando que existe una correlación positiva muy fuerte, a la vez, entre la variable proceso de selección y la dimensión fidelización del cliente de logro un valor de $0,727$ asegurando que existe una correlación positiva muy fuerte. Finalmente se obtuvo un valor de sig. bilateral menor al 0.05 determinado que se acepta la hipótesis alterna y rechaza la nula, el resultados plasmado se comparó con Yupanqui, (2021) en su estudio Proceso de reclutamiento y selección de personal como factor determinante para las ventas, en la empresa terranova S.R.L. Ica, estableció como finalidad que se analice como el fortalecimiento del proceso de reclutamiento y selección de personal incide en la venta, empleo un estudio aplicado, por otro lado, empleo el método inductivo y el diseño de la indagación fue el correlacional. Llego a concluir que los procesos de reclutamiento y selección de personal posee una incidencia positiva en la organización en estudio. Asimismo, en referencia a este procedimiento se posee manera más incuestionable que se encuentre trabajadores de calidad y este proceso permitió la identificación de cada necesidad de la empresa y del posible colaborador. Por otro lado, al desarrollar el estudio se encontraron ciertos inconvenientes en relación a la formación profesional de algún trabajador no está relacionada con el puesto laboral desempeñado, además de cierta dificultad en la prueba de selección de personal.

En relación al primer objetivo específico, Analizar el nivel del proceso de selección en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023, se puede apreciar que los trabajadores manifiestan que el nivel del proceso de selección se optimo con un valor de $26,67\%$, asimismo un 73.33% lo describe con un nivel

de regular, cual se puede interpretar que la Zapatería López, no tiene estipulados procesos y procedimientos acordes que permitan reclutar al personal ideal de acuerdo a las capacidades de cada puesto, la misma que estaría repercutiendo en las ventas de la empresa, este resultado se contrasto con los estudios realizados en Colombia, el autor Marín (2018), cuyo propósito principal fue elaborar un plan documentado para el proceso de selección del departamento de RR. HH en una ferretería con el propósito de contribuir su productividad y competitividad, siendo un trabajo descriptivo – transversal de diseño no experimental. Según la investigación la población y muestra fueron encuestados 46 colaboradores de la empresa. En los resultados se evidenció un inadecuado procedimiento de selección de personal, en donde el 72% afirmaron que existe una mala gestión interna en el área de RR: HH y el 28% respondieron que están conforme con el proceso de selección. Se llegó a la conclusión que con el plan documental para el procedimiento de gerencia de RR. HH se logrará analizar, organizar y sintetizar un adecuado procedimiento de selección de personal, contribuyendo así el correcto desarrollo y desempeño de los colaboradores aumentando la productividad y competitividad empresarial (p.22).

En relación al segundo objetivo específico, Describir el nivel de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023, se puede apreciar que los trabajadores manifiestan que el nivel de ventas es regular con un valor de 66.67%, asimismo un 33.33% lo describe con un nivel de optimo, lo cual se puede interpretar que la Zapatería López, debe aplicar un plan para mejorar su nivel de ventas, ya sea buscando nuevos mercados, mejorando la calidad de sus servicios a través de la contratación de personal especializado, aplicar estrategias de marketing digital a través de la redes sociales, la misma que permitirá que el cliente se fidelice y vuelva a requerir sus servicios. El resultado encontrado se contrasta con Guillén y Sánchez (2017) plantearon evaluar la gestión en el área de ventas para que se incremente la utilidad. Por otro lado, la muestra se conformó los 31 trabajadores. Los resultados más relevantes fue que el 79% considera que hubo un incremento de ventas al año 2016. Terminaron concluyendo que los clientes muestran grado de desconfianza cuando intentan realizar una compra lo que genera que no aumenten ni disminuyan. Las evaluaciones en las gestiones de venta de las empresas son más frecuentes, ya

que, gracias a esta implementación, se visualiza el nivel de ganancias y pérdidas que se han logrado a fin de año, y también, muestra el grado de desconfianza que tiene el consumidor cuando va a realizar su compra por lo que genera que su rentabilidad no aumente ni disminuya en el corto plazo.

En relación al tercer objetivo específico, Determinar la relación de la variable proceso de selección con las dimensiones de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023, se aplicó el coeficiente Rho de Spearman, obteniendo una correlación entre las variables proceso de selección y dimensión oferta, alcanzo un valor de $r= 0,866$, asegurando que existe una correlación positiva muy fuerte; asimismo, se obtuvo un valor de $0,845$ entre la variable proceso de selección y la dimensión demanda indicando que existe una correlación positiva muy fuerte, a la vez, entre la variable proceso de selección y la dimensión fidelización del cliente de logro un valor de $0,727$ asegurando que existe una correlación positiva muy fuerte. Finalmente se obtuvo un valor de sig. bilateral menor al 0.05 determinado que se acepta la hipótesis alterna y rechaza la nula, los resultados encontrados se contrastan con el autor Bravo (2013) quien describe al proceso de selección como el conjunto de etapas que tienen como objetivo identificar y elegir al candidato más adecuado para ocupar un puesto de trabajo en una organización. Este proceso implica la aplicación de técnicas y herramientas que permiten evaluar las habilidades, conocimientos, aptitudes y competencias de los candidatos para determinar si cumplen con los requisitos del puesto, asimismo esta variable esta muy relacionada con las ventas, la misma que es definida por Parra y Madero (2003) quien sostiene que las ventas es una de las actividades en la que las personas u organizaciones ofrecen algo (productos o servicios) ante un público objetivo. Una venta efectiva se mide por la cantidad de veces en las que los clientes compran, de tal forma que con el tiempo se vuelvan fieles.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

1. Conforme con el objetivo general, se determinó que existe un grado de correlación positiva muy fuerte entre las variables proceso de selección y ventas, con un valor de 0,855, determinando la existencia de una relación significativa entre ambas variables. Además, se logró un sig bilateral (p-valor) valor igual 0,000 ($p\text{-valor} < .05$), menor al 0.05, en consecuencia, rechazamos la hipótesis nula y se procede aceptar la alterna.
2. De acuerdo al primer objetivo específico se analizó que el nivel de selección de personal en la Zapatería López, se encuentra con nivel de regular, con un valor e 73.33%, y finalmente con un nivel de optimo solo el 26.67%, cual se puede interpretar que la Zapatería López, no tiene estipulados procesos y procedimientos acordes que permitan reclutar al personal ideal de acuerdo a las capacidades de cada puesto, la misma que estaría repercutiendo en las ventas de la empresa.
3. De acuerdo al segundo objetivo específico se describió que el nivel de ventas en la Zapatería López es regular con un valor de 66.67%, y finalmente con un nivel de optimo el 33.33%, lo cual se puede interpretar que se debe aplicar un plan para mejorar su nivel de ventas, ya sea buscando nuevos mercados, mejorando la calidad de sus servicios a través de la contratación de personal especializado, aplicar estrategias de marketing digital a través de la redes sociales, la misma que permitirá que el cliente se fidelice y vuelva a requerir sus servicios.
4. Conforme al tercer objetivo específico, se determinó que existe un grado de correlación positiva muy fuerte entre las variables proceso de selección y las dimensiones de ventas, alcanzando los siguientes valores proceso de selección y dimensión oferta, alcanzo un valor de $r = 0,866$, entre la variable proceso de selección y la dimensión demanda un valor de 0,845, a la vez, entre la variable proceso de selección y la dimensión fidelización del cliente un valor de 0,727 Finalmente se obtuvo un valor de sig. bilateral menor al

0.05 determinado que se acepta la hipótesis alterna y rechaza la nula en todas las dimensiones.

4.2. Recomendaciones

De acuerdo, al orden de los objetivos, recomendamos al responsable de la Zapatería López implementar un manual de procedimiento de selección de personal, en la cual se describa el perfil de puesto de cada trabajador, sus funciones, dependencias (áreas a la que pertenece), así como las actividades para realizar el proceso de reclutamiento y selección por parte de los responsables de la empresa, la misma que permitirá mejorar las ventas.

Serecomienda al responsable de la Zapatería López, la capacitación en procesos de selección a personal a un trabajador de confianza encargado de los procesos de reclutamiento y selección de personal, la misma que permitirá contar con el personal ideal de acuerdo a sus funciones y competencias en cada puesto de trabajo,

Serecomienda al responsable de la Zapatería López, la capacitación, especialización o contratación de un personal especialista en ventas y redes sociales, con experiencia en el rubro, conocimiento de mercado, etc. el mismo que capacite, guie y retroalimente a cada trabajador encargado de las ventas, tratando de disminuir las brechas o bajo nivel de ventas encontradas en los resultados.

Finalmente se recomienda al responsable de la Zapatería López, aplicar las estrategias anteriormente descritas, como la elaboración de manuales de selección de personal, la contratación de personal especialista en ventas y capacitación al personal de ventas, la misma que permitirá aumentar la posición en el mercado, la rentabilidad y por ende hacer crecer el negocio.

REFERENCIAS:

- Acuña, C., & Acuña, C. (2018). *Gestión del Talento humano y el desempeño laboral del área de Administración de la Dirección Regional del Gobierno Regional Madre de Dios - 2018*. Madre de Dios: Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33440/acu%C3%B1a_qc.pdf?sequence=1
- Aguirre, W. y Yataco, A. (2017). Diseño de un proceso de selección de personal por competencias transversales para las MYPES. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Recuperado de:
https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1182/1/TL_AguirreEnequeWilliam_YatacoGrandezAstrid.pdf.pdf
- Alvarado, R. y Monsalve, J. (2017). Propuesta de un proceso de selección de personal para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Andina Construcciones y Representaciones Generales S.R.L. Chiclayo 2017. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán. Pimentel.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4209/Alvarado%20Perez%20-%20Monsalve%20Heredia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bullemore, J. y Cristóbal, E. (2016). La gestión de las fuerzas de ventas, un estudio exploratorio a través del método Delphi aplicado a las empresas chilenas y propuestas de mejoras. *Revista Académica & Negocios*, 2(2), 1-16. <http://ran.udec.cl/ojs/index.php/ran/article/view/33/45>
- Bravo, J. (2013). *Gestión de procesos*. Santiago. Chile. Editorial Evolución S.A.
- Belmont. (1979). Principios y guías éticos para la protección de los sujetos humanos de investigación. *Observatori de Bioètica i Dret*. 4(6), 1-11. Recuperado de:
<http://www.bioeticayderecho.ub.edu/archivos/norm/InformeBelmont.pdf>
- Chávez, J. (2015). La investigación cualitativa etnográfica en educación. México: Trillas; 1998. p. 65 – 68.

- Chiavenato, I. (2017). *Administración de Recursos Humanos 10ed.* Barcelona: McGraw-Hill.
- Camacho, E. (2017). Diseño de un plan estratégico para la ferretería Ferromero 2017 – 2019.(Tesis de pregrado). Universidad de Cundinamarca. Colombia. Recuperado de: <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/602/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20PLAN%20ESTRAT%C3%89GICO%20PARA%20LA%20FERRETER%C3%8DA%20FERROMERO%202017%20-%202019.pdf?sequence=1>
- Coronel, A. (2017). La importancia estratégica del reclutamiento. *ConexiónEsan*, Párr.5. Recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/05/la-importancia-estrategica-del-reclutamiento/>
- Cohen, W. (2008). *El plan de Marketing*. España: Ediciones Deusto.
- Dimitrijevic, B. (2013). La influencia de las promociones de ventas en la decisión de compra. *Sinergia e Innovación*, 1(1). Recuperado de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/334680/1/141-486-1-PB.pdf>
- Delgado, M., & Medina, L. (2020). Rol de Recursos Humanos en el marco de la pandemia del COVID-19. 24-55. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/53673/Rol%20de%20Recursos%20Humanos%20en%20el%20marco%20de%20la%20pandemia%20del%20COVID19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Delgado, S. (2019). *Gestión de Recursos Humanos y la Satisfacción Laboral de los Colaboradores en Plaza Vea Jaén*. Lima: PUCP.
- Fischer L. y Navarro, J. (2011). *Introducción a la Investigación de Mercado*. (3° edición). México: Mc Graw Hill
- García, L. (2011). *Ventas*. Madrid: ESIC
- Guillén, S. y Sánchez, K. (2017). Evaluación de la gestión del área de ventas de la Empresa Constructora Jsm S.A.C para proponer medidas correctivas que incrementen la rentabilidad económica, periodo 2015- 2016. (Tesis de

- grado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/838/1/TL_GuillenAliagaSthefanny_SanchezVargasKarin.pdf
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. [Editorial McGraw Education](#). (6ta edición). Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Jaén, J. (2015). *Análisis del impacto económico de las empresas de venta directa de la categoría suplementos nutricionales, en la ciudad de Guayaquil y diseño de un marco estratégico de posicionamiento y sostenibilidad en el mercado*. (Tesis de grado de Maestría). Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9226/1/UPS-GT000894.pdf>
- Jáuregui, K. (2020). Reclutamiento y selección: Impacto de las redes sociales. *ConexiónEsan*, Parr.9. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/03/reclutamiento-y-seleccion-impacto-de-las-redes-sociales/>
- Marín, V. (2018). Propuesta para la documentación de los procesos de gestión del Talento Humano en una empresa ferretera.(Tesis de pregrado). Universidad Autónoma de Occidente. Colombia.
<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10459/T08122.pdf;jsessionid=2D3EEE4DDDADDF717EA0743638AC8C07?sequence=46>
- Meneses, H. (2014). *Propuesta de mejoramiento de la gestión de ventas de las PYME del sector de consumo masivo en el distrito Metropolitano de Quito*. (Tesis de grado de Maestría). Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.
<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4040/1/T1433-MBA-Meneses-Propuesta.pdf>
- Medina, A. (2019). Modelo de gestión de talento humano como estrategia para la retención del personal de la ferretería & industrias Jheyson S.A.C. en la ciudad de Bagua Grande – 2018. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional

Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Bagua Grande.
<http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1784/Medina%20Ortiz%20Alexander.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mondy, W. y Noe, R. (2005). Administración de Recursos Humanos. Pearson Educación.

https://books.google.com.pe/books?id=UkWaAvHmBswC&printsec=copyright&hl=ES&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Mondy, W. y Noe, R. (2010). Administración de Recursos Humanos. Pearson.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018). Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis. Editorial Copyright. (5ta edición).. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>

Páez, M. (2022). *La motivación y su influencia en el desempeño laboral del talento humano de las empresas del sector minero*. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/36992/1/161%20GTH.pdf>

Pérez, E. y Requejo, J. (2016). *Marketing operativo y ventas en Villa Los Laureles S.R.L-José Leonardo Ortiz-Chiclayo*. (Tesis de grado). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/3351>

Poveda, S. (2018). *La evolución del concepto de Talento Humano*. Bogotá: Fundación Universidad de América.
<https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/6879/1/5131586-2018-II-GTH.pdf>

Parra, E. (2003). Estrategias de ventas y negociación. Panorama Editorial

Quispe, J. & Sánchez, G. (2011). Encuestas y entrevistas en investigación científica. *Revista de Actualización Clínica Investiga*, 1(1), 3. Recuperado de:
http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2

304-37682011000700009&lng=es&nrm=iso

- Rivera, L. (2019). Reclutamiento y selección del personal empresarial. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 2(3), 5-7. Recuperado de: <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/65/82>
- Romero, J. (2017). Nuevas tendencias en reclutamiento y selección de personal. *Universitas M & H*, 7-11. Recuperado de: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3973/1/TFG%20Romero%20Delgado%20Jorge%20Juan.pdf>
- Rojas, J., Cespedes, R. y Bambaren, L. (2020). Gestión del talento humano y su incidencia en la productividad laboral del personal operativo en la empresa *Fisim SAC Huánuco*. 8(11), 48-51. Recuperado de: <https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/194>
- Salinas, J. y Malpartida, J. (2020). Evolución del proceso de reclutamiento de personal en las empresas latinoamericanas. *Revista de investigación científica y tecnológica Alpha Centauri*, 1(3), 23-26. Recuperado de: <http://journalalphacentauri.com/index.php/revista/article/view/17>
- Saldaña, C. (2019). Importancia de la selección de personal en la empresa de JCH Llantas en Arequipa – 2018. (Tesis de pregrado). Universidad nacional de San Agustín de Arequipa. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/10235/RIsamecs.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Stanton, W.; [Buskirk](#), R. Y Spiro, R. 1997). Ventas: conceptos, planificación y estrategia. McGraw Hill. https://books.google.com.pe/books/about/Ventas.html?id=mRYdPAAACA&redir_esc=y
- Suarez, E. (2007). El carácter científico de la investigación. *Universidad Rovira I Virgili*, 4(1 y 2), 645-654. Recuperado de: <https://tdx.cat/bitstream/handle/10803/8922/10CapituloXElcaracterCientificodelainvestigaciontfc.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Toro, J. (2017). Propuesta de un sistema de reclutamiento y selección del personal en el modelo de negocios de la ferretería Romero, ubicada en el

cantón la troncal. (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Cuenca. Ecuador. Recuperado de: [http://186.5.103.99/bitstream/reducacue/7651/1/T_TITULACION%20JOSE LIN.pdf](http://186.5.103.99/bitstream/reducacue/7651/1/T_TITULACION%20JOSE%20LIN.pdf)

Velásquez, F. (2000). *El enfoque de sistemas y de contingencias aplicado al proceso administrativo*. Monterrey - México: SciELO. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232000000400002

Yupanqui, (2021). Procesos de reclutamiento y selección de personal como factor determinante en las ventas, de la empresa terranova S.R.L. Ica, 2019. (Tesis de pregrado). Universidad Alas Peruanas. Lima. https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12990/10332/Tesis_Procesos.Reclutamiento_Selecci%C3%B3n.Personal_Factor%20en%20Ventas_Emp.Terranova%20SRL_ica.pdf?sequence=1

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE LA ZAPATERIA LÓPEZ EN LA CIUDAD DE SAN IGNACIO-2023

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Métodos
<p>Problema General ¿Cuál es la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023</p>	<p>Hipótesis General H₁: Existe relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023 H₀: No existe relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023</p>	<p>PROCESO DE SELECCIÓN</p>	<p>Procesos estratégicos</p> <p>Procesos Operativos</p> <p>Procesos de Apoyo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Procesos claves - Procesos centrales - Necesidades del cliente - Evaluación del proceso - Soporte - Generación de valor 	<p>Tipo de Inv. Descriptiva</p> <p>Diseño de Inv. No experimental</p> <p>Nivel: correlacional</p> <p>Población: 15</p> <p>Muestra: 15</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Analizar el nivel del proceso de selección en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023</p> <p>Describir el nivel de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023</p> <p>Determinar la relación de la variable proceso de selección con las dimensiones de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023</p>		VENTAS	<p>Oferta</p> <p>Demanda</p> <p>Fidelización del cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Producto - Servicio - Confianza - Satisfacción - Recomendación de un producto - Frecuencia en la compra 	

CUESTIONARIO DE PROCESOS DE SELECCIÓN Y VENTAS

ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días y/o tardes, se les pide responder la siguiente encuesta el cual tiene carácter confidencial con fines académicos, para obtener información relevante para cumplir con los objetivos de la investigación titulada: “PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE LA ZAPATERIA LÓPEZ EN LA CIUDAD DE SAN IGNACIO-2023” Agradeciendo su colaboración, lea las siguientes preguntas y responda con veracidad según crea conveniente:

TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDIFERENTE	DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
5	4	3	2	1

GESTIÓN DE PROCESOS DE SELECCIÓN					
Los Procesos Estratégicos	TA	A	I	D	TD
	5	4	3	2	1
Procesos Claves					
1. ¿La empresa tiene manuales de procedimientos de recursos humanos?					
2. ¿La empresa posee un manual de descripción de puestos?					
Procesos centrales					
3. ¿La empresa atrae candidatos potencialmente calificados para los cargos dentro de la misma?					
4. ¿Los requerimientos de puestos deben tener el visto bueno de la gerencia?					
Los procesos Operativos	TA	A	I	D	TD
	5	4	3	2	1
Necesidades del cliente					
5. ¿Se elabora procedimientos estructurados y documentados antes de un proceso de selección?					
6. ¿Las fuentes para el proceso de selección son las más idóneas para el proceso?					
Evaluación del Proceso					
7. ¿Las evaluaciones del CV se realiza por un personal especialista en selección de personal?					
8. ¿En la empresa existe alta rotación de personal?					
Los Procesos de Apoyo	TA	A	I	D	TD
	5	4	3	2	1
Soporte					
9. ¿Considera que un manual de procedimientos mejoraría la gestión de procesos de selección?					

10.	¿Se capacita al personal encargado de la selección de personal para mejorar el proceso de selección?					
Generación de valor						
11.	¿La contratación de personal siempre se realiza en los tiempos establecidos?					
12.	¿Un diagnóstico situacional de los procesos de selección ayudaría a disminuir la alta rotación?					
	VENTAS	TA	A	I	D	TD
	Oferta	5	4	3	2	1
Calidad de producto						
13	¿La empresa suele satisfacer de manera óptima y oportuna las necesidades de los clientes dentro del rubro de su especialidad?					
14	¿La empresa se vale de estrategias para lograr la adquisición de insumos para mejorar la calidad de sus productos?					
15	¿Los clientes se muestran satisfechos con los productos que brinda la empresa?					
Calidad de servicio						
16	¿Los clientes han expresado que el servicio prestado fue útil para sus actividades?					
17	¿Los clientes no han expresado quejas o fallas por el servicio a corto y mediano plazo?					
18	¿Los trabajadores de la empresa procuran que el servicio se complete sin imprevistos?					
	Demanda					
Confianza del cliente						
19	¿Los clientes manifiestan seguridad en los productos y servicios que les proveen los trabajadores de la empresa?					
20	¿Los inconvenientes que suelen ocurrir con los clientes no llegan a consecuencias irremediables?					
21	¿Las relaciones que guarda la empresa con los clientes son de estima y certeza?					
Satisfacción del cliente						
22	¿Los clientes que adquieren los productos y servicios se sienten contentos con su compra?					
23	¿Los clientes expresan ideas para que la empresa mejore en la prestación de sus servicios?					
24	¿La empresa se encuentra con gran demanda de servicios y se deben realizar reservaciones para prestarlos?					
	Fidelización del cliente					
Recomendaciones en ventas						
25	¿Acuden clientes a la empresa que han sido recomendados por otros clientes?					

26	¿La empresa usa recursos tecnológicos para recomendar sus productos (Sitios web, Facebook, Instagram, WhatsApp, Tiktok, etc.)?					
27	¿La empresa cuenta con publicidad o con alguna manera de difundir los productos que presta para el conocimiento del cliente?					
Frecuencia en la compra						
28	¿Los clientes que acuden a la empresa son fieles y vuelven a contar con la empresa para otros servicios?					
29	¿Los clientes que acuden nuevamente optan por nuevos servicios por la confianza que tienen para con la empresa?					
30	¿Los clientes vuelven porque no han encontrado un mejor servicio que el que brinda la empresa?					

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Abraham José García Yovera
	PROFESION	Lic. Administración
	GRADO ACADEMICO (Mínimo Magister registrado en Sunedu)	Dr. Gestión Pública y Mg. Talento Humano
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	16 años
	CARGO	DOCENTE
PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE LA ZAPATERIA LÓPEZ EN LA CIUDAD DE SAN IGNACIO-2023		
DATOS DE TESIS		
NOMBRES	MARGARETH YORGLIANA LOPEZ CRUZ	
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023	
	<u>ESPECÍFICOS</u> Analizar el nivel del proceso de selección en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023 Describir el nivel de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023 Establecer la relación de la variable proceso de selección con las dimensiones de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023	
EVALÚE CADA ÍTEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO; "TA" SI ESTA EN TOTALMENTE DE ACUERDO; POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 30 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
VARIABLE 01 – PROCESO DE SELECCIÓN		

1. ¿La empresa tiene manuales de procedimientos de recursos humanos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿La empresa posee un manual de descripción de puestos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3. ¿La empresa atrae candidatos potencialmente calificados para los cargos dentro de la misma?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
4. ¿Los requerimientos de puestos deben tener el visto bueno de la gerencia?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. ¿Se elabora procedimientos estructurados y documentados antes de un proceso de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
6. ¿Las fuentes para el proceso de selección son las más idóneas para el proceso?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
7. ¿Las evaluaciones del CV se realiza por un personal especialista en selección de personal?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
8. ¿En la empresa existe alta rotación de personal?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
9. ¿Considera que un manual de procedimientos mejoraría la gestión de procesos de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

1. ¿La empresa tiene manuales de procedimientos de recursos humanos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿La empresa posee un manual de descripción de puestos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3. ¿La empresa atrae candidatos potencialmente calificados para los cargos dentro de la misma?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
4. ¿Los requerimientos de puestos deben tener el visto bueno de la gerencia?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. ¿Se elabora procedimientos estructurados y documentados antes de un proceso de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
6. ¿Las fuentes para el proceso de selección son las más idóneas para el proceso?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
7. ¿Las evaluaciones del CV se realiza por un personal especialista en selección de personal?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
8. ¿En la empresa existe alta rotación de personal?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
9. ¿Considera que un manual de procedimientos mejoraría la gestión de procesos de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

<p>18 ¿Los trabajadores de la empresa procuran que el servicio se complete sin imprevistos?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19 ¿Los clientes manifiestan seguridad en los productos y servicios que les proveen los trabajadores de la empresa?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20 ¿Los inconvenientes que suelen ocurrir con los clientes no llegan a consecuencias irremediables?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21 ¿Las relaciones que guarda la empresa con los clientes son de estima y certeza?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>22 ¿Los clientes que adquieren los productos y servicios se sienten contentos con su compra?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>23 ¿Los clientes expresan ideas para que la empresa mejore en la prestación de sus servicios?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>24 ¿La empresa se encuentra con gran demanda de servicios y se deben realizar reservaciones para prestarlos?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>25 ¿Acuden clientes a la empresa que han sido recomendados por otros clientes?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

26 ¿La empresa usa recursos tecnológicos para recomendar sus productos (Sitios web, Facebook, Instagram, WhatsApp, Tiktok, etc.)?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
27 ¿La empresa cuenta con publicidad o con alguna manera de difundir los productos que presta para el conocimiento del cliente?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
28 ¿Los clientes que acuden a la empresa son fieles y vuelven a contar con la empresa para otros servicios?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
29 ¿Los clientes que acuden nuevamente optan por nuevos servicios por la confianza que tienen para con la empresa?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
30 ¿Los clientes vuelven porque no han encontrado un mejor servicio que el que brinda la empresa?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA ____30____ N° TD ____0____
2. COMENTARIOS GENERALES	
3. OBSERVACIONES	



 Validador Especialista

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Jorge Villanueva Villacorta
	PROFESION	Lic. Administración
	GRADO ACADÉMICO (Mínimo Magister registrado en Sunedu)	MBA – Administración de negocios
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	18 años
	CARGO	Analista
PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE LA ZAPATERIA LÓPEZ EN LA CIUDAD DE SAN IGNACIO-2023		
DATOS DE TESIS		
NOMBRES	MARGARETH YORGIANA LOPEZ CRUZ	
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023	
	<u>ESPECÍFICOS</u> Analizar el nivel del proceso de selección en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023 Describir el nivel de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023 Establecer la relación de la variable proceso de selección con las dimensiones de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO; “TA” SI ESTA EN TOTALMENTE DE ACUERDO; POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 30 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
VARIABLE 01 – PROCESO DE SELECCIÓN		


1. ¿La empresa tiene manuales de procedimientos de recursos humanos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿La empresa posee un manual de descripción de puestos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3. ¿La empresa atrae candidatos potencialmente calificados para los cargos dentro de la misma?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
4. ¿Los requerimientos de puestos deben tener el visto bueno de la gerencia?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. ¿Se elabora procedimientos estructurados y documentados antes de un proceso de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
6. ¿Las fuentes para el proceso de selección son las más idóneas para el proceso?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
7. ¿Las evaluaciones del CV se realiza por un personal especialista en selección de personal?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
8. ¿En la empresa existe alta rotación de personal?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
9. ¿Considera que un manual de procedimientos mejoraría la gestión de procesos de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

10. ¿Se capacita al personal encargado de la selección de personal para mejorar el proceso de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
11. ¿La contratación de personal siempre se realiza en los tiempos establecidos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
12. ¿Un diagnóstico situacional de los procesos de selección ayudaría a disminuir la alta rotación?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
VARIABLE 02 - VENTAS	
13. ¿La empresa suele satisfacer de manera óptima y oportuna las necesidades de los clientes dentro del rubro de su especialidad?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
14. ¿La empresa se vale de estrategias para lograr la adquisición de insumos para mejorar la calidad de sus productos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15. ¿Los clientes se muestran satisfechos con los productos que brinda la empresa?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
16. ¿Los clientes han expresado que el servicio prestado fue útil para sus actividades?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
17. ¿Los clientes no han expresado quejas o fallas por el servicio a corto y mediano plazo?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

<p>18 ¿Los trabajadores de la empresa procuran que el servicio se complete sin imprevistos?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>19 ¿Los clientes manifiestan seguridad en los productos y servicios que les proveen los trabajadores de la empresa?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>20 ¿Los inconvenientes que suelen ocurrir con los clientes no llegan a consecuencias irremediables?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>21 ¿Las relaciones que guarda la empresa con los clientes son de estima y certeza?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>22 ¿Los clientes que adquieren los productos y servicios se sienten contentos con su compra?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>23 ¿Los clientes expresan ideas para que la empresa mejore en la prestación de sus servicios?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>24 ¿La empresa se encuentra con gran demanda de servicios y se deben realizar reservaciones para prestarlos?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>
<p>25 ¿Acuden clientes a la empresa que han sido recomendados por otros clientes?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <hr/> <hr/>

26 ¿La empresa usa recursos tecnológicos para recomendar sus productos (Sitios web, Facebook, Instagram, WhatsApp, Tiktok, etc.)?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
27 ¿La empresa cuenta con publicidad o con alguna manera de difundir los productos que presta para el conocimiento del cliente?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
28 ¿Los clientes que acuden a la empresa son fieles y vuelven a contar con la empresa para otros servicios?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
29 ¿Los clientes que acuden nuevamente optan por nuevos servicios por la confianza que tienen para con la empresa?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
30 ¿Los clientes vuelven porque no han encontrado un mejor servicio que el que brinda la empresa?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

4. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA ___30___ N° TD ___0___
5. COMENTARIOS GENERALES	
6. OBSERVACIONES	



 Validador Especialista

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Flor Delicia Heredia Llatas
	PROFESIÓN	Lic. Administración
	GRADO ACADÉMICO (Mínimo Magister registrado en Sunedu)	Dra. Gestión Pública
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	20 años
	CARGO	DOCENTE
PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE LA ZAPATERIA LÓPEZ EN LA CIUDAD DE SAN IGNACIO-2023		
DATOS DE TESIS		
NOMBRES	MARGARETH YORGIANA LOPEZ CRUZ	
ESPECIALIDAD	ADMINISTRACIÓN	
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u> Determinar la relación entre el proceso de selección y ventas de la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023	
	<u>ESPECÍFICOS</u> Analizar el nivel del proceso de selección en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023 Describir el nivel de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023 Establecer la relación de la variable proceso de selección con las dimensiones de ventas en la zapatería López en la ciudad de san ignacio-2023	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO; "TA" SI ESTA EN TOTALMENTE DE ACUERDO; POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS.		
DETALLE DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 30 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
VARIABLE 01 – PROCESO DE SELECCIÓN		

1. ¿La empresa tiene manuales de procedimientos de recursos humanos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
2. ¿La empresa posee un manual de descripción de puestos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
3. ¿La empresa atrae candidatos potencialmente calificados para los cargos dentro de la misma?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
4. ¿Los requerimientos de puestos deben tener el visto bueno de la gerencia?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
5. ¿Se elabora procedimientos estructurados y documentados antes de un proceso de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
6. ¿Las fuentes para el proceso de selección son las más idóneas para el proceso?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
7. ¿Las evaluaciones del CV se realiza por un personal especialista en selección de personal?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
8. ¿En la empresa existe alta rotación de personal?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
9. ¿Considera que un manual de procedimientos mejoraría la gestión de procesos de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

10. ¿Se capacita al personal encargado de la selección de personal para mejorar el proceso de selección?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
11. ¿La contratación de personal siempre se realiza en los tiempos establecidos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
12. ¿Un diagnóstico situacional de los procesos de selección ayudaría a disminuir la alta rotación?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
VARIABLE 02 - VENTAS	
13. ¿La empresa suele satisfacer de manera óptima y oportuna las necesidades de los clientes dentro del rubro de su especialidad?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
14. ¿La empresa se vale de estrategias para lograr la adquisición de insumos para mejorar la calidad de sus productos?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
15. ¿Los clientes se muestran satisfechos con los productos que brinda la empresa?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
16. ¿Los clientes han expresado que el servicio prestado fue útil para sus actividades?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
17. ¿Los clientes no han expresado quejas o fallas por el servicio a corto y mediano plazo?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

<p>18 ¿Los trabajadores de la empresa procuran que el servicio se complete sin imprevistos?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19 ¿Los clientes manifiestan seguridad en los productos y servicios que les proveen los trabajadores de la empresa?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20 ¿Los inconvenientes que suelen ocurrir con los clientes no llegan a consecuencias irremediables?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21 ¿Las relaciones que guarda la empresa con los clientes son de estima y certeza?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p>
<p>22 ¿Los clientes que adquieren los productos y servicios se sienten contentos con su compra?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>23 ¿Los clientes expresan ideas para que la empresa mejore en la prestación de sus servicios?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>24 ¿La empresa se encuentra con gran demanda de servicios y se deben realizar reservaciones para prestarlos?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>25 ¿Acuden clientes a la empresa que han sido recomendados por otros clientes?</p>	<p>TA (X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

26 ¿La empresa usa recursos tecnológicos para recomendar sus productos (Sitios web, Facebook, Instagram, WhatsApp, Tiktok, etc.)?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
27 ¿La empresa cuenta con publicidad o con alguna manera de difundir los productos que presta para el conocimiento del cliente?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
28 ¿Los clientes que acuden a la empresa son fieles y vuelven a contar con la empresa para otros servicios?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
29 ¿Los clientes que acuden nuevamente optan por nuevos servicios por la confianza que tienen para con la empresa?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____
30 ¿Los clientes vuelven porque no han encontrado un mejor servicio que el que brinda la empresa?	TA (X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____

7. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA ___30___ N° TD ___0___
8. COMENTARIOS GENERALES	
9. OBSERVACIONES	



 Validador Especialista

"AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO"

San Ignacio, 18 de febrero del 2023.

CARTA N° 003-2023-ZAPATERIA LOPEZ E.IR.L

DRA. CARLA ANGELICA REYES REYES
DIRECTORA DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION
PIMENTEL-CHILAYO

ASUNTO: AUTORIZACIÓN PARA REALIZAR TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN.

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para expresarle mi cordial saludo y a la vez comunicarle que mi persona ha creído conveniente autorizar el trabajo de investigación que realizara la señorita Margareth Yorgiana Lopez cruz egresada de la carrera de Administración de la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Señor de Sipan.

En tal sentido, dentro de la normativa que contempla la entidad, se le brindara las facilidades para el desarrollo de su trabajo de investigación.

hago propicia la oportunidad para reiterarle los sentimientos de mi especial consideración y estima personal.

atentamente,



ANIBAL LOPEZ LOPEZ
DNI N°27821775
GERENTE PROPETARIO
ZAPATERIA LOPEZ

Chiclayo, 22 de febrero de 2023.

VISTO:

El Oficio N°0048-2023/FACEM-DA-USS, de fecha 21 de febrero de 2023, presentado por la Directora de la EP de Administración y proveído del Decano de FACEM, de fecha 21/02/2023, donde solicita la actualización de Proyecto de tesis, por caducidad, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 64° del Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 015-2022/PD-USS de fecha 02 de marzo de 2022, indica que "La Investigación Formativa es un proceso de generación de conocimiento, asociado con el proceso de enseñanza – aprendizaje, cuya gestión académica y administrativa está a cargo de la Dirección de cada Escuela Profesional".

Que, el Art. 71° del Reglamento de Investigación, indica que el Comité de Investigación de la escuela profesional da el visto bueno al tema del proyecto de investigación de acuerdo a la matriz de consistencia lógica y del trabajo de investigación acorde a las líneas de investigación institucional.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE:

ARTICULO 1°: APROBAR, la actualización del Proyecto de Tesis, de las egresadas de la EP de Administración, según se indica en cuadro adjunto.

N°	AUTOR	TITULO DE LA INVESTIGACION	LINEA DE INVESTIGACION
01	ZAPATA OLAYA, MILAGROS LEONOR	CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO EN LA EMPRESA TIENDAS EFE S.A CHICLAYO -2023	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
02	MARGARETH YORGIANA LOPEZ CRUZ	PROCESO DE SELECCION Y VENTAS DE LA ZAPATERIA LOPEZ EN LA CIUDAD DE SAN IGNACIO - 2023	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

ARTÍCULO 2°: DEJAR SIN EFECTO, las resoluciones N°0727-FACEM-USS-2017, de fecha 31/07/2017, numeral 11 y N°1739-FACEM-USS-2016, de fecha 18/11/2016, numeral 5.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



Dr. LUIS GERARDO GOMEZ JACINTO
Decano
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN



Mg. LISET SUGELY SILVA GONZALES
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Cc.: Escuela, Archivo

**FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR (ES)
(LICENCIA DE USO)**

Pimentel, marzo 2023


Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente.-

El suscrito:
López Cruz Margareth Yorgiana con DNI 75675011

En mí calidad de autor exclusivo de la investigación titulada: **PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE LA ZAPATERIA LÓPEZ EN LA CIUDAD DE SAN IGNACIO-2023**, presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar el título de Licenciada en Administración, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de ADMINISTRACIÓN, por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) al Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mí (nuestro) trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.
- Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
López Cruz Margareth Yorgiana	75675011	

NOMBRE DEL TRABAJO

**PROCESO DE SELECCIÓN Y VENTAS DE
LA ZAPATERIA LÓPEZ EN LA CIUDAD DE
SAN IGNACIO-2023**

AUTOR

Margareth Yorgiana Lopez Cruz

RECUESTO DE PALABRAS

10205 Words

RECUESTO DE CARACTERES

53817 Characters

RECUESTO DE PÁGINAS

41 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

260.5KB

FECHA DE ENTREGA

May 3, 2023 8:03 AM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 3, 2023 8:04 AM GMT-5

● 16% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 12% Base de datos de Internet
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, Abraham José García Yovera, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de Administración y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0064-2023-FACEM-USS, presentado por el/la Bachiller, Margareth Yorgiana López Cruz, con su tesis Titulada Proceso De Selección Y Ventas de la Zapateria López en La Ciudad De San Ignacio -2023

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del 16% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 03 de mayo del 2023.



Dr. Abraham José García Yovera
DNI N° 80270538
Escuela Académico Profesional de Administración.

