



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Selección de personal y Business Reputation en la empresa SERSOLINKA  
S.A.C., San Miguel - 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE: Licenciado  
en Administración

AUTOR:

Saldaña Quincho, Miguel Angel (ORCID: 0000-0001-9121-9451)

ASESOR:

Dr. Carranza Estela, Teodoro (ORCID: 0000-0002-4752-6072)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LIMA –PERÚ

2019

## Dedicatoria

El presente trabajo de investigación va dedicado a mis padres, quienes con su apoyo y esfuerzo me brindaron las herramientas y motivación para conseguir los objetivos propuestos en mi camino.

### Agradecimiento

En primer lugar agradezco a mi familia, por el constante apoyo brindado.

A mi asesor por haberme apoyado a elaborar correctamente el presente trabajo.

Acta de aprobación de originalidad de tesis



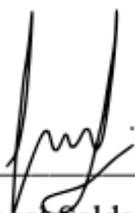
## Declaratoria de autenticidad

Yo, Miguel Angel Saldaña Quincho, identificado con el número de DNI 72710903, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acaompañó es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como información aportada por lo cual me someto a los dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 25 de junio del 2019



---

Miguel Angel Saldaña Quincho

## ÍNDICE

Carátula	I
Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Acta de aprobación de originalidad de tesis	IV
Página de jurado	V
Declaratoria de autenticidad	VI
Índice	VII - VIII
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
I.    INTRODUCCIÓN	3
II.   MÉTODO	10
2.1.    Tipo y Diseño de investigación	10
2.1.1.    Enfoque	10
2.1.2.    Nivel	10
2.1.3.    Diseño Metodológico	11
2.1.4.    Tipo de investigación	11
2.1.5.    Método de investigación	11
2.2.    Operacionalización de Variables	11
2.2.1.    Variables	11
2.2.2.    Operacionalización de Variables	12
2.3.    Población, muestra y muestreo	13
2.3.1.    Población	13
2.3.2.    Muestra y muestreo	13
2.3.3.    Criterios de selección	13
2.4.    Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	13
2.4.1.    Técnica	13
2.4.2.    Instrumento de recolección de datos	13
2.4.3.    Validez de instrumento	14

2.4.4.	Confiabilidad	14
2.5.	Métodos de análisis de datos	15
2.6.	Aspectos éticos	15
III.	RESULTADOS	16
3.1.	Análisis descriptivo	16
3.1.1.	Dimensión 1	17
3.1.2.	Dimensión 2	17
3.1.3.	Dimensión 3	18
3.1.4.	Dimensión 4	19
3.1.5.	Dimensión 5	20
3.1.6.	Dimensión 6	21
3.2.	Análisis inferencial	22
3.2.1.	Prueba de hipótesis general	22
3.2.2.	Prueba de hipótesis específica 1	23
3.2.3.	Prueba de hipótesis específica 2	24
3.2.4.	Prueba de hipótesis específica 3	25
IV.	DISCUSIÓN	27
V.	CONCLUSIONES	30
VI.	RECOMENDACIONES	31
	REFERENCIAS	32
	ANEXOS	35

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar si la selección de personal y Business Reputation en la empresa SERSOLINKA S.A.C., San Miguel, 2019, con dicho propósito se tomó en cuenta teorías como las de Grados, J (2017) en las que indica que la selección de personal radica en poseer expectativas positivas sobre un trabajador en cuanto al desarrollo de sus actividades dentro de la organización; por tanto, la evaluación de sus labores debe realizarse precisa y frecuentemente; y Witold (2014), indica que la reputación empresarial genera un valor real en la empresa y que no debemos enfocarnos solo en la perspectiva del consumidor, también hay que enfocarse en la perspectiva de las otras compañías. El método de la presente investigación es hipotético deductivo con enfoque cuantitativo, cuyo tipo de investigación es aplicada de nivel descriptivo correlacional, con un diseño de investigación no experimental de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 50 personas seleccionadas. Para lo cual se desarrolló un cuestionario de 20 preguntas cuya escala de medición es Likert, la cual cuenta con una fiabilidad de 0,711 de alfa de Cronbach y se aplicó la encuesta a 50 personas. Los datos se procesaron en el programa estadístico SPSS 25, se obtuvo como resultado del desarrollo de la prueba de rho de Spearman un coeficiente de 0,787. Y se concluyó la investigación que las variables de estudio cuentan con una relación positiva considerable entre ellas. Se logró determinar que existe relación entre la selección de personal y el business reputation.

Palabras clave: Reclutamiento, selección de personal, Corporate reputation, Business Image.

## ABSTRACT

The objective of the investigation was to determine whether the selection of personnel and commercial reputation in the company SERSOLINKA SAC, San Miguel, 2019, with this purpose, theories such as Grados, J (2017) in which it indicates that the selection of personal radio in possession of positive expectations about a worker regarding the development of their activities within the organization; therefore, the evaluation of their work must have precise and precise precision; and Witold (2014), indicates that the business reputation generates real value in the company and that we should not focus only on the perspective of the consumer, we must also focus on the perspective of the other companies. The method of the present investigation is hypothetical deductive with quantitative approach, whose type of research is applied at a correlational descriptive level, with a design of non-experimental cross-sectional research. The sample consisted of 50 people chosen. For which a questionnaire of 20 questions is developed whose measurement scale is Likert, which has an accuracy of 0.711 of cronbach's alpha and the survey is applied to 50 people. The data were processed in the statistical program SPSS 25, a coefficient of 0.787 was obtained as a result of the development of the spearman rho test. And the investigation concluded that the study variables have a considerable positive relationship with each other. It was determined that there is a relationship between the selection of personnel and the business reputation.

Keywords: Recruitment, personnel selection, Corporate reputation, Business Image.

## I. INTRODUCCIÓN

En Guatemala, en búsqueda de docentes para las empresas educativas privada, tienen como problema la falta de una educación de calidad, se es bien sabido que para la mejorar un país o institución, se necesita un incremento de calidad educativa; partiendo de eso se busca brindar una propuesta mediante formatos para la implementación de una base de datos con postulantes y así realizar el proceso de selección. Así mismo, brindar propuestas para la mejora de calidad de la plana docente.

En la ciudad de Lima, una universidad halló un mercado competitivo en el cual las empresas de su entorno han hallado en el reclutamiento 2.0 como una oportunidad de alcanzar personal capacitado, obteniendo reducción de tiempo y costo. A todo lo anterior mencionado, se delimita la selección de candidatos con un perfil promedio y no de un perfil óptimo para la plaza laboral o de alto nivel.

En el distrito de Santiago de Surco, la empresa Grupo Analytica, encargada de ofrecer servicios a compañías especializadas en el rubro de la minería, se busca implementar una mejora en los procesos que se realizan dentro de la organización, las problemáticas que se presentan dentro de la empresa; las cuales generan disconformidad en el personal, afectando directamente en el clima laboral, ya que; se percibe una pequeña diferencia entre el personal reclutado y seleccionado.

La empresa SERSOLINKA S.A.C., cuyo rubro empresarial es la consultoría de recursos humanos, su principal actividad es buscar el mejor talento humano para las empresas que lo requieran, la organización está situada en el distrito de San Miguel, ubicada en la Avenida Rafael Escardó 673 – Oficina 304, el problema encontrada es que no cuenta con una correcta comunicación entre el departamento de selección y reclutamiento. Esto conlleva a que la llegada de postulantes no esté coordinada y su postulación no sea efectiva.

Muñoz, E. (2016), cuyo trabajo fue sustantivo de un nivel correlacional de enfoque cuantitativo y diseño no experimental, ejecutado un pre y post test para valuar la eficacia del plan, el trabajo de investigación conformó una muestra de 75 colaboradores de los 110 que forman la población absoluta de la empresa, la data fue obtenida a través de la realización de encuestas. Como producto del pre-test realizado, se pudo diagnosticar que la empresa no poseía un correcto plan de reclutamiento y selección de trabajadores, lo cual demostraba en un bajo desempeño laboral debido a que desconocían sus funciones,

a consecuencia de; se elaboró un plan para presentarlo a gerencia general quién junto a los jefes de las áreas y el autor de la presente tesis, aceptó y se aplicó permitiendo mejorar el desempeño laboral mediante un efectivo y sostenible plan de selección y reclutamiento.

Benites, A. (2018), realizó la investigación desarrollada indica que su propósito fue generar un plan de mejora empleando herramientas aplicadas en la Ingeniería Industrial, con la finalidad de aplicarlas correcta y adecuadamente para reducir los costos generados durante el proceso de reclutamiento y selección de personal de la organización. El presente estudio mostrado es de carácter exploratorio y descriptivo; se utilizó la observación, la entrevista y consulta, y el empadronamiento de data antigua. Se logró determinar a través un análisis económico que la implementación de esta asciende a S/. 26,742.04 soles al año generando un costo beneficio de S/. 2.35 soles, lo que evidencia que es totalmente viable, ya que por cada nuevo sol se obtiene S/. 1.35 soles.

Espilco, I. (2018), en su investigación realiza el contraste entre el reclutamiento tradicional y el reclutamiento moderno o también llamado el 2.0 con el fin de precisar las diferencias en cuanto a tiempo, calidad y costo de horas hombre. Para desenvolver correctamente el trabajo, se compararon los procesos para 8 puestos laborales haciendo uso de una ficha de registro. Al final, se concluyó que el reclutamiento 2.0 es más eficaz que el reclutamiento tradicional.

Canales, D. (2018), su investigación consiste en la normalización de perfiles de diversos puestos en empresas que forman parte del Grupo Analytica, cuyo centro de operaciones son en mineras situadas en los departamentos de Arequipa y Cajamarca, así mismo de la sucursal ubicada en Lima. Este proyecto implica a los trabajadores del área de RRHH de la empresa, los cuales son los delegados de realizar formatos, compilar y procesar la información de las plazas existentes. En la segunda etapa del proyecto de investigación, se necesitará del apoyo de las jefaturas y gerencias para el cumplimiento de los indicadores estandarizados. Durante el desarrollo de la problemática se observó un ambiente en donde la empresa cuenta con 2 proyectos mineros en proceso a obtener permisos para iniciar la etapa de explotación, por lo que se estaría necesitando de personal operativo y administrativo. La problemática actual va en los distintos perfiles que se manipulan para una misma plaza en cada unidad, se relaciona directamente con la falta de coordinación entre las áreas de RR.HH. y demás del grupo, ya que se estuvo manejando

como unidades independientes y no en un equipo estandarizado. Las causas generadas por la problemática son:

- Perfiles de puesto, MOF desactualizado por unidades, aunque los puestos son los mismos.
- La realización de reclutamiento y selección no se encuentra estandarizado.

El objetivo de la investigación es contar con unidades productivas, las cuales tengan personal correcto que permita cumplir los objetivos del consorcio empresarial a nivel de productivo, así como un buen desarrollo de todas las actividades de todos los departamentos. El plazo para cumplir el objetivo trazado se proyecta a 9 meses, y este involucraría procesos de gestión de personal (realización de perfiles de puesto, Manual de Organizaciones y Funciones, procesos de reclutamiento y selección para todas las unidades de la empresa.

Vidangos, C. (2019), en su investigación narra los hechos transcurridos desde los huaicos en marzo 2017 ocurridos en el distrito de Punta Hermosa. El impacto generado por las acciones realizadas por la Municipalidad Distrital de Punta Hermosa y cómo estas se percibieron por los habitantes. Es muy importante contar con un manual de instrucciones para tomar acciones en este tipo de catastrofes para poder sosegar desacuerdos que se puedan ir presentando durante el tiempo y también es importante actualizarlo constantemente en sustento a los resultados que se presentan. Los vecinos generarán una definición de municipio, este será denominado como “reputación” y este dependerá de las decisiones que se escojan. La falta de comunicación en cualquier situación o problemática obtendrá resultados positivos o negativos que influirán directamente en la reputación del municipio, para eso es importante contar con personal idóneo y a la altura de las situaciones; el cual que capacite a la comunidad respecto de la importancia de estar preparado para todo tipo de situaciones difíciles.

Tracey, N. (2014) In his investigation says having a nice reputation has positive influence in the financial part of the business, there has been much interest from researchers. Despite the fact that this important research has an important effort, the empirical evidence supports the proposal that reputation affect in a positive way the business future performance is inconsistent. This thesis document concludes that the inconsistency to a business can be attributed to three limitations founded in previous researches.

Maximilian, L. (2016), in his study mention that using digital channels create an important question “Is corporate reputation playing an equal or even greater role in the e-commerce context?”. This question is really important to pure players because they have the necessity of having an offline server of the business, also they must understand the aspect that define their reputation, as well as the consequences of reputation has on the outcomes of the business. Basically, this study aims at exploring the differences in the formation of a reputation, as well as the consequences of a favorable or unfavorable reputation. This work concludes and confirm that corporate reputation must be appreciated as dwell of affective and cognitive factor.

Schaer, B. (2019) explained in her article called “Value of corporate reputation as an intangible asset” mention that the success of a business rides in one important thing called “Reputation” because it increases revenue, stock prices, customers lifetime value, offers better job candidates and employees and decrease churn rate. In this article the author mention that there are three ways to measure business reputation. The first way to measure business corporation is to search engine research using internet tools to search to get a sense of the surrounding. The second way is In-Depth research to run a simple diagnostic search going thru blogs, articles and reviews. Finally, the third way is social media research by performing social comments around your business. As a conclusion, what you create or manage will make your corporate reputation defines the value of your company.

Lopez, J. (2014), afirma que en su investigación cuyo fin es indagar sobre de calidad de la plana docente para poder mejorar, enriquecer y afianzar el servicio brindado por las empresas dedicadas al rubro educativo. Se es bien sabido que la educación en el país de Guatemala , ha sufrido diversos trastornos durante el transcurrir del tiempo, estos cambios han causado una baja en la calidad educativa, según la labor desarrollada presencialmente una de las principales causas es la necesidad de contabilizar a los docentes que aporten conocimientos teóricos y prácticas a los estudiantes facilitando e innovando el proceso de enseñanza y aprendizaje, así mismo este trabajo de investigación afirma que la un gran porcentaje de instituciones educativas particulares no tienen procesos que permita identificar a los docentes correctos para los puestos, generando gran insatisfacción, conflicto y deficiencia dentro del centro educativo. La propuesta brindada, ejemplifica e incluye formatos para conformar una base de datos junto con un presupuesto

para la implementación del proceso. La administración considera que los RRHH son de vital importancia en una organización, puesto que, la producción depende de personal idóneo que desarrolla sus actividades en equipo.

Palomero, I. (2017) afirma en su tesis titulada “La Reputación Corporativa Digital. Propuesta Metodológica de un Modelo de Medición.”, afirma que la reputación corporativa es re afirmada por el mundo educativo, empresarial y social como uno de los recursos más importantes en la creación de valor para una organización. Esta doctrina nace gracias a las empresas fundadas a la primera década del siglo XXI. A raíz de los hechos sucedidos, la reputación corporativa cobra gran importancia en el ámbito corporativo, aprovechando de los diversos beneficios que generan a la empresa, tales como: Indicador de la calidad reflejada en las acciones, generación del valor de la marca, creación de confianza por parte del consumidor y de la fidelización de los mismos, captar empleados y proveedores de talento; elementos importantes por la reducción de costes y mantenimiento de precios; catalizador de la atracción de inversiones y un alza de las acciones; Por tanto, teniendo en cuenta a la reputación corporativa como un activo estratégico, cuyo valor genera que la empresa tome conciencia de que no puede mantenerse inactivo por lo que que empieza a gestionarla de manera constante, adoptándola como una doctrina en el marketing corporativo, creando departamentos especiales para gestionarla y obtener un alto nivel de involucración en la alta dirección.

Grados, J (2017), afirma que lo más resaltante al realizar una correcta selección de personal radica en poseer expectativas positivas sobre un trabajador en cuanto al desarrollo de todas las actividades realizadas dentro la organización; por tanto, la evaluación de sus labores debe realizarse precisa y frecuentemente, teniendo en consideración los siguientes principios:

- Curricula laboral.
- Trayectoria educativa.
- Aspectos psicolaborales.

Prakash, Y. (2019), in his article called “E-Recruitment and seleccion practices in digital age” mention that increasing a good reputation on a website, commercial websites and social media are the key to every recruiter because the recruitment cost lows and the availability of top talented persons increases. In fact, having a good online work

recruitment practices will make our organization have a lot of benefits like reduction of recruiting costs, availability of more candidates, and efficiency in the process

Witold, H. (2014), believes that Business reputation create values in a real business. It is not only to focus at customers view. In real life, we use practical tools and perspective from other companies. Nowadays managers of big companies face a lot of competencies in the 21st century.

Grados, J (2017), señala que cuando se tiene una vacante disponible, la persona encargada del departamento donde se tiene la vacante disponible debe enviar al área de recursos humanos, en donde se especifican los requisitos que debe cumplir el postulante que cubra la vacante habilitada.

Grados, J (2017), afirma qué como fuentes de reclutamiento, es fundamental la anticipación del requerimiento del cual se hayan previsto necesidades en las áreas. Esto posibilita contar con tiempo suficiente y necesario para poder elegir al candidato idóneo disponible en el mercado laboral.

Grados, J (2017), menciona que la selección de RRHH en la organización es el análisis de plazas laborales con el único fin de aprender, del cual se solicita una observación directa, que incluye la realización de un listado, de los deberes y obligaciones que vienen con dicha labor, así como el cumplimiento con ellas.

Witold, H. (2014), says that the information taken from stakeholders must be integrated into the business. Business Reputation has to secure the buy-in finances and marketing departures in the company.

Witold, H. (2014), strongly believe that perceptions from costumers really matter. If stakeholders believe that your company has some kind of bully, then you become one in every interaction. The best way to head off that kind of perception is having a open culture. Openness transform information in a way that reinforces trust and reputation by creating realistic expectations.

Witold, H. (2014), Business Reputation need a correctly way of thinking within corporations. Everyone, from the top executives to workers. Without the correctly uses of mindset, the interactions between fewer employees and stakeholders can undermine a high overall companies' goal.

Problema General: ¿Cuál es la relación entre la selección de personal y Business Reputation en la empresa SERSOLINKA S.A.C del distrito de San Miguel, 2019?  
Específicos:

1. ¿Cuál es la relación entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019?
2. ¿Cómo es la relación entre la selección de personal y la franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019?
3. ¿Cuándo es la relación entre la selección de personal y la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019?

Este proyecto de investigación permite conocer, aplicar y discutir los modelos teóricos que mencionan las variables: selección de personal y Business Reputation, como seleccionar el personal, ya que es necesario para cada empresa, y al aplicarlo se tendrá una manera más organizada de lo que se tiene que hacer para mejorar la percepción empresarial por parte de los postulantes.

El actual proyecto de investigación aplicada es de enfoque cuantitativo de nivel descriptivo correlacional con un diseño no experimental de corte transversal.

La información que se va a recaudar durante la investigación servirá para poder analizar la situación en que se encuentra la empresa “SERSOLINKA S.A.C.”, la cual se localiza en el distrito de San Miguel, y con respecto a la selección de personal y Business Reputation para que así se pueda mejorar, ya que, son importantes dentro de toda organización. Esta investigación apoyará en primer y único lugar a la empresa “SERSOLINKA S.A.C.”.

Objetivo General: Determinar la relación entre la selección de persona y Business Reputation de la empresa “SERSOLINKA S.A.C.” de San Miguel, 2019. Específicos: 1. Identificar la relación entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019. 2. Identificar la relación entre la selección de personal y la franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019. 3. Identificar la relación entre la selección de personal y la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

Hipótesis general: La selección de personal si influye en el Business Reputation de la empresa “SERSOLINKA S.A.C.” de San Miguel, 2019.

Específicos:

1. Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.
2. No existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.
3. Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y Diseño de investigación

#### 2.1.1. Enfoque de la investigación

El presente trabajo es realizado bajo un enfoque cuantitativo, ya que, presenta procesos cuyos cuales derivan delimitación de objetivos y realización de preguntas para lograr desarrollar la investigación. Se elabora el marco teórico, se realizan hipótesis y determinan variables que serán medidas y analizadas mediante programas estadísticos para así desarrollar una conclusión.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que el análisis cuantitativo de datos se analiza a través de ordenadores. Debido a que nadie lo hace manualmente. Este tipo de análisis se efectúa a través de una matriz de datos.

#### 2.1.2. Nivel de la investigación

El nivel de este trabajo es de nivel correlacional, porque se miden las dos variables investigadas.. Es decir, describe y predice como se relacionan las variables en la realidad. Según Cancela y otros (2010), los estudios correlacionales están comprendidos por aquellos estudios que se enfocan en describir o aclarar las relaciones actuales entre las variables más características, a través del uso de los coeficientes de correlación. Estos son indicadores matemáticos que aportan información sobre el grado, intensidad y dirección de la relación entre variables. Diseño Metodológico: No experimental transversal.

La actual investigación comprende momentos transcurridos en un periodo de tiempo determinado, permitiéndonos así, observar la situación proveniente de datos recolectados. Hernandez, Fernandez y Baptista (2014) definen que la investigación transversal se debe a la compilación de información que se realiza en un solo momento para los trabajos de investigación.

#### 2.1.3. Tipo de investigación.

Es de tipología aplicada. La validación de resultados del instrumento servirá para llevar a cabo los conocimientos teóricos para realizar una mejora del proceso de selección de la personas indicadas para las plazas laborales brindadas en la empresa Sersolinka y así mejorarlo.

Arguello y Sanchez (2015) en su investigación define que los tipos de investigación hace referencia a la clase de estudio que se realiza con la finalidad general del estudio y sobre la manera de obtener los datos necesarios para el desarrollo de la misma.

Lozada (2014), La investigación aplicada tiene como objetivo generar conocimiento mediante la aplicación directa.

#### 2.1.4. Método de investigación

El presente proyecto emplea el método hipotético deductivo debido a que para brindarle posible soluciones a la problemática encontrada se generan diversas hipótesis.

Labajo, E (2017), define que el metodo científico hipotetico deductivo es aquel metodo que hace referencia a un conjunto de taticas empleadas cuyo propocito es consituir conocimiento para el devenir historio que eventualmente podría volver a suceder en un futuro.

### 2.2. Operacionalización de la variable

#### 2.2.1. Variables

Variable x: Selección de personal: Es uno de los recursos más valiosos que poseen las organizaciones son, sin duda, los recursos humanos, es el factor que inyecta vitalidad a las mismas, sin él las organizaciones serian entidades sin vida propia, sin movimiento ni evolución. La variable fue medida mediante el cuestionario de tipo Likert, mediante un total de preguntas.

Variable dependiente: Business Reputation

Reputation has benefit many for companies like differentiation to other businesses. As a result of that businesses investments grow while they maintain buyers and employees, also; simultaneously businesses achieve high levels of satisfaction and loyalty from the customers because of their products and brands.

#### 2.2.2. Operacionalización de Variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición
		Planeación del recurso humano	1	

Selección de personal	Planeación del factor humano en la organización	Administración del recurso humano	2 y 3	Ordinal
	Fuente de reclutamiento	Reclutamiento interno	4	
		Reclutamiento externo	5	
		Medios de reclutamiento	6	
	Selección de RRHH en la empresa	La requisición de selección	7 y 8	
		Evaluación de los procesos e instrumentos de selección	9, 10 y 11	
Business Reputation	Integration	Stakeholders maps to financial (Una técnica para evaluar el efecto potencial de los grupos de interés sobre una organización.)	12 y 13	
		Operational Perfomance (Trabajo Operativo)	14	
	Openess	Strateggic Communication (Comunicación estratégica)	15	
		Reinforce Trust and Reputation (Reforzar la confianza y reputación)	16 y 17	
	Mindset	Organizational Culture (Cultura Organizacional)	18 y 19	
		Engaging the analytic and behavioral elements (Comprometiendo los elementos analíticos y de comportamiento.)	20	
Fuente: Elaborado por Miguel Saldaña.				

### 2.3. Población y muestra

#### 2.3.1. Población

El actual proyecto de investigación está conformado por 55 personas de la empresa Sersolinka año 2019. Este tipo de población es finita.

Para reafirmar el concepto de población, el siguiente autor indica que:

Carrasco (2017), define que la población es el conjunto de elementos que se desarrollan dentro del proyecto de investigación.

#### 2.3.2. Muestra y muestreo

Al obtener el número que representa la muestra del proyecto de investigación, se aplicó el tipo de muestreo probabilístico- aleatorio simple. Se está tomando como muestra por ser una población igual o menor a 50.

Carrasco (2017), define que la muestra es fracción representativa de la población, cuyas características principales denotan objetividad y fidelidad, de tal manera que los resultados del instrumento a aplicar puedan reflejarse en la conformación de dicha población.

#### 2.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

##### 2.4.1. Técnica de recolección de datos: Encuesta

La actual investigación se calificó bajo la encuesta, la cual va direccionada hacia las personas reclutadoras en la consultora Sersolinka año 2019 con el objeto de estimar y medir el panorama sobre el proceso de selección que se realiza en la empresa.

Lopez y Fachelli (2015) definen que la encuesta es una técnica cuya finalidad es la recepción de datos a través de la interrogación de individuos cuyo único objetivo es obtener de manera sistemática lineamientos sobre las definiciones que derivan de un problema.

##### 2.4.2. Instrumento de recolección de datos: Cuestionario

El presente proyecto usó el instrumento llamado cuestionario, consta de 20 preguntas realizadas en base a las dimensiones e indicadores correspondientes a cada variable. Lopez y Fachelli (2015) menciona que el cuestionario es aquel instrumento en donde aparecen las preguntas enunciadas en forma sistemática y ordenada, en la cual se consignan respuestas mediante un registro.

##### 2.4.3. Validez del instrumento

El actual proyecto ha sido evaluado a juicio y criterio de expertos, los cuales nos permitirán observar y diferenciar las dimensiones, y las preguntas realizadas. La evaluación se llevará a cabo por profesores de la escuela profesional de la carrera de Administración en la Universidad César Vallejo, los cuales serán mencionados a continuación.

Carrasco (2017), la validez de un instrumento es medida de acuerdo a la objetividad, precisión, veracidad y autenticidad, es decir, todo ello se tiene que aplica para las variables de estudio y así extraer los datos que deseamos conocer.

Tabla 2: Validez del instrumento

VALIDACIÓN	GRADO	RESULTADO
Vasquez Espinoza, Juan Manuel	Doctor	Aplicable
Rosel Cesar, Alva Arce	Doctor	Aplicable
Barca Barrientos, Jesus Enrique	MBA	Aplicable
Estela Carranza, Teodoro	Doctor	Aplicable
PROMEDIO		Aplicable

Fuente: Elaboración propia

La calificación otorgada por los docentes es de un promedio aplicable, después de haber realizado correcciones y mejoras para poder validar el instrumento.

#### 2.4.4. Confiabilidad

La fiabilidad del instrumento aplicado se mide usando un estadístico llamado Alfa de Cronbach, el cual nos permite validar la relación entre las preguntas y respuestas ejecutadas en el presente trabajo de investigación, para ello seleccionamos un trabajo piloto a 15 personas de una consultora, obteniendo el siguiente resultado.

Carrasco (2017) la confiabilidad es la cualidad del instrumento de medición, el cual nos permite obtener resultados que al aplicarse más de una vez en diversos periodos de tiempo en la misma persona o en un distinto grupo de participantes nos traerá el mismo resultado.

Tabla 3: Confiabilidad

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	15	100,0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Tabla 4: Fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,711	20

Interpretación:

El alfa de Cronbach cuenta con una confiabilidad de 0.711, esta cantidad se considera de un alfa muy confiable, teniendo en cuenta los datos recolectados y la fiabilidad de las preguntas realizadas.

Quero, M. (2010) define qué la confiabilidad de la medición de un instrumento, se debe al propósito de las características, ya que puede tomar diversas formas o expresiones a la hora de realizar la medida correspondiente o la estimación

#### 2.5. Métodos de análisis de datos

Está basado en un análisis de datos descriptivo. Según Rojas (2013) indica que el objetivo del cada análisis de datos es poder conseguir una visión más exacta de la cobertura de la problemática, ordenarlos jerárquicamente, para generar estrategias operativas y señalar los lineamientos para la prueba de las hipótesis” (p. 49).

#### 2.6. Análisis inferencial

Según Porras, A (2017) la estadística inferencial se concentra en lograr una toma de decisiones correcta referente de las características de todas las observaciones bajo consideración con base en información parcial o incompleta.

#### 2.7. Aspectos éticos

El actual proyecto de investigación es confiable, ya que, se respetaron los aspectos teóricos y metodológicos; debido a ello la confianza de los resultados, respeto a la propiedad intelectual, por las preferencias políticas, religiosas y morales. Así mismo, el velar por la identidad de cada participante de la investigación.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis descriptivo

Según Santillan, A. (13 de setiembre 2016) en su artículo denominado Estadística descriptiva e inferencial menciona que el análisis descriptivo tiene como objeto el resumir todo tipo de información dentro de los datos obtenidos de una manera simple y

presentable, para obtener los parámetros que permiten distinguir las características de un grupo de datos (lo que se conoce como estadísticos).

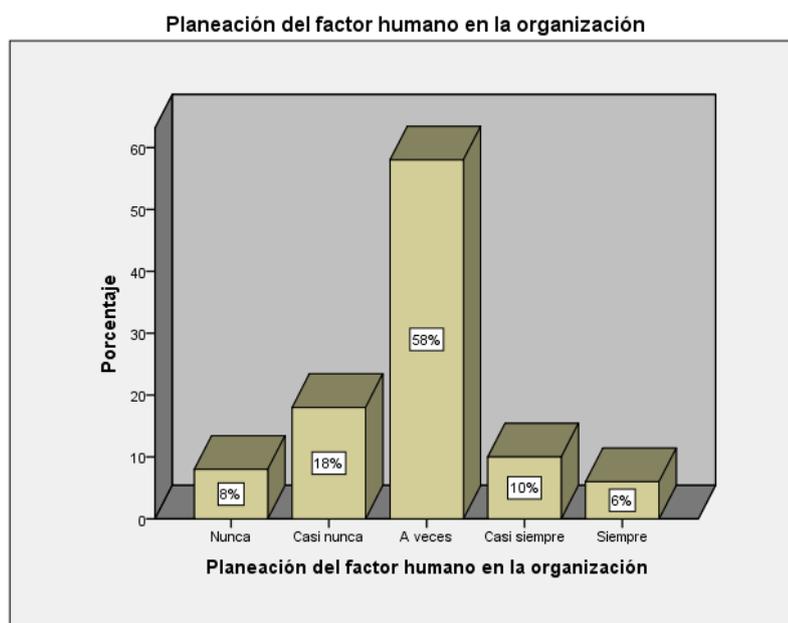
Variable: Selección de personal

### 3.1.1. Dimensión 1: Planeación de factor humano en la organización

Tabla 5

Planeación del factor humano en la organización

Planeación del factor humano en la organización					
		Frnc.	%	% válido	% acumulado
Válido	NC	4	8,0	8,0	8,0
	CN	9	18,0	18,0	26,0
	AV	29	58,0	58,0	84,0
	CS	5	10,0	10,0	94,0
	S	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



Interpretación:

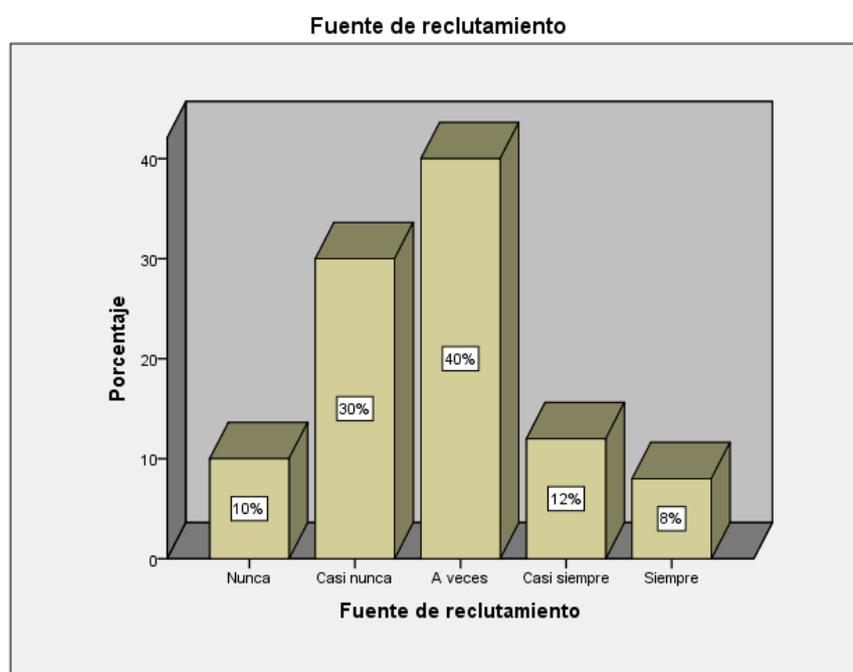
Los resultados obtenidos en la encuesta respecto a la planeación del factor humano en la empresa SERSOLINKA S.A.C. son: 8% nunca, 18% casi nunca, 58% a veces, 10% casi siempre y 6% siempre.

### 3.1.2. Dimensión 2: Fuente de reclutamiento

Tabla 6

Fuente de reclutamiento

Fuente de reclutamiento					
		Frec.	%	% válido	% acumulado
Válido	NC	5	10,0	10,0	10,0
	CN	15	30,0	30,0	40,0
	AV	20	40,0	40,0	80,0
	CS	6	12,0	12,0	92,0
	S	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



Interpretación:

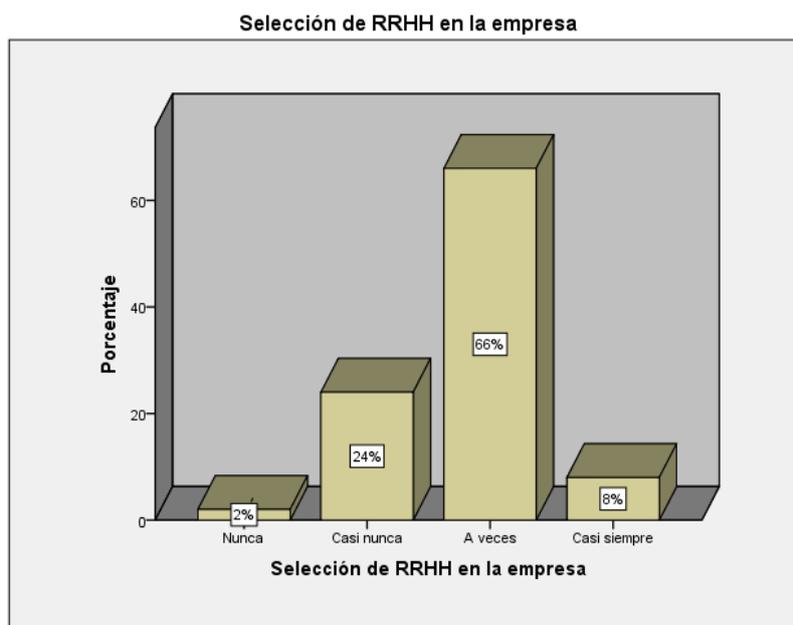
Los resultados obtenidos en la encuesta respecto al reclutamiento en la empresa SERSOLINKA S.A.C. son: 10% nunca, 30% casi nunca, 40% a veces, 12% casi siempre y 8% siempre.

### 3.1.3. Dimensión 3: Selección de RRHH en la empresa

Tabla 7

Selección de RRHH en la empresa

Selección de RRHH en la empresa					
		Frc.	%	% válido	% acumulado
Válido	NC	1	2,0	2,0	2,0
	CN	12	24,0	24,0	26,0
	AV	33	66,0	66,0	92,0
	CS	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



Interpretación:

Los resultados obtenidos en la encuesta respecto a la selección de RRHH en la empresa SERSOLINKA S.A.C. son: 2% nunca, 24% casi nunca, 66% a veces, 6% casi siempre y 8% siempre.

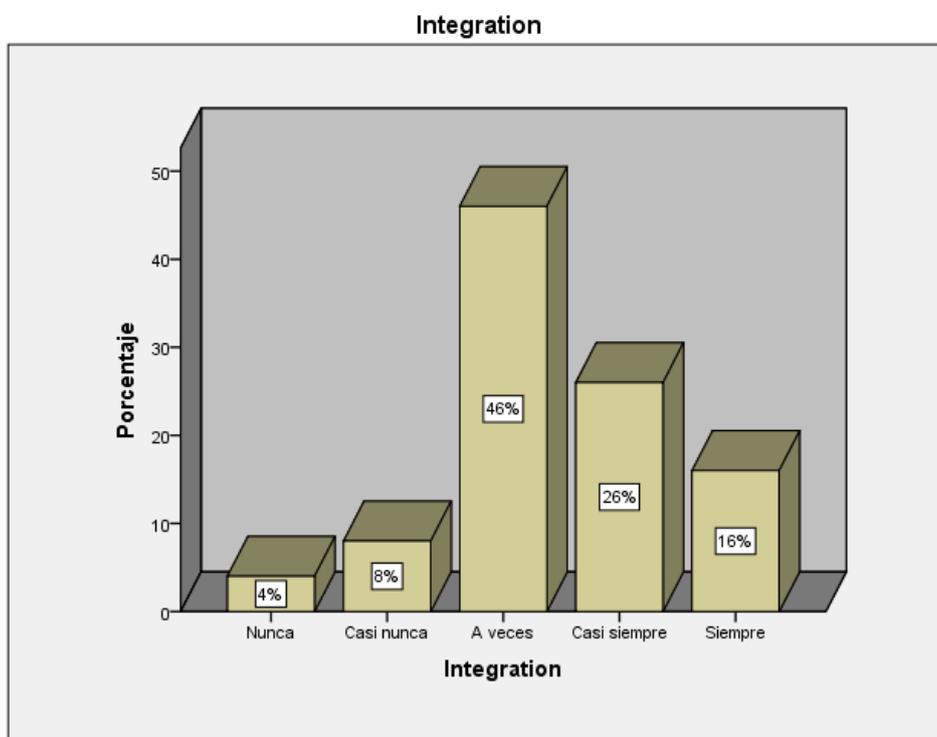
#### 3.1.4. Dimensión 4: Integration

Tabla 8

Integration

Integration					
		Frc.	%	% válido	% acumulado
Válido	NC	2	4,0	4,0	4,0
	CN	4	8,0	8,0	12,0
	AV	23	46,0	46,0	58,0

	CS	13	26,0	26,0	84,0
	S	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



Interpretación:

Los resultados obtenidos en la encuesta respecto a la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. son: 4% nunca, 8% casi nunca, 46% a veces, 26% casi siempre y 16% siempre.

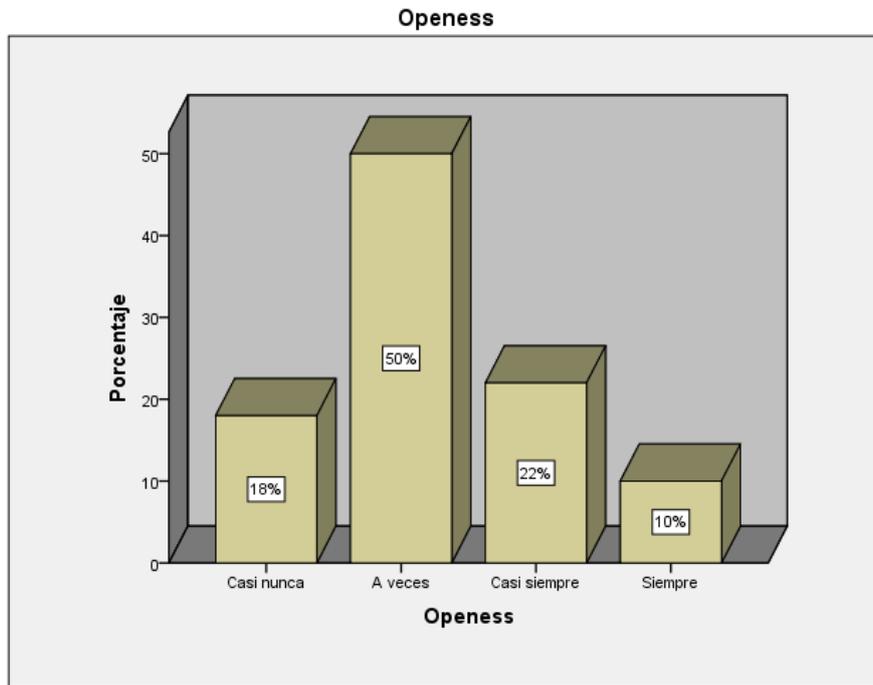
### 3.1.5. Dimensión 5: Openess

Tabla 9

Openess

Openess					
		Frec.	%	% válido	% acumulado
Válido	CN	9	18,0	18,0	18,0
	AV	25	50,0	50,0	68,0
	CS	11	22,0	22,0	90,0
	S	5	10,0	10,0	100,0

	Total	50	100,0	100,0	
--	-------	----	-------	-------	--



Interpretación:

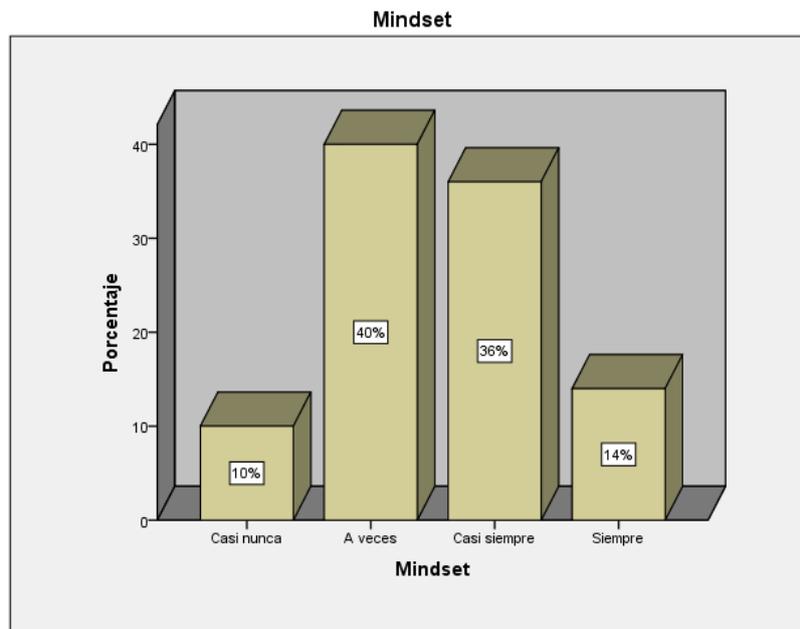
Los resultados obtenidos en la encuesta respecto a la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. son: 18% casi nunca, 50% a veces, 22% casi siempre y 10% siempre.

### 3.1.6. Dimensión 6: Mindset

Tabla 10

Minsset

Mindset					
		Frnc.	%	% válido	% acumulado
Válido	CN	5	10,0	10,0	10,0
	AV	20	40,0	40,0	50,0
	CS	18	36,0	36,0	86,0
	S	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	



Interpretación:

Los resultados obtenidos en la encuesta respecto a la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. son: 10% casi nunca, 40% a veces, 36% casi siempre y 14% siempre.

### 3.2. Análisis inferencial

#### 3.2.1. Prueba de hipótesis general

Tabla 11

Tabla de correlación

Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

*Nota:* Tomado de Metodología de la investigación, quinta edición, por Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2010, México D.F., México: McGraw-Hill

Para tomar la decisión se toma en cuenta los siguientes lineamientos:

- Si  $\alpha < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.
- Si  $\alpha > 0.05$  se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

De lo cual:

H: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

H0: No Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

H1: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

Tabla 12

Prueba de hipotesis general

Correlaciones				
			Selección de personal	Business Reputation
Rho de Spearman	Selección de personal	Coefficiente de correlación	1,000	,787**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Business Reputation	Coefficiente de correlación	,787**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

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

El resultado del coeficiente de la correlación de Spearman es igual a 0,787, como se puede visualizar en la tabla número 12, así mismo, el nivel de significancia bilateral es menor que el p valor 0.05 y de acuerdo a las criterios de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). De acuerdo a la tabla número 11 de correlación, se logra concluir que la selección de personal presenta relación positiva considerable con el Business reputation en la empresa SERSOLINKA S.A.C., San Miguel, 2019.

### 3.2.2. Prueba de hipótesis específica 1:

H: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

H0: No existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

H1: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

Tabla 13

Correlación entre Selección de personal y integration

Correlaciones				
			Selección de personal	Integración
Rho de Spearman	Selección de personal	Coefficiente de correlación	1,000	,375**
		Sig. (bilateral)	.	,007
		N	50	50
	Integration	Coefficiente de correlación	,375**	1,000
		Sig. (bilateral)	,007	.
		N	50	50
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Se puede observar que el resultado del coeficiente de correlación de el resultado del coeficiente de la correlación de Spearman es igual a 0,375, como se puede visualizar en la tabla número 12, así mismo, el nivel de significancia bilateral es menor que el p valor 0.05 y de acuerdo a las criterios de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). De acuerdo a la tabla número 11 de correlación, se logra concluir

que la selección de personal presenta relación positiva media con la interacción en la empresa SERSOLINKA S.A.C., San Miguel, 2019.

### 3.2.3. Prueba de hipótesis específica 2:

H: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

H0: No existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

H1: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

Tabla 14

Correlación entre selección de personal e integration

Correlaciones				
			Selección de personal	Openes
Rho de Spearman	Selección de personal	Coeficiente de correlación	1,000	,369**
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	50	50
	Openess	Coeficiente de correlación	,369**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	50	50
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

Se puede observar que el resultado del coeficiente de correlación de el resultado del coeficiente de la correlación de Spearman es igual a 0,369, como se puede visualizar en la tabla número 13, así mismo, el nivel de significancia bilateral es menor que el p valor 0.05 y de acuerdo a las criterios de decisión se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta

la hipótesis alterna (H1). De acuerdo a la tabla número 11 de correlación, se logra concluir que la selección de personal presenta relación positiva media con la franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C., San Miguel, 2019.

#### 3.2.4. Prueba de hipótesis 3:

H: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

H0: No existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

H1: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.

Tabla 15

Correlación entre selección de personal y mentalidad

Correlaciones				
			Selección de personal	Minds et
Rho de Spearman	Selección de personal	Coefficiente de correlación	1,000	,307*
		Sig. (bilateral)	.	,030
		N	50	50
	Mindset	Coefficiente de correlación	,307*	1,000
		Sig. (bilateral)	,030	.
		N	50	50
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).				

En la presente tabla, se puede observar que el resultado del coeficiente de correlación del resultado del coeficiente de la correlación de Spearman es igual a 0,307, como se puede

visualizar en la tabla número 13, así mismo, el nivel de significancia bilateral es menor que el p valor 0.05 y de acuerdo a los criterios de decisión se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). De acuerdo a la tabla número 11 de correlación, se logra concluir que la selección de personal presenta relación positiva media con la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C., San Miguel, 2019.

#### IV. DISCUSIÓN

4.1. El objetivo general fue determinar la relación entre la selección de persona y Business Reputation de la empresa “SERSOLINKA S.A.C.” de San Miguel, 2019. Conforme a los resultados obtenidos por el programa estadístico SPSS 25 (0.787) se determina que existe una notable relación favorable entre la selección de personal y el business reputation.

Dicho resultados tienen coherencia con la teoría del autor Romer, J. En lo cual indica que el reclutamiento moderno va más profundo que solo la publicación de ofertas laborales en redes sociales y portales web, o de reclutar candidatos utilizando las redes sociales como filtros de postulación. El reclutamiento moderno trata de generar un grupo mediante conversaciones para mejorar la reputación de la organización y llamar talento hacia la empresa.

4.2. El objetivo específico número 1 fue mostrar la relación entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019. Conforme a los resultados estadísticos obtenidos (0,375) se logró determinar que existe una favorable relación intermedia entre la selección de personal y la integración.

Según Chauvin, S. En su artículo explica que la situación en una pequeña empresa es muy relevante, ya que; no siempre puede costear el despido de un trabajador y por ello se necesita formar un vínculo sólido.

4.3. El objetivo específico número 2 fue mostrar la relación entre la selección de personal y la Franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019. De acuerdo a los resultados estadísticos obtenidos (0,369) se logró determinar que existe una favorable relación intermedia entre la selección de personal y la integración.

Según Chauvin, S. En su artículo explica que durante el proceso de selección se tiene que tener muy claro que se le va a solicitar al personal seleccionado para poder tener un panorama claro y específico.

4.4. El objetivo específico número 3 fue determinar la relación entre la selección de personal y la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019. En proporción a los resultados estadísticos obtenidos

(0,307) se logró determinar que existe una favorable relación intermedia entre la selección de personal y la integración.

Según Chauvin, S. En su artículo menciona que el proceso de selección de personal para llenar una plaza laboral debe realizarse al mismo nivel de atención que el analizar una inversión muy importante.

4.5. En el presente trabajo, la hipótesis general de la investigación ha sido: La selección de personal si influye en el Business Reputation de la empresa “SERSOLINKA S.A.C.” de San Miguel, 2019. Según la prueba de hipótesis, el resultado brindado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,787, como se puede observar en la tabla 12 y así mismo, cuenta con un nivel de significancia bilateral ( $Sig=,000$ ) es menor al p valor (0.05), en base a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula, se acepta la alterna. A consecuencia de la tabla 11 de correlación, se llegó a la conclusión que la selección de personal tiene relación positiva considerable con el business reputation de la empresa “SERSOLINKA S.A.C.”, San Miguel, 2019.

4.6. La hipótesis específica número 1 de la investigación ha sido: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019. Según la prueba de hipótesis, el resultado brindado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,375, como se puede observar en la tabla 13. A consecuencia de la tabla 11 de correlación, se llegó a la conclusión que la selección de personal tiene relación positiva media con la integración de la empresa “SERSOLINKA S.A.C.”, San Miguel, 2019.

4.7. La hipótesis específica número 2 de la investigación ha sido: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la franqueza en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019. Según la prueba de hipótesis, el resultado brindado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,369, como se puede observar en la tabla 14. A consecuencia de la tabla 11 de correlación, se llegó a la conclusión que la selección de personal tiene relación positiva media con el franqueza de la empresa “SERSOLINKA S.A.C.”, San Miguel, 2019.

4.8. La hipótesis específica número 3 de la investigación ha sido: Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la mentalidad en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019. Según la prueba de hipótesis, el resultado brindado del coeficiente de correlación de Rho de Spearman es 0,307, como se puede observar en la tabla 15. A consecuencia de la tabla 11 de correlación, se llegó a la conclusión que la selección de personal tiene relación positiva media con el mentalidad de la empresa “SERSOLINKA S.A.C.”, San Miguel, 2019.

## V. CONCLUSIONES

- 5.1. Se ha determinado que existe relación entre la selección de personal y el business reputation.
- 5.2. Se ha determinado que existe relación entre la selección de personal y integration.
- 5.3. Se ha determinado que existe relación entre la selección de personal y openess.
- 5.4. Se ha determinado que existe relación entre la selección de personal y mindset.

## VI. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda establecer una relación más influenciadora en redes sociales para poder atraer al mejor talento. Hacer un mejor uso de las herramientas de selección de personal para que cada reclutado se lleve una buena impresión del proceso de selección.

Segunda: Establecer una mejor integración entre el talento seleccionado y los entrevistadores (Área de reclutamiento y selección) y actualizar la base de talentos seleccionados.

Tercera: Se recomienda informar del tiempo del proceso de selección durante la entrevista, para evitar que los seleccionados muestren su malestar por el tiempo de respuesta.

Cuarta: El ambiente laboral de la empresa es bueno, pero para poder mejorar se recomienda realizar una mejor gestión de la acumulación de pruebas para poder lograr que la mentalidad de los seleccionados se sienta más relajada.

## REFERENCIAS

- Arguello, Sánchez (Octubre del 2015). Informe. Recuperado de [https://www.academia.edu/18122652/TIPOS\\_DE\\_INVESTIGACION](https://www.academia.edu/18122652/TIPOS_DE_INVESTIGACION)
- Benites Rodríguez, A. (2018). Propuesta de mejora en el proceso de reclutamiento y selección de personal para reducir los costos en el proceso de reclutamiento y selección de personal para reducir los costos en la empresa World Group SAC (Licenciatura en Ingeniero Industrial). Universidad Privada del Norte.
- Carrasco, S. (2017). Metodología de la investigación científica. (13ª. ed). Perú: San Marcos.
- Canales del Aguila, D. (2017). Mejora de los resultado del proceso de selección de personal a través de la estandarización de perfiles de puesto tipo en las empresas
- Espilco Zamudio, I. (2018). Eficiencia de la metodología de reclutamiento 2.0 comparado con un reclutamiento tradicional en una universidad de lima metropolitana-2016 (Licenciatura en Gestión de Recursos Humanos). Universidad de San Martín de Porres.
- Grados Espinosa, J. (2014). Reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal. México: Editorial El Manual Moderno.
- Grupo Analytica (Licenciatura en relaciones industriales). Universidad de San Martín de Porres.
- Hernández, Fernández y Baptista (2014). Metodología de la investigación. (6ta ed). México: McGRAW-HILL Education.
- Labajo, E. (08 de febrero del 2017). El método científico (I) – Generalidades. Recuperado de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/107-2017-02-08-El%20Método%20Cient%C3%ADfico%20I.pdf>
- López y Fachelli (2015). Metodologia de la investigación social cuantitativa, Bellaterra (Cerdanyola de Valles). Universidad autónoma de Barcelona.
- López Mendoza, J. (2014). Reclutamiento de personal como herramienta para mejorar la calidad docente en empresas educativas privadas de la cabecera departamental de huehuetenango (Licenciada en Administración de Empresas). Universidad Rafael Landívar.

- Lohman, M. (2016). Corporate Reputation in the digital age: A systematic comparison of antecedents and consequences for multi-channel retailers and pure-players (Master of Science). University of Twente.
- Muñoz Arbildo, E. (2016). Plan de reclutamiento y selección para la mejora del desempeño laboral de la empresa Sipán distribuciones SAC, Chiclayo, 2016 (Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo.
- Palomero, I. (2017). La reputación corporativa digital Propuesta metodológica de un modelo de medición (Doctorado). Universidad Complutense de Madrid.
- Porras, A. (2017). Estadística inferencial. Méxicio: Centro de Investigación en Geografía y Geomática "Ing. Jorge L. Tamayo", A.C.
- Prakash, Y. (14 de enero 2019). E-Recruitment and selection practices in digital age. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/2242750638/fulltextPDF/EF6D6807D58C42FCPQ/8?accountid=37408>
- Quero, M. (Mayo 2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/228778515\\_Confiabilidad\\_y\\_coeficiente\\_A\\_lpha\\_de\\_Cronbach](https://www.researchgate.net/publication/228778515_Confiabilidad_y_coeficiente_A_lpha_de_Cronbach)
- Romero, J. (2016). Nuevas tendencias de reclutamiento y selección de personal. Universidad Miguel Hernandez de Elche – España.
- Santillan, A. (13 de setiembre, 2010). Estadística descriptiva e inferencial: conceptos generales. El rincón de picanúmeros. Recuperado de: <https://evidencia.com/archivos/3568>
- Schaer, Brianne (27 de junio, 2019). Value of corporate reputation as an intangible asset. Recuperado de <https://www.business2community.com/strategy/value-of-corporate-reputation-as-an-intangible-asset-02214560>
- Tracey, N. (2014). Corporate reputation and financial performance: Underlying dimensions of corporate reputation and their relation to sustained financial performance. (Doctor of Philosophy). Queensland University of Technology.
- TIPOS Y NIVELES DE INVESTIGACIÓN. (2017, 18 octubre). Recuperado 25 noviembre, 2019, de <http://devnside.blogspot.com/2017/10/tipos-y-niveles-de-investigacion.html>

Vidangos Gomez, C. (2017). La Gestión de crisis comunicacional y su relación significativa con la reputación de la municipalidad distrital de Punta Hermosa (Licenciatura en ciencias de la comunicación). Universidad de San Martín de Porres.

Witold, J. (2014). Corporate diplomacy: Building reputations and relationships with external stakeholders. London: Routledge Taylor & Francis Group.

Cancela G., Rocío; Cea M., Noelia; Galindo L., Guido; Valilla G., Sara. Metodología de la Investigación Educativa: Investigación ex post facto. Universidad Autónoma de Madrid. 2010, p. 8. En línea: [http://www.uam.es/personal\\_pdi/jmurillo/InvestigaciónEE/Presentaciones/Curso\\_10/EX-POST-FACTO\\_Trabajo.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/jmurillo/InvestigaciónEE/Presentaciones/Curso_10/EX-POST-FACTO_Trabajo.pdf) Consultado: 07 de abril del 2018.

### III. ANEXOS

#### CUESTIONARIO

#### SELECCIÓN DE PERSONAL Y BUSINESS REPUTATION EN LA EMPRESA SERSOLINKA S.A.C., SAN MIGUEL – 2019

**OBJETIVO:** Determinar la relación entre la selección de persona y Business Reputation de la empresa “SERSOLINKA S.A.C.” de San Miguel, 2019.

**INTRUCCIONES:** Marcar con un aspa la alternativa que según considere. ¡Gracias por su colaboración!

N°	PREGUNTAS	Nunca	Casi Nunca	A veces.	Casi siempre	Siempre
1	La organización realiza un cronograma para programar y plantear las actividades del talento humano					
2	La empresa cuenta con un adecuado manejo de personal.					
3	Considero que la planeación de personal para atender al requerimiento es la correcta.					
4	Existen requerimientos cercanos a tu domicilio, sueles recomendar personas para el puesto.					
5	La empresa cuenta con herramientas de reclutamiento externas eficientes					
6	La empresa debería implementar nuevas herramientas de reclutamiento.					
7	El requerimiento recibido por el cliente es adecuado según la capacidad de la empresa.					
8	La organización se encuentra en óptimo estado al recibir el requerimiento pedido por el cliente.					
9	La empresa cuenta con una nueva metodología de selección.					
10	La selección realizada por la empresa es eficiente.					
11	Existen indicadores que miden la eficiencia del proceso de selección.					
12	Siento que la identificación con la organización mejora las habilidades en mis labores.					
13	Existen indicadores que miden la eficiencia del proceso de selección.					
14	El trabajo realizado por la empresa se realiza de forma continua					
15	Existe una correcta conexión entre colaboradores para poder desarrollar correctamente sus labores.					
16	La empresa cuenta con buena reputación a nivel consultoría.					
17	La confianza generada por la empresa hacia los trabajadores es especial para poder desarrollar tus habilidades.					
18	La empresa genera armonioso clima laboral.					
19	Consideras que en el clima laboral de la empresa se genera presión según el requerimiento					
20	Los elementos brindados por la empresa me permiten manejar correctamente mis actividades.					

**1. DATOS GENERALES**

<b>Filial / sede:</b>	<b>LIMA NORTE</b>	<b>Período académico:</b>	<b>2019-II</b>
<b>Programa académico:</b>	<b>ADMINISTRACIÓN</b>	<b>Ciclo: X</b>	<b>X</b>
<b>Docente:</b>	<b>DR. TEDODORO CARRANZA ESTELA</b>	<b>E-mail:</b>	<b>tcarranza@ucv.edu.pe</b>

N°	Autor	Fecha	Hora	Breve descripción de la asesoría
1	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	06/09/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	ANALIZA LOS LINEAMIENTOS Y PROCEDIMIENTOS QUE FUNDAMENTAN LA ELABORACIÓN DEL DPI
2	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	13/09/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	APLICA LAS PROPIEDADES MÉTRICAS DE VALIDEZ, CONFIABILIDAD
3	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	20/09/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	APLICA EL PROCEDIMIENTO PLANIFICADO DE RECIBO DE DATOS PARA LA EJECUCIÓN DE SU TESIS
4	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	27/09/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	APLICA EL PROCEDIMIENTO PLANIFICADO DE RECIBO DE DATOS PARA LA EJECUCIÓN DE SU TESIS
5	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	04/10/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	APLICA EL PROCEDIMIENTO PLANIFICADO DE RECIBO DE DATOS PARA LA EJECUCIÓN DE SU TESIS
6	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	11/10/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	APLICA EL PROCESAMIENTO Y TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE SUS DATOS
7	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	18/10/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	1ª JORNADA DE SUSTENTACION
8	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	25/10/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	ORGANIZA LOS RESULTADOS Y LOS DESCRIBE
9	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	01/11/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	ANALIZA LOS RESULTADOS Y LOS DISCUTE CON LOS ANTECEDENTES DE SU INVESTIGACIÓN
10	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	08/11/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	ELABORA LAS CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES
11	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	25/11/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	REVISIÓN DEL INFORME DE TESIS
12	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	22/11/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	REVISIÓN DEL INFORME DE TESIS
13	SALDAÑA QUINCHO, MIGUEL	29/11/2019	8 p.m. a 9.40 p.m.	REVISIÓN DEL INFORME DE TESIS



Firma del Docente

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

Acta de aprobación de originalidad de tesis

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código: F06-PP-PR-02.02 Versión: 10 Fecha: 10-05-2019 Página: 1 de 1
---	--	---

Yo, **Dra. Petronila Liliana Mairena Fox**, docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo **Filial – Lima, Campus Los Olivos**, revisor del Trabajo de Investigación titulado:

**"SELECCIÓN DE PERSONAL Y BUSINESS REPUTATION EN LA EMPRESA SERSOLINKA S.A.C., SAN MIGUEL - 2019"** de la estudiante **SALDAÑA QUINCHO MIGUEL ANGEL**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **28%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **LA TESIS** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 27 de septiembre de 2021



Dra. Mairena Fox Petronila Liliana  
Coordinadora de Investigación de la EP de Administración

### Operacionalización de la variable

Variable	Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición	
Selección de personal	Planeación del factor humano en la organización	Planeación del recurso humano	1	Ordinal	
		Administración del recurso humano	2 y 3		
	Fuente de reclutamiento	Reclutamiento interno	4		
		Reclutamiento externo	5		
		Medios de reclutamiento	6		
	Selección de RRHH en la empresa	La requisición de selección	7 y 8		
		Evaluación de los procesos e instrumentos de selección	9, 10 y 11		
	Business Reputation	Integration	Stakeholders maps to financial (Una técnica para evaluar el efecto potencial de los grupos de interés sobre una organización.)		12 y 13
Operational Perfomance (Trabajo Operativo)			14		
Openess		Strateggic Comunication (Comunicación estratégica)	15		
		Reinforce Trust and Reputation (Reforzar la confianza y reputación)	16 y 17		
Mindset		Organizational Culture (Cultura Organizacional)	18 y 19		
		Engaging the analytic and behavioral elements (Comprometiendo los elementos analíticos y de comportamiento.)	20		
Fuente: Elaboración Propia					

Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS PRINCIPAL	VARIABLES	DISEÑO METODOLÓGICO
¿Cuál es la relación entre la selección de personal y Business Reputation en la empresa SERSOLINKA S.A.C del distrito de San Miguel, 2019?	Determinar la relación entre la selección de persona y Business Reputation de la empresa "SERSOLINKA S.A.C." de San Miguel, 2019.	La selección de personal si influye en el Business Reputation de la empresa "SERSOLINKA S.A.C." de San Miguel, 2019.	<p><b>Variable independiente:</b></p> <p>Selección de Personal</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planeación del factor humano en la organización.</li> <li>- Fuente de reclutamiento</li> <li>- Selección de RRHH en la empresa</li> </ul> <p><b>Variable Dependiente</b></p> <p>Business Reputation en la empresa SERSOLINKA S.A.C., San Miguel – 2019.</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integration</li> <li>- Openess</li> <li>- Mindset</li> </ul>	<p><b>Tipo de estudio</b></p> <p>Aplicada</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental de corte transversal.</p> <p><b>Área de estudio:</b> SERSOLINKA S.A.C., San Miguel, 2019.</p> <p><b>Población y muestra</b></p> <p>Clientes</p> <p><b>Instrumentos:</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Valoración estadística</b></p> <p>Paquete estadístico SSPS 25</p>
PROBLEMAS ESPECIFICOS	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS ESPECIFICOS		
1) ¿Cuál es la relación entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019?	1) Identificar la relación entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.	1) Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y la integración en la empresa SERSOLINKA S.A.C. del distrito de San Miguel, 2019.		
2) ¿Cómo es la relación entre la selección de personal y la franqueza	2) Identificar la relación entre la selección de personal y la franqueza	2) Existe una Influencia positiva entre la selección de personal y		

### Matriz de evaluación del instrumento

Título de la investigación: SELECCIÓN DE PERSONAL Y BUSINESS REPUTATION EN LA EMPRESA SERSOLINKA S.A.C. - SAN MIGUEL - 2019						
Apellidos y nombres del investigador: Salsúa Quinto, Miguel Ángel						
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. Rosal González Anco</i>						
ASPECTOS POR EVALUAR						
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
				SI CUMPLE      NO CUMPLE		
				OBS/ SUG		
<b>Selección de personal</b>	<b>Planeación del factor humano en la organiza</b>	Planeación del recurso humano	La organización realiza un cronograma para programar y plantear las actividades del talento humano.	✓		
		Administración del recursos humano	La empresa cuenta con un adecuado manejo del personal. Considero que la planeación de personal para atender al requerimiento es la correcta. Existen requerimientos cercanos a tu domicilio, suéles recomendar personas para el puesto.	✓		
	<b>Fuente de reclutamiento</b>	Reclutamiento interno	La empresa cuenta con herramientas de reclutamiento externas eficientes.	(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi Siempre (5) Siempre	✓	
		Reclutamiento externo	La organización debería implementar nuevas herramientas de reclutamiento.		✓	
		Medios de reclutamiento	El requerimiento recibido por el cliente es adecuado según la capacidad de la empresa..		✓	
		La requisición de requerimiento	La organización de encuentra en óptimo estado al recibir el requerimiento pedido por el cliente.		✓	
	<b>Selección de RRHH en la empresa</b>	Evaluación de los procesos e instrumentos de selección.	La empresa cuenta con una nueva metodología de selección.		✓	
			La selección realizada por la empresa es eficiente.		✓	
		Existen indicadores que miden la eficiencia del proceso de selección.	La selección realizada por la organización mejora las habilidades en mis labores.		✓	
			La selección realizada por la empresa es eficiente/Existen indicadores que miden la eficiencia del proceso de selección.		✓	
<b>Integration</b>	Stakeholders maps to financial	El trabajo realizado por la empresa se realiza de forma continua.		✓		
		Existe una correcta conexión entre colaboradores para poder desarrollar correctamente sus labores.		✓		
	Operational Performance (Trabajo Operativo)	La empresa cuenta con buena reputación a nivel consultoría		✓		
		La confianza generada por la empresa hacia los trabajadores es especial para poder desarrollar tus habilidades.		✓		
<b>Openess</b>	Strategic Communication (Comunicación estratégica)	La empresa genera un armonioso clima laboral	(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi Siempre (5) Siempre	✓		
		Consideras que en el clima laboral de la empresa se genera presión según el requerimiento.		✓		
	Reinforce Trust and Reputation (Reforzar la confianza y reputación)	Los elementos brindados por la empresa me permiten manejar correctamente mis actividades.		✓		
		Engaging the analytic and behavioral elements (Comprometiendo los elementos analíticos y de comportamiento.)		✓		
<b>Business Reputatio</b>	<b>Mindset</b>	Organizational Culture (Cultura Organizacional)		✓		
		Engaging the analytic and behavioral elements (Comprometiendo los elementos analíticos y de comportamiento.)		✓		
FIRMA DEL EXPERTO:				FECHA: 12 / 06 / 2019		

Título de la investigación: SELECCION DE PERSONAL Y BUSINESS REPUTATION EN LA EMPRESA SERSOLINKA S.A.C., SAN MIGUEL, 2019

Apellidos y nombres del investigador: Saldívar Quincho, Miguel Ángel

Apellidos y nombres del experto: Dr. Juan Manuel Vargas Espinoza

VARIABLE	DIMENSIONES	ASPECTOS POR EVALUAR		ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		OBS / SUG
		INDICADORES	ITEM PREGUNTA		SI CUMPLE	NO CUMPLE	
Selección de personal	Planeación del factor humano en la organiza	Planeación del recurso humano	La organización realiza un cronograma para programar y plantear las actividades del talento humano.		✓		
		Administración del recursos humano	La empresa cuenta con un adecuado manejo del personal. Considero que la planeación de personal para atender al requerimiento es la correcta.		✓		
	Fuente de reclutamiento	Reclutamiento interno	Existen requerimientos cercanos a tu domicilio, suelas recomendar personas para el puesto.		✓		
		Reclutamiento externo	La empresa cuenta con herramientas de reclutamiento externas eficientes..	(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi Siempre (5) Siempre	✓		
		Medios de reclutamiento	La organización debería implementar nuevas herramientas de reclutamiento.		✓		
	Selección de RRHH en la empresa	La requisición de requerimiento	El requerimiento recibido por el cliente es adecuado según la capacidad de la empresa..		✓		
			La organización de encuentra en óptimo estado al recibir el requerimiento pedido por el cliente.		✓		
		Evaluación de los procesos e instrumentos de selección.	La empresa cuenta con una nueva metodología de selección.		✓		
			La selección realizada por la empresa es eficiente.		✓		
			Existen indicadores que miden la eficiencia del proceso de selección.		✓		
Business Reputatio	Integration	Stakeholders maps to financial	Siento que la identificación con la organización mejora las habilidades en mis labores.		✓		
		Operational Performance (Trabajo Operativo)	La selección realizada por la empresa es eficiente/Existen indicadores que miden la eficiencia del proceso de selección.		✓		
		Strategic Communication (Comunicación estratégica)	El trabajo realizado por la empresa se realiza de forma continua.		✓		
	Openess	Reinforce Trust and Reputation (Reforzar la confianza y reputación)	Existe una correcta conexión entre colaboradores para poder desarrollar correctamente sus labores.	(1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi Siempre (5) Siempre	✓		
		Organizational Culture (Cultura Organizacional)	La empresa cuenta con buena reputación a nivel consultoría		✓		
		Engaging the analytic and behavioral elements (Comprometiendo los elementos analíticos y de comportamiento.)	La confianza generada por la empresa hacia los trabajadores es especial para poder desarrollar sus habilidades.		✓		
Mindset	Organizational Culture (Cultura Organizacional)	La empresa genera un armonioso clima laboral		✓			
		Consideras que en el clima laboral de la empresa se genera presión según el requerimiento.		✓			
		Los elementos brindados por la empresa me permiten manejar correctamente mis actividades.		✓			

FECHA: 12 / 06 /2019

FIRMA DEL EXPERTO

*[Firma manuscrita]*