

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y**  
**ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS**

**“LAS COMPETENCIAS LABORALES DE LOS COLABORADORES Y SU  
RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE TV NORTE,  
CAJAMARCA., 2021”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN

Presentado por: Bach. RAMÍREZ LLANOS, Silvia Mariluz

Asesor: Dr. Alejandro Vásquez Ruiz

Cajamarca-Perú.

2023



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y**  
**ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS**

**“LAS COMPETENCIAS LABORALES DE LOS COLABORADORES Y SU  
RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE TV NORTE,  
CAJAMARCA., 2021”**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN

Presentado por: Bach. RAMÍREZ LLANOS, Silvia Mariluz

Asesor: Dr. Alejandro Vásquez Ruiz

Cajamarca-Perú.

2023

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS**

El asesor y los miembros del Jurado Evaluador designados según Resolución De Decanato N° xxxxxxxxxxx-F-CECA-UNC, aprueban la tesis desarrollada por la Bachiller Ramírez Llanos Silvia Mariluz, denominada: “LAS COMPETENCIAS LABORALES DE LOS COLABORADORES Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO DE TV NORTE, CAJAMARCA., 2021”.

.....

Nombres y apellidos del presidente

.....

Nombres y apellidos del secretario

.....

Nombres y apellidos del Vocal

.....

Nombres y apellidos del Asesor

## **DEDICATORIA**

A Dios por guiarme en el camino de la vida y por darme la oportunidad de vivir y lograr mi formación profesional y a mi familia, en especial a mis padres y mi hermano, quienes, con su amor, sacrificio y su apoyo constante, me enseñaron a ser persistente en el logro de mis objetivos les agradezco de todo corazón el que estén a mi lado siempre.

La autora

## AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Cajamarca, por la oportunidad de estudiar una Carrera en la Escuela Académico Profesional de Administración en la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas.

Mi sincero agradecimiento a mi asesor, el Dr. Alejandro Vásquez Ruiz, principal responsable en darme la motivación, la comprensión y la paciencia para la culminación de mi tesis.

Un profundo agradecimiento a mis padres por el apoyo económico y moral a lo largo de toda mi vida y por la motivación para lograr mi formación académica, creyendo en mi capacidad en todo momento.

A Tv Norte y sus clientes, por brindarme la información necesaria para la obtención de datos para la realización de mi investigación.

A todos mis docentes, a quienes les debo en gran parte los conocimientos brindados, gracias a su paciencia y enseñanza.

La autora

## ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA EXTERNA	i
HOJA DE RESPETO	ii
CARÁTULA EXTERNA	iii
ACTA DE APROBACIÓN DE TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.1. Descripción de la realidad problemática	14
1.2. Formulación del problema	15
1.2.1. Pregunta principal	15
1.2.2. Preguntas específicas	15
1.3. Objetivo general	16
1.4. Objetivos específicos	16
1.5. Justificación e importancia	16
1.5.1. Justificación teórica-científica	16
1.5.2. Justificación práctica	17
1.5.3. Justificación académica	17
1.6. Limitaciones de la investigación	17

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes	18
2.1.1. Antecedentes Internacionales	18
2.1.2. Antecedentes Nacionales	20
2.1.3. Antecedentes Locales	22
2.2. Bases teóricas	26
2.3. Definición de términos básicos	33
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	35
3.1. Hipótesis general	35
3.2. Hipótesis específicas	35
3.3. Variables	35
3.4. Operacionalización de las variables	35
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	37
4.1. Tipo y diseño de la investigación	37
4.2. Método de investigación	37
4.3. Población y muestra	38
4.3.1. Población	38
4.3.2. Muestra	38
4.4. Unidad de análisis	38
4.5. Unidad de observación	38
4.6. Operacionalización de variables	38
4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
4.8. Técnicas para el procesamiento y análisis de información	39

CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
5.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	40
5.1.1. Competencias laborales	40
5.1.2. Calidad de servicio	45
5.2. Discusión de resultados	60
5.3. Prueba de hipótesis	68
CONCLUSIONES	69
RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS	71
APÉNDICES	73
Apéndice 1. Matriz de consistencia metodológica	74
Apéndice 2. Cuestionario de competencias laborales	75
Apéndice 3. Cuestionario de calidad de servicio	76
Apéndice 4. Valores Spearman	78

**ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1	Operacionalización de las variables	36
Tabla 2	Escala de valoración de las variables	39
Tabla 3	Pensamiento lógico	40
Tabla 4	Comunicación	41
Tabla 5	Innovación	41
Tabla 6	Productividad	42
Tabla 7	Flexibilidad	43
Tabla 8	Metas	43
Tabla 9	Conocimientos generales	44
Tabla 10	Conocimientos específicos	45
Tabla 11	Cumplimiento de lo ofrecido	46
Tabla 12	Sinceridad	46
Tabla 13	Buen servicio desde primera vez	47
Tabla 14	Servicio en tiempo prometido	48
Tabla 15	Servicio sin errores	48
Tabla 16	Cumplir plazos prometidos	49
Tabla 17	Prontitud en el servicio	50
Tabla 18	Disponibilidad para ayudar	50
Tabla 19	Disponibilidad para aclarar dudas	51
Tabla 20	Inspirar confianza	52
Tabla 21	Inspirar seguridad	52
Tabla 22	Cortesía	53

Tabla 23	Conocimiento para responder preguntas	54
Tabla 24	Horarios convenientes	54
Tabla 25	Atención personalizada	55
Tabla 26	Enfocados en el servicio	56
Tabla 27	Interés y preocupación genuina	56
Tabla 28	Compromiso con necesidades	57
Tabla 29	Atracción visual de instalaciones	58
Tabla 30	Apariencia de equipos	58
Tabla 31	Aspecto del personal	59
Tabla 32	Materiales asociados al servicio	66
Tabla 33	Coefficiente de correlación de Spearman	68

## RESUMEN

La investigación buscó determinar la relación entre las competencias laborales de los colaboradores con la calidad de servicio de TV Norte, Cajamarca 2021, que, a juzgar por los resultados las competencias laborales en un promedio del 67.33%, es calificado como "No"; mientras que la calidad de servicio en promedio ponderado de 53.02% manifiestan que "No" se llevan a cabo adecuadamente.

La investigación, es de tipo aplicada y para su desarrollo empleó el método inductivo y deductivo. Asimismo, utilizará el instrumento del cuestionario y la técnica de la encuesta que se aplicó a la población muestral de 15 colaboradores para las competencias laborales y de 50 clientes para la calidad de servicio.

Los resultados en general indican que existe relación directa y significativa entre la competencias laborales y la calidad de servicio en TV Norte, porque las competencias básicas en un promedio del 63.50% , las competencias conductuales en un promedio son calificadas en promedio del 68.50%; y las competencias funcionales en un promedio son calificadas en promedio del 70.00%; tienen respuesta a sus indicadores en promedio indican que "NO" se realizan adecuadamente, mientras que la calidad de servicio en promedio ponderado de 53.02 manifiestan que "No" se realizan adecuadamente y además porque el coeficiente Spearman tiene un valor rho de 0,856 lo que corrobora la relación de significancia indicada.

**Palabras clave: Competencias laborales, calidad de servicio, expectativas, percepciones, satisfacción.**

## ABSTRACT

The investigation sought to determine the relationship between the labor competencies of the collaborators with the quality of service of TV Norte, Cajamarca 2021, which, judging by the results of the labor competencies in an average of 67.33%, is qualified as "No"; while the quality of service in a weighted average of 53.02% state that "No" are carried out adequately.

The research is of an applied type and for its development the inductive and deductive method was used. Likewise, it will use the questionnaire instrument and the survey technique that was applied to the sample population of 15 collaborators for labor competencies and 50 clients for service quality.

The results in general indicate that there is a direct and significant relationship between job skills and the quality of service in TV Norte, because basic skills on average 63.50%, behavioral skills on average are rated on average 68.50%; and functional competencies on average are rated on average 70.00%; have an answer to their indicators, on average, they indicate that "NO" are carried out adequately, while the quality of service in a weighted average of 53.02 shows that "No" is carried out adequately and also because the Spearman coefficient has a rho value of 0.856, which corroborates the indicated significance relationship.

**Keywords: Labor competencies, quality of service, expectations, perceptions, satisfaction.**

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

Las empresas en todo contexto están buscando tener un buen desempeño en el mercado elegido para del desarrollo elegido de acuerdo al rubro al que se dediquen, para lo cual, es clave contar con personal ideal, aquel que es buena persona y buen trabajador con lo cual tanto los clientes internos como externos se ven favorecidos.

Las competencias laborales entendidas como el conjunto de habilidades, conocimientos y actitudes de los colaboradores de una organización para cumplir adecuada sus responsabilidades y encaminarse con las mayores probabilidades de eficacia organizacional. Se dice que una persona es competente cuando implementa estas tres características para la realización satisfactoria de sus tareas asignadas, evidenciando los conocimientos necesarios, actitudes correctas en el momento adecuado y aprovechamiento correcto de los recursos organizacionales. De igual modo, la calidad de servicio es una característica de excelencia que tiene que ver con el cumplimiento de las expectativas de los clientes.

A pesar de la evidente valla de estos dos constructos, las empresas aún no se concientizan de su urgente prioridad con lo cual se mejoraría sustancialmente su performance individual, grupal y empresarial y, sobre todo, se minimizarían las consecuencias negativas que esto trae consigo, como son: ineffectividad, baja productividad, baja competitividad, pérdida de posicionamiento en el mercado,

desmotivación y estrés de sus colaboradores y fundamentalmente con grave perjuicio de sus clientes.

La empresa TV Norte Cajamarca, no es ajena a esta realidad problemática, debido a que tiene un gerenciamiento empírico; es por ello que enfrenta múltiples problemas producto de esta falencia gerencial que se manifiesta en ineficiencia, baja productividad y competitividad, así como reclamaciones verbales y escritos de los clientes respecto a la atención y al servicio recibido que se ve reflejado en el libro de reclamaciones del año 2020, que perjudican a la empresa y afecta la imagen de la empresa televisiva referente de Cajamarca.

La situación se agrava todavía aún más por las consecuencias de las restricciones sociales de convivencia producto de la pandemia mundial del COVID 19, que ha complicado el desarrollo de las actividades y la prestación del servicio.

Es por este motivo que se llevó a cabo la presente investigación titulada: “Las competencias laborales y su relación con la calidad de servicio de TV Norte, Cajamarca, 2021”.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1 Pregunta principal**

¿Cuál es la relación entre las competencias laborales de los colaboradores con la calidad de servicio de TV Norte, Cajamarca 2021?

### **1.2.2. Preguntas específicas**

- ¿Cómo se relacionan las competencias básicas de los colaboradores con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021?

- ¿Cómo se relacionan competencias conductuales de los colaboradores con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021?
- ¿Cómo se relacionan las competencias funcionales de los colaboradores con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021?

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar la relación entre las competencias laborales de los colaboradores con la calidad de servicio de TV Norte, Cajamarca 2021.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar relación entre las competencias básicas de los colaboradores y la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.
- Identificar relación entre las competencias conductuales de los colaboradores y la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.
- Identificar relación entre las competencias funcionales de los colaboradores y la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.

### **1.4. Justificación**

#### **1.4.1. Justificación teórica-científica**

La investigación permitirá contribuir al incremento y precisión del conocimiento científico en cuanto a las competencias laborales y la

calidad de servicio lo cual servirá para mejorar la discusión de la comunidad científica en esta temática. Además, servirá como antecedente para similares futuras investigaciones en esta temática.

#### **1.4.2. Justificación práctica**

La investigación permitirá mejorar los procesos de trabajo para enfatizar en las competencias laborales de los colaboradores lo que redundará en la calidad de servicio tanto a los clientes internos como externos de TV Norte, cuyos resultados le servirá como base para elegir estrategias adecuadas de mejora de la calidad y con ello beneficiar tanto a los clientes internos como externos.

#### **1.4.3. Justificación académica**

La investigación permitirá afianzar mis conocimientos adquiridos en las aulas universitarias respecto a las competencias laborales y la calidad de servicio y obtener mi Título Profesional de Licenciado en Administración en la Escuela Académico Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca.

#### **1.5. Limitaciones de la investigación**

La investigación tuvo como principal limitación la recopilación de la información debido a que los colaboradores se encontrarán desarrollando sus labores y los clientes estarán ocupados en sus quehaceres. Lo primero se subsanó mediante memorándum del gerente de la empresa que se tramitó y en cuanto a lo segundo, pedido especial a los clientes para responder el cuestionario.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes del problema

##### 2.1.1.A Nivel Internacional

Pum (2018). “*Competencias laborales y evaluación del desempeño*”. Universidad Rafael Landívar de Quetzaltenango-Nicaragua, concluye que: los 22 trabajadores de Autocentro Gutierrez poseen niveles altos de las competencias específicas, por lo cual se determina la incidencia de las competencias laborales en la evaluación del desempeño del personal, se lograron identificar las competencias específicas generales de Autocentro Gutierrez, clasificándolas en cuatro unidades, que permitieron conocer la importancia de cada una de ellas, para el desarrollo de funciones de la organización, se identificaron los niveles de las competencias específicas de la organización, mediante la evaluación del desempeño y cómo se refleja en el desempeño del personal.

Carmona (2016). “*Competencias laborales para el personal empleado de una empresa manufacturera a través de la evaluación de 360°*”. Universidad Autónoma del Estado de México, concluye que: se pudo identificar las competencias en las que hay que prestar total atención para analizarlas de manera detallada, las competencias que obtuvieron menor puntaje y que hay que desarrollar son las que tienen que ver con el papel de supervisión y

coordinación de personal como lo es, liderazgo, y desarrollo de colaboradores, los puntajes fueron vistos desde diferentes perspectivas y siempre arrojaron puntajes bajos, lo cual representa esto una área de oportunidad muy importante para la organización, ya que el papel del líder es piedra angular en cualquier industria por ser el que traza la directriz para alcanzar las metas de la organización, las competencias más bajas son liderazgo y desarrollo de colaboradores, las cuales tienen que ser desarrolladas, estas competencias están 100% relacionadas con el factor humano, tema en el que la mayoría de las organizaciones no considera como importante.

Garay y Ballestas (2016) en su tesis titulada: *Evaluación de la calidad en el servicio ofrecido por los operadores de telefonía móvil en Cartagena desde la perspectiva del usuario a través del SERVPERF*; se propuso “evaluar la calidad en el servicio ofrecido por los operadores de telefonía móvil, en Cartagena, desde la perspectiva del usuario, a través de la metodología SERVPERF, durante el primer semestre del 2016” (p. 17), en una investigación descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, que se aplicó a 384 habitantes de la ciudad de Cartagena, llegando a las siguientes conclusiones: La calidad percibida en el servicio fue buena en Virgin Mobile y en Tigo, mientras que en otros operadores fue regular La satisfacción del cliente se relacionó de manera significativa con la

percepción que tienen los usuarios de cada una de las dimensiones del servicio”

### **2.1.2.A Nivel Nacional**

Velazco (2017), “*La competencia laboral y el clima organizacional de la Unidad de Prestaciones Económicas Lima Oeste del Seguro Social de Salud-ESSalud-Lima-2015*”, Universidad César Vallejo de Lima- Perú, concluye que: existe una correlación alta ( $Rho=0,738$ ) entre las variables competencia laboral y clima organizacional de los colaboradores de la Unidad de Prestaciones Económicas, existe una correlación baja ( $Rho=0,585$ ) entre las variables competencia laboral y comunicación de los colaboradores de la Unidad, existe una correlación baja ( $Rho=0,508$ ) entre las variables competencia laboral y motivación de los colaboradores de la Unidad, existe una correlación baja ( $Rho= 0,449$ ) entre las variables competencia laboral y toma de decisiones de los colaboradores de la Unidad de Prestaciones Económicas Lima Oeste del Seguro Social de Salud–EsSalud.

Flores (2018), “*La competencia laboral y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Lamas, periodo 2017*”, Universidad César Vallejo de Lima- Perú, concluye que: la competencia laboral y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Lamas tienen una relación porque, el coeficiente de correlación es de 0.725, lo cual indica que existe una relación directa y

significativa, el nivel de competencia laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Lamas es predominantemente regular con 78%; debido a que las características requeridas por puesto, se encuentran en un nivel promedio bajo, el nivel de competencia laboral de los profesionales de la Municipalidad Provincial de Lamas es regular con 62%, mientras que los técnicos se encuentran en un nivel de competencia laboral bajo con 80%, y por su parte, la competencia laboral de la mayoría de los auxiliares, se encuentran en nivel malo, con 53%.

Espinoza (2018), “*Calidad de servicio de televisión por cable en la ciudad de Huancavelica, 2018*”, Universidad Inca Garcilaso de la Vega de Lima-Perú, concluye que: la fiabilidad es baja con el servicio de television por cable en 7 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, lo cual es significativo ( $p < 0.05$ ); la capacidad de respuesta es baja con el servicio de television por cable en 7 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, siendo significativo ( $p < 0.05$ ); la certidumbre es baja con el servicio de television por cable en 7 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, lo que es significativo ( $p < 0.05$ ); la empatía es baja con el servicio de television por cable en 7 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, siendo esto significativo ( $p < 0.05$ ); los elementos tangibles limitan el servicio de televisión por cable en 6 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, lo cual es significativo ( $p < 0.05$ ) y La calidad en el servicio de televisión por cable es baja en 8 de cada 10 usuarios

de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, lo que es significativo ( $p < 0.05$ ). Telefónica del Perú provee baja calidad a 9 de cada 10 clientes, Cable Red Huancavelica a 8 de cada 10, DirecTV a 7 de cada 10 y América Móvil Perú a 6 de cada 10 clientes

### **2.1.3.A Nivel Local**

Chilón y Vargas (2018). *Gestión de recursos humanos y calidad de servicio del Centro Recreacional Pultamarca de la Municipalidad de los Baños del Inca, Cajamarca*. Universidad César Vallejo filial Cajamarca, concluye: el grado de desarrollo de la gestión de recursos humanos de los trabajadores del Centro Recreacional Pultamarca de la Municipalidad de los Baños del Inca tiene un nivel bajo, que requiere ser optimizado para mejorar la calidad del servicio prestado, para lo cual se debe mejorar los aspectos relacionados a: el clima laboral, la perspectiva de desarrollo profesional, las condiciones de trabajo y el reconocimiento. La mejora en la implementación y el desarrollo de estos factores permitirán tener un mayor nivel de gestión en los recursos humanos y por ende mejorar la calidad del servicio prestado. La calidad de servicio brindado por los trabajadores del Centro Recreacional Pultamarca de la Municipalidad de los Baños del Inca es deficiente y por tanto, necesita ser fortalecida en diferentes aspectos, tales como: la fiabilidad y seguridad, la capacidad de respuesta, la empatía y la tangibilidad, por lo que se debe tomar la debida importancia y mejorarlos para poder ofrecer un mejor servicio, la gestión de recursos humanos tiene incidencia en la calidad del servicio del Centro Recreacional Pultamarca de

la Municipalidad de los Baños del Inca, que al ser inadecuada repercute en contra del Centro Recreacional y de los usuarios.

Alvarez (2019). *Calidad de servicio y su incidencia en la lealtad del cliente de la empresa Grupo Multiservis S.R.L. de la ciudad de, Cajamarca.*

Universidad Privada del Norte Cajamarca, concluye: que existe una relación directa entre la calidad de servicio y la lealtad de los clientes de la empresa Grupo Multiservis S.R.L, que influye de forma positiva. Lo que indica que mientras mejor sea la calidad de servicio, mayor será la lealtad del cliente; la calidad del servicio que brinda la empresa Grupo Multiservis S.R.L de la ciudad de Cajamarca a los clientes es alta (72,99%,) y cada dimensión presento los siguientes resultados: Tangibles, referente al entorno de servicio eficaz (Equipos instalaciones y personas) obtuvo un nivel del 76.86% siendo la dimensión de la calidad de servicio con mejor resultado, La Accesibilidad referida a la claridad, oportunidad y personalización del servicio alcanzo 72.67%, así mismo Fiabilidad obtuvo un 74.71%, esta dimensión está ligada a la exactitud y capacidad de respuesta en el servicio y Precio 73.14% ; por otro lado las dimensiones más bajas fueron efectividad y seguridad 69.71%, en relación a una debilidad en los tiempos de espera y Portafolio de servicios 68.43%, que manifiesta un desconocimiento de la oferta de servicios y un descontento en los niveles de innovación. S.R.L de la ciudad de Cajamarca y se determinó un nivel de correlación Pearson  $R= 0.66$  lo que permite afirmar que existe una moderada

correlación positiva entre el la calidad de servicio y la lealtad del cliente de la empresa Grupo Multiservis S.R.L.

Bazán (2021). *Competencias Laborales y calidad de servicio de la Pollería Real Chicken, 2021*. Universidad Privada del Norte Cajamarca, concluye: que las competencias laborales en la pollería; se ubica en un nivel regular, esto significa que no se ha mejorado en forma significativa las competencias laborales que poseían los colaboradores, realizando por lo tanto un trabajo rutinario, carentes de motivación y propósito, aspecto que es percibido por los clientes, el desarrollo de la Calidad del servicio en la pollería, se ubica en el nivel regular, esto quiere decir que mayoritariamente los colaboradores poseen limitada capacidad de empatía y nivel de respuesta, además falta mejorar la cortesía y tiempo de espera, así como la atención personalizada a las personas que acuden a la Pollería, las competencias laborales intelectuales están en relación con la calidad de servicio de la pollería, puesto que es de suma importancia para la empresa y para cada colaborador, porque es aquí en donde se podrán solucionar los problemas que existan, también tomar decisiones y hacer uso de la creatividad para que de esa manera el servicio brindado percibido por los clientes sea mucho mejor, las competencias laborales personales tiene relación con la calidad de servicio de la pollería, teniendo una relación positiva alta, puesto que es aquí donde se evidencia la importancia que tienen los trabajadores, teniendo en cuenta las capacidades y destrezas asociadas con la inteligencia emocional, ser una persona resiliente y emprendedora lo cual ha generado que la calidad del

servicio sea cada vez mejor y los clientes se encuentren conformes con el servicio que se les brinda, la dimensión competencias laborales interpersonales, está en relación con la calidad de servicio de la pollería, obteniendo relación alta positiva, demostrando que la calidad de atención brindada al cliente se aprecia desde el trato cordial que se le da a la persona desde el ingreso al establecimiento, su permanencia y salida, dando como resultado que el cliente querrá regresar puesto que se le brindo una buena atención, la dimensión competencias laborales organizacionales, está en relación con la calidad de servicio de la pollería, teniendo un nivel de relación moderada, existiendo deficiencia en cuanto al régimen administrativo y sobre todo la orientación del servicio brindado que deben recibir los clientes, lo cual se ve reflejado en la elección adecuada y el agrado que el cliente tiene con el servicio y atención que se le brinda, finalmente, la última dimensión, las competencias laborales tecnológicas está en relación con la calidad de servicio de la pollería, teniendo una relación alta, esto significa que fue muy importante capacitar a todo el personal de dicha empresa, en el uso y manejo de herramientas informáticas, esto también se vio reflejado en la atención que tuvieron hacia el cliente, usando la tecnología adecuada sobre todo en el servicio a delivery, y las medidas de bioseguridad que tuvieron en cuenta tanto en el establecimiento como en la repartición a los hogares.

## **2.2. Bases teóricas**

En este acápite se describen teorías científicas que se ocupan de las variables de estudio

### **2.2.1. Teoría científica sobre competencias laborales**

#### **A. Modelo por competencias laborales de Martha Allens**

Hellriegel (2014), citando a Martha Allens señala que las competencias laborales son los conocimientos, actitudes y habilidades interrelacionadas con las que cuenta una persona para responder ante un reto o responsabilidad en el área laboral. Dentro de las empresas los retos pueden ser diversos y complicado, sin embargo, un modelo por competencias laborales permite crear un plan estructurado y adecuado a las necesidades organizacionales, para lograr un Desarrollo Organizacional exitoso con base en las competencias ideales.

#### **¿Por qué es valioso?**

"Lo que no se ha medido no se puede mejorar". El valor del modelo por competencias está en lograr identificar, medir y desarrollar las competencias en tu recurso humano para lograr el efectivo cumplimiento de las tácticas y estrategias derivadas de los objetivos empresariales.

#### **¿Cómo entrega el valor?**

Recursos humanos, es capaz de planificar e implementar planes de acción integrales y eficientes para desarrollar el óptimo potencial de los colaboradores y puestos clave.

En fin, la metodología del modelo por competencias laborales permite resolver los siguientes retos:

- Alineación entre la estrategia de negocios y la capacidad organizacional.
- Procesos de recursos humanos sin un hilo conductor de competencias de negocios.
- Decisiones de talento con diferentes criterios (reclutamiento, selección y promociones) de competencias de negocio.
- ADN organizacional alineado a la Misión, Visión y Cultura organizacional.

Con un modelo de competencias permite lograr:

- Identificar las habilidades pertinentes para todas las áreas de la empresa, que aseguren el cumplimiento de su estrategia.
- Identificar la calidad y cantidad de líderes que se requieren para ejecutar la estrategia.
- Determinar la evaluación y desarrollo de los colaboradores en las habilidades correctas.
- Facilita la definición de perfiles estratégicos de la empresa.

## **2.2.2. Teoría de la calidad de servicio**

### **A. Teoría de la calidad de Jan Carlzon**

Danton (2011), citando a Jan Carlzon (1991 p. 15), refiere que es uno de los especialistas en calidad más importantes en el área de servicios en la actualidad, es el creador del concepto "Momentos de la Verdad", a partir del cual desarrolló un programa de administración de la calidad para empresas de servicios.

Los momentos de la verdad son intervalos de tiempo que pueden durar tan solo 5 segundos, en los cuales los empleados de una organización tienen contacto con sus clientes para prestar un servicio. En esos momentos la empresa se pone a prueba, pues su imagen depende de la capacidad del empleado para dejar satisfechos al cliente y causarle una grata impresión.

Sus estrategias de calidad consisten en apoyar y hacer de la persona que se encuentra en contacto directo con el cliente, la más poderosa de la organización, para así poderle dar autoridad de pasar por encima de políticas y reglas internas con tal de lograr la satisfacción del cliente. A esto Carlzon lo llama *"la pirámide organizacional invertida"*.

La empresa confía en que el empleado logrará causarle una buena impresión al cliente. Toda la empresa se pone en riesgo y depende de las habilidades que tenga el empleado para con el cliente.

La estrategia de la calidad de Carlzon trata de documentar todos los pasos que el cliente debe seguir para recibir el servicio.

Una persona sin información no es capaz de asumir responsabilidades. Una persona con información tal vez no sea de gran ayuda, pero sirve para asumir responsabilidades.

No importa qué tan grande o importante sea la empresa, todo dependerá de la forma en que el empleado que se encuentra frente al cliente actúe, ya sea libre, o con carisma, o todo lo contrario.

Según Carlzon (1991 p. 19), es necesario que todos los empleados sientan que son muy importantes dentro de la empresa. Se considera a la

motivación una pieza fundamental para lograr la calidad a través de la gente.

Si damos libertades a otras personas para tomar decisiones, saldrán a flote recursos en las personas que nunca hubiéramos conocido y siempre estarían ocultos.

Una de las grandes enseñanzas de Carlzon (1991 p. 28), que debemos tener en cuenta por su total vigencia es:

*A los clientes debemos de tratarlos de una forma distinta, por que a nadie le gusta ser tratado como uno más, sino como alguien distinto, un cliente único diferente a todos los demás. El empleado que se encuentre en algún mostrador, deberá de olvidarse de las políticas de que todos los clientes son iguales, porque él mejor que nadie sabrá que cada uno es distinto y tienen distintas necesidades.*

### **2.2.3. Competencias laborales**

#### **A. Definición**

Hernández (2016), señala que son las aquellas nociones relacionadas con los conocimientos, habilidades y actitudes que tiene un colaborador para ejecutar sus funciones asignadas por la organización.

Hellriegel (2014), señala que las competencias laborales consisten tener los conocimientos y las habilidades para responder satisfactoriamente la demanda de una tarea o actividad, cumpliendo los objetivos organizacionales.

## **B. Dimensiones**

Danton (2014), considera a las siguientes dimensiones:

### **Dimensión 1: Competencias Básicas**

Son aquellas que son adquiridas a una edad temprana y están relacionadas con el pensamiento lógico-matemático y con la comunicación. Estas son esenciales para que los individuos puedan tener un aprendizaje constante y poder realizar distintas actividades en los diferentes contextos en que se encuentran.

Sus Indicadores son: Pensamiento lógico, comunicación

### **Dimensión 2: Competencias Conductuales**

Son todas aquellas que permiten determinar las metas y prioridades de una actividad tomando en cuenta los tiempos y recursos requeridos, las cuales pueden ser la innovación, la productividad, flexibilidad, entre otras

Sus indicadores son: innovación, productividad, flexibilidad, metas, prioridades.

### **Dimensión 3: Competencias Funcionales**

Se refiere a los conocimientos teóricos y técnicos específicos necesarios para desarrollar una determinada actividad laboral. Por lo tanto, cambian en función de la ocupación: cada una exige competencias técnicas diferentes.

Sus indicadores son: conocimientos generales, y conocimientos técnicos específicos.

Las competencias básicas, Conductuales y Funcionales son desarrolladas mediante de actividades de aprendizaje que pueden ser a través de la educación formal o capacitaciones en especialidades, y mediante diversas formas de aprendizaje no formal como capacitación laborales, autoaprendizaje en línea, etc.) o informal como el aprendizaje empírico.

#### **2.2.4. Calidad de servicio**

##### **A. Definición**

Danton (2014), lo describe como el grado en que se atienden o no las expectativas de los clientes, supone incluir factores subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio. Existen muchos Métodos para medir pero el que se utilizará en la investigación es el modelo SERVQUAL

##### **B. Dimensiones**

Danton (2014), describe a las siguientes dimensiones:

###### **Dimensión 1: Fiabilidad**

Es la habilidad de la empresa o negocio de prestar el servicio con buen desempeño y exactitudes.

Sus indicadores son: cumplimiento, Sinceridad, realizar un buen servicio desde la primera vez, brindar servicio en tiempo prometido y servicio sin errores.

###### **Dimensión 2: Capacidad de respuesta**

Es la disposición que existe para atender a las personas y la velocidad para lograrlo.

Sus indicadores son: cumplir plazos prometidos, Prontitud en el servicio, Disponibilidad para ayudar siempre y disposición para aclarar dudas.

### **Dimensión 3: Seguridad**

En este rubro es donde brillan las personas que son parte del equipo que tiene contacto con los clientes actuales y potenciales, porque la seguridad se compone de las características que le dan confianza a la gente que se acerca a una organización.

Sus indicadores son: Inspirar confianza, Inspirar seguridad, Cortesía y conocimiento para responder preguntas.

### **Dimensión 4: Empatía**

Se refiere al nivel de atención personalizada que se les puede dar a los clientes.

Sus indicadores son: Horarios convenientes, atención personalizada, Enfocados en el servicio, Interés y preocupación genuina y compromiso de necesidades.

### **Dimensión 5: Elementos tangibles**

Se refiere a lo que las personas perciben del servicio que están por recibir, como el mobiliario, dispositivos o lo que se les ofrece durante sus visitas.

Sus indicadores son: Atracción visual de instalaciones físicas, Apariencia de equipos, aspecto del personal y materiales asociados al servicio.

### 2.2.5. TV Norte Cajamarca

TV Norte es una empresa televisiva, cuyo trabajo se enfoca únicamente en brindar servicios de telecomunicaciones (Audiovisuales), con programación de calidad que se transmite diariamente, orientada a impulsar la diversidad y riqueza cultural, artística, científica de la región Cajamarca a través de la producción y emisión de espacios televisivos, además de la información que se emite sobre el acontecer y la problemática local que contribuya al desarrollo de la sociedad.

- Razón social: Compañía Nor Andina De Telecomunicaciones S.A.
- RUC: 20232568195
- Dirección: Av. Los Incas-Comp. Qapac Ñan N°. S/N Cajamarca
- Teléfono: 076-364521
- Actividad comercial: Programación y transmisiones de Televisión
- CIU: 92136

### 2.3. Definición de términos básicos

- **Actitudes**  
Tendencia a comportarse ante algo. Puede ser positiva o negativa. Se refleja en un comportamiento. Hellriegel (2009)
- **Calidad**  
Se refiere a una cualidad o característica especial de algo o alguien. Danton (2011)
- **Competitividad**  
Se refiere a la capacidad de generar la mayor satisfacción de los clientes. D'Alessio (2012)
- **Conducta**

Es la actuación de un sujeto frente a determinados estímulos internos o externos Alles (2013)

- **Eficacia**

Se refiere al logro de los objetivos planeados por un organismo social. Chiavenato (2016)

- **Expectativas**

Es lo que una persona espera recibir y que está marcada por su deseo personal de acuerdo a lo que comunicaron o piensa. Danton (2015)

- **Gestión**

Conjunto de acciones que emprende una organización para ligar sus objetivos. Hellriegel (2009)

- **Habilidades**

Capacidad de una persona para desempeñarse bien. Chiavenato (2016)

- **Satisfacción**

Sentimiento complasencia que tiene una persona cuando se ha satisfecho sus necesidades. Danton (2011)

## **CAPÍTULO III**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **3.1. Hipótesis general**

Las competencias laborales de los colaboradores se relacionan directamente con la calidad de servicio de TV Norte, Cajamarca 2021.

#### **3.2. Hipótesis específicas**

- Las competencias básicas de los colaboradores se relacionan directamente con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.
- Las competencias conductuales de los colaboradores se relacionan directamente con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.
- Las competencias funcionales de los colaboradores se relacionan directamente con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.

#### **3.3. Variables**

Variable X:

Competencias laborales

Variable Y:

Calidad de servicio.

#### **3.4. Operacionalización de las variables**

**Tabla 1**  
*Operacionalización de la variables*

<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Instrumentos</b>	
Competencias laborales	Conjunto de características de un trabajador que le permiten desempeñar correctamente sus tareas en su centro laboral. Hellriegel (2014)	Aspectos personales de los trabajadores para el desarrollo de tareas y para el logro de los objetivos organizacionales.	Competencias básicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pensamiento lógico</li> <li>▪ Comunicación</li> <li>▪ Innovación</li> </ul>		
			Competencias conductuales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Productividad</li> <li>▪ Flexibilidad</li> <li>▪ Metas</li> </ul>		
Calidad de servicio	Entendida esta como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente. D'Alessio (2012)	Característica de excelencia en atención a la satisfacción de las necesidades de los clientes.	Competencias funcionales	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimientos generales</li> <li>▪ Conocimientos específicos</li> <li>▪ Cumplimiento</li> </ul>	Instrumento: Cuestionario	
			Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sinceridad</li> <li>▪ Realizar un buen servicio desde primera vez</li> <li>▪ Brindar servicio en tiempo prometido</li> <li>▪ Brindar servicio si errores</li> <li>▪ Prontitud en el servicio</li> </ul>		
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Disponibilidad para ayudar siempre</li> <li>▪ Disposición para aclarar dudas</li> <li>▪ Inspirar confianza</li> <li>▪ Inspirar seguridad</li> </ul>		Técnica: Encuesta
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocimientos para responder preguntas</li> <li>▪ Horarios convenientes</li> <li>▪ Atención personalizada</li> <li>▪ Enfocados en el servicio</li> <li>▪ Interés y preocupación genuina</li> <li>▪ Compromiso de necesidades</li> </ul>		
			Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atracción visual de instalaciones físicas</li> <li>▪ Apariencia de equipos</li> <li>▪ Aspecto del personal</li> <li>▪ Materiales asociados al servicio</li> </ul>		

## **CAPÍTULO IV**

### **METODOLOGÍA**

#### **4.1. Tipo y nivel de investigación**

##### **4.1.1 Tipo de investigación**

El tipo de investigación es de tipología aplicada porque se aplica en una realidad concreta utilizando conocimientos teóricos existentes sobre las competencias laborales y la calidad de servicio, en este caso la empresa TV Norte de Cajamarca. Hernández, y Mendoza (2018)

##### **4.1.2 Nivel de investigación**

La investigación es de nivel descriptiva y correlacional.

Descriptiva, porque se realizó un análisis de las competencias laborales y la calidad de servicio en la empresa TV Norte de Cajamarca, en el año 2021.

Correlacional, porque se buscó identificar la correlación entre las variables. Hernández, y Mendoza (2018)

#### **4.2. Diseño de la investigación**

La investigación es de diseño no experimental y de corte transversal. Hernández, y Mendoza (2018)

No experimental, porque no se manipularon los datos recopilados en la empresa TV Norte de Cajamarca, solo analizaron e interpretaron en función de los objetivos en su contexto natural.

Transversal porque el estudio se realizó en un momento determinado del tiempo, en este caso en el año 2021.

#### **4.3. Población de estudio**

La población de estudio está conformada por 15 colaboradores para las competencias laborales (extraído de archivos de administración de la empresa) y por los 100 clientes de TV Norte de Cajamarca (extraído de archivos de la administración de la empresa).

#### **4.4. Tamaño de la muestra**

La muestra debido a que la población es pequeña, para las competencias laborales es no probabilística y está conformada por los 15 colaboradores de la empresa TV Norte de Cajamarca.

Mientras que para la calidad de servicio también es no probabilística por conveniencia y son 50 clientes que se eligieron al azar.

#### **4.5. Unidad de análisis**

La investigación tiene como unidad de análisis a TV Norte de Cajamarca.

#### **4.6. Unidad de observación**

La investigación tiene como unidad de observación son los trabajadores y clientes de la empresa TV Norte de Cajamarca.

#### **4.7. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

Para la recolección se empleó el método inductivo y deductivo, ya que en base a las teorías científicas relacionadas con las variables; se construyó el marco teórico que le dio sustento a la investigación la misma que se aplicará a la empresa TV Norte de Cajamarca.

Instrumento : Cuestionario

Técnica : Encuestas

#### 4.8. Técnicas de procesamiento de la información

La investigación procesó la información recopilada manualmente a través del Microsoft Excel con el que se elaboró las tablas y figuras relacionada con los indicadores explorados mediante las encuestas aplicadas a la muestra de estudio. El análisis e interpretación se realizó por cada ítem representado en las tablas y figuras, en función de las variables de la investigación.

El análisis e interpretación se realizó tomando en cuenta la siguiente escala de valoración:

La valoración para ambas variables se analizó siguiendo los rangos de calificación de la siguiente tabla:

**Tabla 2.**

*Escala de valoración para ambas variables*

<b>Mala</b>	<b>Regular</b>	<b>Buena</b>
No	<b>A veces</b>	<b>Si</b>
1	<b>2</b>	<b>3</b>
1%– 35%	36% - 70%	71% – 100%

La discusión se llevó a cabo relacionando los resultados tanto de las competencias laborales y la calidad de servicio que emitan los colaboradores de TV Norte de Cajamarca.

## CAPÍTULO V

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 5.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

##### 5.1.1. Competencias laborales

Para estudiar esta variable se aplicó una encuesta dirigida a los colaboradores para indagar sobre el uso de sus competencias en el trabajo en TV Norte de Cajamarca, con los siguientes resultados:

##### A. Competencias básicas

**Tabla 3**  
*Pensamiento lógico*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	13
A veces	3	20
No	10	67
Total	15	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

##### **Interpretación**

De los 15 colaboradores encuestados, ante la pregunta que si aplica el pensamiento lógico en sus actividades diarias; el 67% manifiestan que "NO", mientras que el 20% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar las competencias laborales de pensamiento lógico de los colaboradores y revertir los efectos negativos que trae consigo en el desarrollo del trabajo.

**Tabla 4**  
*Comunicación*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	13
A veces	4	27
No	9	60
Total	15	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 15 colaboradores encuestados, ante la pregunta que si aplica adecuadamente la comunicación en sus actividades diarias; el 60% manifiestan que "NO", mientras que el 27% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar las competencias laborales de comunicación de los colaboradores y revertir los efectos negativos que trae consigo en el desarrollo del trabajo.

## **B. Competencias conductuales**

**Tabla 5**  
*Innovación*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	1	7
A veces	3	20
No	11	73
Total	15	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 15 colaboradores encuestados, ante la pregunta que si aplica la innovación en sus actividades diarias; el 73% manifiestan que "NO", mientras que el 20% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar las competencias laborales de innovación de los colaboradores y revertir los efectos negativos que trae consigo en el desarrollo del trabajo.

**Tabla 6**  
*Productividad*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	1	5
A veces	4	27
No	10	67
Total	15	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 15 colaboradores encuestados, ante la pregunta que si preocupan por la productividad en sus actividades diarias; el 67% manifiestan que "NO", mientras que el 27% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar las competencias laborales de respecto a la productividad de los colaboradores y revertir los efectos negativos que trae consigo en el desarrollo del trabajo.

**Tabla 7**  
*Flexibilidad*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	1	7
A veces	4	27
No	10	67
Total	15	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 15 colaboradores encuestados, ante la pregunta que si aplica la flexibilidad en el desarrollo de sus actividades diarias; el 67% manifiestan que "NO", mientras que el 27% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar las competencias laborales de respecto a la flexibilidad de los colaboradores y revertir los efectos negativos que trae consigo en el desarrollo del trabajo.

**Tabla 8**  
*Metas*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	13
A veces	3	20
No	10	67
Total	15	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 15 colaboradores encuestados, ante la pregunta que si preocupan por cumplir las metas en sus actividades diarias; el 67% manifiestan que "NO", mientras que el 20% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar las competencias laborales de respecto al cumplimiento de las metas de los colaboradores y revertir los efectos negativos que trae consigo en el desarrollo del trabajo.

### **C. Competencias funcionales**

**Tabla 9**  
*Conocimientos generales*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	13
A veces	3	20
No	10	67
Total	15	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 15 colaboradores encuestados, ante la pregunta que si aplican sus conocimientos generales en sus actividades diarias; el 67% manifiestan que "NO", mientras que el 20% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar las competencias laborales de respecto a la aplicación de los conocimientos generales de los colaboradores y revertir los efectos negativos que trae consigo en el desarrollo del trabajo.

**Tabla 10**  
*Conocimientos específicos*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	1	7
A veces	3	20
No	11	73
Total	15	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 15 colaboradores encuestados, ante la pregunta que si aplican sus conocimientos específicos en sus actividades diarias; el 67% manifiestan que "NO", mientras que el 20% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar las competencias laborales de respecto a la aplicación de los conocimientos específicos de los colaboradores y revertir los efectos negativos que trae consigo en el desarrollo del trabajo.

#### **5.1.2. Calidad de servicio**

Para estudiar esta variable se aplicó una encuesta dirigida a 50 clientes elegidos al azar por conveniencia para indagar sobre la calidad de servicio de TV Norte de Cajamarca, con los siguientes resultados:

## A. Fiabilidad

**Tabla 11**  
*Cumplimento según lo ofrecido*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	4	8
A veces	18	36
No	28	56
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### Interpretación

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte, cumple lo prometido según lo ofrecido; el 56%; manifestó que "NO", mientras que el 36% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la fiabilidad.

**Tabla 12**  
*Sinceridad*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	4	8
A veces	20	40
No	26	52
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte denota sinceridad en la prestación del servicio; el 52%; manifestó que "NO", mientras que el 40% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la fiabilidad.

**Tabla 13**

*Buen servicio a la primera vez*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
A veces	20	40
No	28	56
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte presta un buen servicio desde la primera vez; el 56%; manifestó que "NO", mientras que el 40% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la fiabilidad.

**Tabla 14**  
*Servicio en tiempo prometido*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
A veces	20	40
No	28	56
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte cumple con el servicio en el tiempo prometido; el 56%; manifestó que "NO", mientras que el 40% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a los clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la fiabilidad.

**Tabla 15**  
*Servicio sin errores*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
A veces	21	42
No	27	54
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### Interpretación

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte presta el servicio sin errores; el 54%; manifestó que "NO", mientras que el 42% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la fiabilidad.

### B. Capacidad de respuesta

**Tabla 16**

*Cumplir plazos prometidos*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
A veces	21	42
No	27	54
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### Interpretación

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte cumple los plazos prometidos; el 54%; manifestó que "NO", mientras que el 42% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la capacidad de respuesta.

**Tabla 17**  
*Prontitud en el servicio*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
A veces	20	40
No	28	56
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte se esmera por la prontitud en el servicio; el 56%; manifestó que "NO", mientras que el 40% señalan que " a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la capacidad de respuesta.

**Tabla 18**  
*Disponibilidad para ayudar*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
Veces	20	40
No	28	56
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte disponibilidad para ayudar en el servicio; el 56%; manifestó que "NO", mientras que el 40% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la capacidad de respuesta.

**Tabla 19**

*Disposición para aclarar dudas*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
A veces	20	40
No	28	56
Total	50	100

Fuente. Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte disponibilidad para aclarar dudas del servicio; el 56%; manifestó que "NO", mientras que el 40% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la capacidad de respuesta.

## C. Seguridad

**Tabla 20**  
*Inspirar confianza*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
A veces	21	42
No	27	54
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### Interpretación

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte el personal inspira confianza; el 54%; manifestó que "NO", mientras que el 42% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la Seguridad.

**Tabla 21**  
*Inspirar seguridad*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
No sabe/ No opina	21	42
No	27	54
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte el personal inspira seguridad; el 54%; manifestó que "NO", mientras que el 42% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la Seguridad.

**Tabla 22**

*Cortesía*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
No sabe/ No opina	21	42
No	27	54
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte el personal es cortés; el 54%; manifestó que "NO", mientras que el 42% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a los clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la Seguridad.

**Tabla 23***Conocimiento para responder preguntas*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	2	4
No sabe/ No opina	21	42
No	27	54
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte el personal demuestra conocimiento para responder preguntas; el 54%; manifestó que "NO", mientras que el 42% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la Seguridad.

### **D. Empatía**

**Tabla 24***Horarios convenientes*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	4	8
No sabe/ No opina	19	38
No	27	54
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte tiene horarios convenientes para atender a los clientes; el 54%; manifestó que "NO", mientras que el 38% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la Empatía.

**Tabla 25**  
*Atención personalizada*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	6
No sabe/ No opina	22	44
No	25	50
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte, tiene atención personalizada a los clientes; el 50%; manifestó que "NO", mientras que el 44% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la Empatía.

**Tabla 26**  
*Enfocados en el servicio*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	6
No sabe/ No opina	22	44
No	25	50
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte, se enfoca en el servicio a los clientes; el 50%; manifestó que "NO", mientras que el 44% señalan que " a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la Empatía.

**Tabla 27**  
*Interés y preocupación genuina*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	6
No sabe/ No opina	22	44
No	25	50
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte, tiene preocupación genuina en los clientes; el 50%; manifestó que "NO", mientras que el 44% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la Empatía.

### **Tabla 28**

*Compromiso con las necesidades con el cliente*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	6
No sabe/ No opina	22	44
No	25	50
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte, tiene compromiso con las necesidades del cliente; el 50%; manifestó que "NO", mientras que el 44% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la Empatía.

## E. Elementos tangibles

**Tabla 29**

*Atracción visual de instalaciones*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	6
No sabe/ No opina	22	44
No	25	50
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### Interpretación

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que si TV Norte, tiene atracción visual de sus instalaciones para prestar el servicio; el 50%; manifestó que "NO", mientras que el 44% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la tangibilidad.

**Tabla 30**

*Apariencia de los equipos*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	6
No sabe/ No opina	22	44
No	25	50
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que, si TV Norte tiene, buena apariencia para prestar el servicio; el 50%; manifestó que "NO", mientras que el 44% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a os clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la tangibilidad.

**Tabla 31**  
*Aspecto del personal*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	6
No sabe/ No opina	22	44
No	25	50
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que, si el personal de TV Norte tiene, buena apariencia para prestar el servicio; el 50%; manifestó que "NO", mientras que el 44% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a los clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la tangibilidad.

**Tabla 32**  
*Materiales asociados al servicio*

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	6
No sabe/ No opina	22	44
No	25	50
Total	50	100

Nota. Tomado de las encuestas aplicadas.

### **Interpretación**

De los 50 clientes encuestados, ante la pregunta que, si el material asociado al servicio en TV Norte tiene, buena apariencia para prestar el servicio; el 50%; manifestó que "NO", mientras que el 44% señalan que "a veces".

Esta situación debe corregirse para mejorar la calidad de servicio a los clientes y revertir los efectos negativos que trae consigo para la imagen de la empresa en cuanto a la tangibilidad.

## **5.2. Discusión de resultados**

La investigación buscó determinar la relación entre las competencias laborales de los colaboradores con la calidad de servicio de TV Norte, Cajamarca 2021, que, a juzgar por los resultados las competencias laborales en un promedio del 67.33%, es calificado como "No"; mientras que la calidad de servicio en promedio ponderado de 53.02% manifiestan que "No" se llevan a cabo adecuadamente.

Los resultados coinciden con los resultados de la tesis de Pum (2018). *“Competencias laborales y evaluación del desempeño”*. Universidad Rafael Landívar de Quetzaltenango-Nicaragua, concluye que: los 22 trabajadores de

Autocentro Gutierrez poseen niveles altos de las competencias específicas, por lo cual se determina la incidencia de las competencias laborales en la evaluación del desempeño del personal, se lograron identificar las competencias específicas generales de Autocentro Gutierrez, clasificándolas en cuatro unidades, que permitieron conocer la importancia de cada una de ellas, para el desarrollo de funciones de la organización, se identificaron los niveles de las competencias específicas de la organización, mediante la evaluación del desempeño y cómo se refleja en el desempeño del personal.

Asimismo, con los resultados de la tesis de Carmona (2016). *“Competencias laborales para el personal empleado de una empresa manufacturera a través de la evaluación de 360°”*. Universidad Autónoma del Estado de México, concluye que: se pudo identificar las competencias en las que hay que prestar total atención para analizarlas de manera detallada, las competencias que obtuvieron menor puntaje y que hay que desarrollar son las que tienen que ver con el papel de supervisión y coordinación de personal como lo es, liderazgo, y desarrollo de colaboradores, los puntajes fueron vistos desde diferentes perspectivas y siempre arrojaron puntajes bajos, lo cual representa esto una área de oportunidad muy importante para la organización, ya que el papel del líder es piedra angular en cualquier industria por ser el que traza la directriz para alcanzar las metas de la organización, las competencias más bajas son liderazgo y desarrollo de colaboradores, las cuales tienen que ser desarrolladas, estas competencias están 100% relacionadas con el factor humano, tema en el que la mayoría de las organizaciones no considera como importante.

También con los resultados de la tesis de Garay y Ballestas (2016) en su tesis titulada: *Evaluación de la calidad en el servicio ofrecido por los operadores de telefonía móvil en Cartagena desde la perspectiva del usuario a través del SERVPERF*; se propuso “evaluar la calidad en el servicio ofrecido por los operadores de telefonía móvil, en Cartagena, desde la perspectiva del usuario, a través de la metodología SERVPERF, durante el primer semestre del 2016” (p. 17), en una investigación descriptiva, de diseño no experimental y de corte transversal, utilizando la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, que se aplicó a 384 habitantes de la ciudad de Cartagena, llegando a las siguientes conclusiones: La calidad percibida en el servicio fue buena en Virgin Mobile y en Tigo, mientras que en otros operadores fue regular La satisfacción del cliente se relacionó de manera significativa con la percepción que tienen los usuarios de cada una de las dimensiones del servicio”

De igual modo con la tesis de Velazco (2017), “*La competencia laboral y el clima organizacional de la Unidad de Prestaciones Económicas Lima Oeste del Seguro Social de Salud-ESSalud-Lima-2015*”, Universidad César Vallejo de Lima- Perú, concluye que: existe una correlación alta ( $Rho=0,738$ ) entre las variables competencia laboral y clima organizacional de los Colaboradores de la Unidad de Prestaciones Económicas, existe una correlación baja ( $Rho=0,585$ ) entre las variables competencia laboral y comunicación de los Colaboradores de la Unidad, existe una correlación baja ( $Rho=0,508$ ) entre las variables competencia laboral y motivación de los Colaboradores de la Unidad, existe una

correlación baja ( $Rho = 0,449$ ) entre las variables competencia laboral y toma de decisiones de los Colaboradores de la Unidad de Prestaciones Económicas Lima Oeste del Seguro Social de Salud– EsSalud.

Asimismo, con la tesis de Flores (2018), “*La competencia laboral y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Lamas, periodo 2017*”, Universidad César Vallejo de Lima- Perú, concluye que: la competencia laboral y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Lamas tienen una relación porque, el coeficiente de correlación es de 0.725, lo cual indica que existe una relación directa y significativa, el nivel de competencia laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Lamas es predominantemente regular con 78%; debido a que las características requeridas por puesto, se encuentran en un nivel promedio bajo, el nivel de competencia laboral de los profesionales de la Municipalidad Provincial de Lamas es regular con 62%, mientras que los técnicos se encuentran en un nivel de competencia laboral bajo con 80%, y por su parte, la competencia laboral de la mayoría de los auxiliares, se encuentran en nivel malo, con 53%.

Asimismo con los resultados de la tesis de Espinoza (2018), “*Calidad de servicio de televisión por cable en la ciudad de Huancavelica, 2018*”, Universidad Inca Garcilaso de la Vega de Lima- Perú, concluye que: La fiabilidad es baja con el servicio de television por cable en 7 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, lo cual es significativo ( $p < 0.05$ ); la capacidad de respuesta es baja con el servicio de television por cable en 7 de cada 10 usuarios

de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, siendo significativo ( $p < 0.05$ ); La certidumbre es baja con el servicio de televisión por cable en 7 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, lo que es significativo ( $p < 0.05$ ); La empatía es baja con el servicio de televisión por cable en 7 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, siendo esto significativo ( $p < 0.05$ ); Los elementos tangibles limitan el servicio de televisión por cable en 6 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, lo cual es significativo ( $p < 0.05$ ) y La calidad en el servicio de televisión por cable es baja en 8 de cada 10 usuarios de la ciudad de Huancavelica, durante el año 2018, lo que es significativo ( $p < 0.05$ ). Telefónica del Perú provee baja calidad a 9 de cada 10 clientes, Cable Red Huancavelica a 8 de cada 10, DirecTV a 7 de cada 10 y América Móvil Perú a 6 de cada 10 clientes

De igual modo, con los resultados de la tesis de Chilón y Vargas (2018). *Gestión de recursos humanos y calidad de servicio del Centro Recreacional Pultamarca de la Municipalidad de los Baños del Inca, Cajamarca*. Universidad César Vallejo filial Cajamarca, concluye: el grado de desarrollo de la gestión de recursos humanos de los trabajadores del Centro Recreacional Pultamarca de la Municipalidad de los Baños del Inca tiene un nivel bajo, que requiere ser optimizado para mejorar la calidad del servicio prestado, para lo cual se debe mejorar los aspectos relacionados a: el clima laboral, la perspectiva de desarrollo profesional, las condiciones de trabajo y el reconocimiento. La mejora en la implementación y el desarrollo de estos factores permitirán tener un mayor nivel de gestión en los recursos humanos y por ende mejorar la calidad del servicio

prestado. La calidad de servicio brindado por los trabajadores del Centro Recreacional Pultamarca de la Municipalidad de los Baños del Inca es deficiente y por tanto, necesita ser fortalecida en diferentes aspectos, tales como: la fiabilidad y seguridad, la capacidad de respuesta, la empatía y la tangibilidad, por lo que se debe tomar la debida importancia y mejorarlos para poder ofrecer un mejor servicio, la gestión de recursos humanos tiene incidencia en la calidad del servicio del Centro Recreacional Pultamarca de la Municipalidad de los Baños del Inca, que al ser inadecuada repercute en contra del Centro Recreacional y de los usuarios.

De igual manera con los resultados de la tesis de Alvarez (2019). *Calidad de servicio y su incidencia en la lealtad del cliente de la empresa Grupo Multiservis S.R.L. de la ciudad de, Cajamarca*. Universidad Privada del Norte Cajamarca, concluye: que existe una relación directa entre la Calidad de servicio y la Lealtad de los clientes de la empresa Grupo Multiservis S.R.L, que influye de forma positiva. Lo que indica que mientras mejor sea la calidad de servicio, mayor será la lealtad del cliente; la calidad del servicio que brinda la empresa Grupo Multiservis S.R.L de la ciudad de Cajamarca a los clientes es alta (72,99%,) y cada dimensión presento los siguientes resultados: Tangibles, referente al entorno de servicio eficaz (Equipos instalaciones y personas) obtuvo un nivel del 76.86% siendo la dimensión de la calidad de servicio con mejor resultado, La Accesibilidad referida a la claridad, oportunidad y personalización del servicio alcanzo 72.67%, así mismo Fiabilidad obtuvo un 74.71%, esta dimensión está ligada a la exactitud y capacidad de respuesta en el servicio y Precio 73.14% ; por

otro lado las dimensiones más bajas fueron Efectividad y seguridad 69.71%, en relación a una debilidad en los tiempos de espera y Portafolio de servicios 68.43%, que manifiesta un desconocimiento de la oferta de servicios y un descontento en los niveles de innovación. S.R.L de la ciudad de Cajamarca y se determinó un nivel de correlación Pearson  $R= 0.66$  lo que permite afirmar que existe una moderada correlación positiva entre el la calidad de servicio y la lealtad del cliente de la empresa Grupo Multiservis S.R.L.

Finalmente, con los resultados de la tesis de Bazán (2021). *Competencias Laborales y calidad de servicio de la Pollería Real Chicken, 2021*. Universidad Privada del Norte Cajamarca, concluye: que las competencias laborales en la pollería; se ubica en un nivel regular, esto significa que no se ha mejorado en forma significativa las competencias laborales que poseían los colaboradores, realizando por lo tanto un trabajo rutinario, carentes de motivación y propósito, aspecto que es percibido por los clientes, el desarrollo de la Calidad del servicio en la pollería, se ubica en el nivel regular, esto quiere decir que mayoritariamente los colaboradores poseen limitada capacidad de empatía y nivel de respuesta, además falta mejorar la cortesía y tiempo de espera, así como la atención personalizada a las personas que acuden a la Pollería, las competencias laborales intelectuales están en relación con la calidad de servicio de la pollería, puesto que es de suma importancia para la empresa y para cada colaborador, porque es aquí en donde se podrán solucionar los problemas que existan, también tomar decisiones y hacer uso de la creatividad para que de esa manera el servicio brindado percibido por los clientes sea mucho mejor, las competencias laborales

personales tiene relación con la calidad de servicio de la pollería, teniendo una relación positiva alta, puesto que es aquí donde se evidencia la importancia que tienen los trabajadores, teniendo en cuenta las capacidades y destrezas asociadas con la inteligencia emocional, ser una persona resiliente y emprendedora lo cual ha generado que la calidad del servicio sea cada vez mejor y los clientes se encuentren conformes con el servicio que se les brinda, la dimensión competencias laborales interpersonales, está en relación con la calidad de servicio de la pollería, obteniendo relación alta positiva, demostrando que la calidad de atención brindada al cliente se aprecia desde el trato cordial que se le da a la persona desde el ingreso al establecimiento, su permanencia y salida, dando como resultado que el cliente querrá regresar puesto que se le brindo una buena atención, la dimensión competencias laborales organizacionales, está en relación con la calidad de servicio de la pollería, teniendo un nivel de relación moderada, existiendo deficiencia en cuanto al régimen administrativo y sobre todo la orientación del servicio brindado que deben recibir los clientes, lo cual se ve reflejado en la elección adecuada y el agrado que el cliente tiene con el servicio y atención que se le brinda, finalmente, la última dimensión, las competencias laborales tecnológicas está en relación con la calidad de servicio de la pollería, teniendo una relación alta, esto significa que fue muy importante capacitar a todo el personal de dicha empresa, en el uso y manejo de herramientas informáticas, esto también se vio reflejado en la atención que tuvieron hacia el cliente, usando la tecnología adecuada sobre todo en el servicio a delivery, y las medidas de bioseguridad que tuvieron en cuenta tanto en el establecimiento como en la repartición a los hogares.

### 5.3. Prueba de hipótesis

La investigación se planteó una hipótesis general, la misma que se corroboró que las competencias laborales y la calidad del servicio se relacionan directa y significativamente en la TV Norte de Cajamarca, a juzgar porque el coeficiente de correlación de Spearman que tiene un valor de 0,856.

**Tabla 33**

*Prueba de Correlación de Spearman de las variables*

		Competencias laborales	Calidad de servicio
Rho Spearman	de Competencias laborales	Coeficiente de correlación	de 1,000
		Sig. (bilateral)	0,856**
		N	20
	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	de 0,856**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	20

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

Estadísticamente las variables están relacionadas de manera directa y significativa, es decir si las competencias laborales Varian, también varia la calidad de servicio de los clientes de TV Norte de Cajamarca.

## CONCLUSIONES

La investigación llegó a las siguientes conclusiones en función de sus objetivos:

- La investigación encontró que, las competencias laborales en un promedio del 67.33% es calificado como que "no" se realiza, mientras que a la calidad de servicio en promedio ponderado de 53.02%; manifiestan que "no" se realiza.
- La investigación encontró que los indicadores de las competencias básicas tienen un calificativo en cuanto a respuestas de "NO", de 63.50%.
- La investigación encontró que las competencias conductuales, en un promedio de 68.50% de respuestas de "NO".
- La investigación encontró que las competencias funcionales, en un promedio de 70.00% de respuestas de "NO".

## RECOMENDACIONES

1. A la administración de TV Norte de Cajamarca,
  - Capacitar al personal en temas técnicos propios de la profesión comunicacional para mejorar las competencias básicas, conductuales y funcionales, lo que favorecerá el desarrollo de sus funciones en la empresa.
  - Capacitación al administrador y personal de comunicación en general en temas administrativos como relaciones públicas y humanas, trabajo en equipo, liderazgo, calidad de servicio y motivación, para que mejoren sus relaciones interpersonales y la calidad de servicio tanto con los clientes internos como externos.

## REFERENCIAS

- Bazán, J. (2021). *Competencias Laborales y calidad de servicio de la Pollería Real Chicken, 2021*. Universidad Privada del Norte Cajamarca.
- Carmona,S. (2016). “*Competencias laborales para el personal empleado de una empresa manufacturera a través de la evaluación de 360º*”. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Chilón, A. y Vargas,D. (2018). *Gestión de recursos humanos y calidad de servicio del Centro Recreacional Pultamarca de la Municipalidad de los Baños del Inca, Cajamarca*. Universidad César Vallejo filial Cajamarca.
- D´Alessio, F. (2012). *Adminiatración de operaciones productivas*. Editorial Mc Graw Hill.
- Danton., G.(2011). *Calidad en el servicio a los clientes*. Editorial de los Santos S.A.
- Espinoza, S. (2018), “*Calidad de servicio de televisión por cable en la ciudad de Huancavelica, 2018*”, Universidad Inca Garcilaso de la Vega de Lima- Perú.
- Alvarez (2019). *Calidad de servicio y su incidencia en la lealtad del cliente de la empresa Grupo Multiservis S.R.L. de la ciudad de, Cajamarca*. Universidad Privada del Norte Cajamarca.
- Flores,J. (2018), “*La competencia laboral y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de Lamas, periodo 2017*”, Universidad César Vallejo de Lima- Perú.
- Garay, H. y Ballestas, F. (2016) en su tesis titulada: Evaluación de la calidad en el servicio ofrecido por los operadores de telefonía móvil en Cartagena desde la

perspectiva del usuario a través del SERVPERF. Universidad de Cartagena-Colombia.

Hellriegel, S. (2014). *Comportamiento organizacional*. Editorial Cengage Learning.

Hernández, R. (2016). *Administración: Pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia*. Editorial Mc Graw Hill.

Hernández, R. Mendoza, J. (2018). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Mc Graw Hill.

Pum, A.(2018). “*Competencias laborales y evaluación del desempeño*”. Universidad Rafael Landívar de Quetzaltenango-Nicaragua.

Summers, G. (2006). *Administración de la calidad*. Editorial Pearson. Prentice Hall.

Velazco, W.(2017), “*La competencia laboral y el clima organizacional de la Unidad de Prestaciones Económicas Lima Oeste del Seguro Social de Salud-ESSalud-Lima-2015*”, Universidad César Vallejo de Lima- Perú

# APÉNDICES

### Apéndice 1. Matriz de consistencia metodológica

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
<p><b>General</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre las competencias laborales de los colaboradores con la calidad de servicio de TV Norte, Cajamarca 2021?</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>¿Cómo se relacionan las competencias básicas de los colaboradores con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021?</p> <p>¿Cómo se relaciona las competencias conductuales de los colaboradores con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021?</p> <p>¿Cómo se relaciona las competencias funcionales de los colaboradores con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Determinar la relación entre las competencias laborales de los colaboradores con la calidad de servicio de TV Norte, Cajamarca 2021.</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>Identificar relación entre las competencias básicas de los colaboradores y la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.</p> <p>Identificar relación entre las competencias conductuales de los colaboradores y la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.</p> <p>Identificar relación entre las competencias funcionales de los colaboradores y la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.</p>	<p><b>General</b></p> <p>Las competencias laborales de los colaboradores se relacionan directamente con la calidad de servicio de TV Norte, Cajamarca 2021.</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>Las competencias básicas de los colaboradores se relacionan directamente con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.</p> <p>Las competencias conductuales de los colaboradores se relacionan directamente con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.</p> <p>Las competencias funcionales de los colaboradores se relacionan directamente con la calidad de servicio en TV Norte de Cajamarca, 2021.</p>	<p>Competencias laborales</p> <p>Calidad de servicio</p>	<p>Competencias básicas</p> <p>Competencias conductuales</p> <p>Competencias funcionales</p> <p>Fiabilidad</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Seguridad</p> <p>Empatía</p> <p>Elementos tangibles</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pensamiento lógico</li> <li>▪ Comunicación</li> <li>▪ Innovación</li> <li>▪ Productividad</li> <li>▪ Flexibilidad</li> <li>▪ Metas</li> <li>▪ Conocimientos generales</li> <li>▪ Conocimientos específicos</li> <li>▪ Cumplimiento</li> <li>▪ Sinceridad</li> <li>▪ Realizar un buen servicio desde primera vez</li> <li>▪ Brindar servicio en tiempo prometido</li> <li>▪ Brindar servicio si errores</li> <li>▪ Cumplir plazos prometidos</li> <li>▪ Prontitud en el servicio</li> <li>▪ Disponibilidad para ayudar siempre</li> <li>▪ Disposición para aclarar dudas</li> <li>▪ Inspirar confianza</li> <li>▪ Inspirar seguridad</li> <li>▪ Cortesía</li> <li>▪ Conocimientos para responder preguntas</li> <li>▪ Horarios convenientes</li> <li>▪ Atención personalizada</li> <li>▪ Enfocados en el servicio</li> <li>▪ Interés y preocupación genuina</li> <li>▪ Compromiso de necesidades</li> <li>▪ Atracción visual de instalaciones físicas</li> <li>▪ Apariencia de equipos</li> <li>▪ Aspecto del personal</li> <li>▪ Materiales asociados al servicio</li> </ul>	<p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Técnica: Encuesta</p>

## Apéndice 2. Instrumento de recolección de datos de competencias laborales

### UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

#### FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

#### CUESTIONARIO SOBRE COMPETENCIAS LABORALES DIRIGIDA A LOS COLABORADORES DE TV NORTE DE CAJAMARCA

#### Estimado usuario:

Califique entre 1 a 3 la importancia que usted le otorga a cada una de los siguientes ítems relacionados con la gestión de la calidad en base a los siguientes criterios:

No = 1, A veces = 2, Si (3)

		Si	A veces	No
	<b>Dimensión Competencias básicas</b>			
	<b>Indicador: Pensamiento lógico</b>			
1	El personal de TV Norte, actúa con pensamiento lógico en el desarrollo de sus actividades			
	<b>Indicador: Comunicación</b>			
2	El personal de TV Norte, se comunica adecuadamente en el desarrollo de sus actividades			
	<b>Dimensión: Competencias Conductuales</b>			
	<b>Indicador: Innovación</b>			
3	El personal de TV Norte, realiza propuestas de innovación en el desarrollo de sus actividades			
	<b>Indicador: Productividad</b>			
4	El personal de TV Norte, busca la productividad en el desarrollo de sus actividades.			
	<b>Indicador: Flexibilidad</b>			
5	El personal de TV Norte, es flexible en el desarrollo de sus actividades			
	<b>Indicador: Metas</b>			
6	El personal de TV Norte, busca el logro de metas en el desarrollo de sus actividades			
	<b>Dimensión: Competencias Funcionales</b>			
	<b>Indicador: Conocimientos generales</b>			
7	El comportamiento del personal de TV Norte, inspiran confianza en los clientes.			
	<b>Indicador: Conocimientos específicos o técnicos</b>			
8	Los usuarios de TV Norte, se sienten seguros en sus gestiones y/o transacciones.			

Muchas gracias

### Apéndice 3. Instrumento de recolección de datos de calidad de servicio

#### CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DE SERVICIO DIRIGIDA DE LOS CLIENTES DE TV NORTE

##### Estimado cliente:

Califique según su opinión a cada una de los siguientes ítems relacionados con la calidad de servicio que usted recibe en TV Norte de Cajamarca.

		Si	A veces	No
	<b>Dimensión Fiabilidad</b>			
	<b>Indicador: Cumplimiento</b>			
1	Cuando el personal de TV Norte, promete hacer algo planificado, lo hace en el tiempo prometido.			
	<b>Indicador: Sinceridad</b>			
2	Cuando el cliente tiene un problema, el personal de TV Norte muestra interés sincero en solucionarlo			
	<b>Indicador: Realizar un buen servicio desde la primera vez</b>			
3	El personal de TV Norte, brinda un buen servicio desde la primera vez y mantiene éste accionar evitando cometer errores.			
	<b>Indicador: Brindar servicio en tiempo prometido</b>			
4	El personal de TV Norte, concluye el servicio en el tiempo prometido.			
	<b>Indicador: Servicio sin errores</b>			
5	El personal de TV Norte, mantiene el servicio exento de errores.			
	<b>Dimensión: Capacidad de respuesta</b>			
	<b>Indicador: Cumplir plazos prometidos</b>			
6	El personal de TV Norte, promete a sus clientes y brindan los servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir			
	<b>Indicador: Prontitud en el servicio</b>			
7	El personal de TV Norte, está dispuesto y disponible durante la entrega del servicio.			
	<b>Indicador: Disponibilidad para ayudar siempre</b>			
8	El personal de TV Norte, siempre tiene voluntad sincera en ayudar a sus clientes.			
	<b>Indicador: Disposición para aclarar dudas</b>			
9	El personal de TV Norte, siempre está dispuesto para aclarar dudas de sus clientes.			
	<b>Dimensión: Seguridad</b>			
	<b>Indicador: Inspirar confianza</b>			
10	El comportamiento del personal de TV Norte, inspiran confianza en los clientes.			
	<b>Indicador: Inspirar seguridad</b>			
11	Los usuarios de TV Norte, se sienten seguros en sus gestiones y/o transacciones.			
	<b>Indicador: Cortesía</b>			
12	El personal de TV Norte, trata con cortesía a los clientes			
	<b>Indicador: Conocimiento para responder preguntas</b>			
13	El personal de TV Norte, tiene información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los clientes.			

	Dimensión: Empatía			
	Indicador: Horarios convenientes			
14	TV Norte, ofrece horarios de funcionamiento convenientes para los clientes.			
	Indicador: Atención personalizada			
15	TV Norte, tiene personal que brinda atención personalizada a sus clientes cuando es requerida.			
	Indicador: Enfocados en el servicio			
16	TV Norte, se esmera en brindar el mejor servicio a sus clientes.			
	Indicador: Interés y preocupación genuina			
17	TV Norte, entiende las necesidades específicas de sus clientes.			
	Indicador: Compromiso de necesidades			
18	TV Norte, muestra interés en los clientes y los toman en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos.			
	Dimensión: Elementos tangibles			
	Indicador: Atracción visual de instalaciones físicas			
19	TV Norte, posee instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.			
	Indicador: Apariencia de equipos			
20	TV Norte, tiene equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda			
	Indicador: Aspecto personal			
21	En TV Norte el personal se caracteriza por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su cargo			
	Indicador: Materiales asociado al servicio			
22	En TV Norte los materiales asociados con los servicios que brinda, son actualizados, confiables y de buena apariencia.			

Muchas gracias

## Apéndice 4. Valores de coeficiente de correlación de Spearman

Valor	Calificación
$r = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = - 1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa