



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Gestión por Competencias y su Influencia en la Mejora de la
Calidad del Servicio en Olano Market C.A en la ciudad de
Maracaibo, Zulia año 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Olano Chirinos, Hoes Leslie (ORCID: 0000-0002-5638-8724)

ASESOR:

Mg. Paredes del Águila, Jardiel (ORCID: 0000-0001-5461-0929)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA-PERU

2021

DEDICATORIA

Para mi abuelita Nina por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, mis padres y mis familiares que nunca dejaron de apoyarme.

Hoes Leslie Olano Chirinos

AGRADECIMIENTO

A mis maestros y consejeros por su motivación y enseñanzas, por mostrarme que intentar es mejor que nunca saber que paso por no intentarlo, agradezco a mis padres y familiares que nunca dejaron de creer en mí.

Hoes

ÍNDICE

Carátula	
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS.....	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN	8
II. MARCO TEÓRICO.....	12
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.2. Variables y operacionalización.....	19
3.3. Población	21
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
3.5. Procedimientos	22
3.6. Método de análisis de datos.....	22
3.7. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS.....	24
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES.....	34
VII. RECOMENDACIONES	35
REFERENCIAS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Correlacion de las variables gestion por competencias con la atencion al cliente	24
Tabla 2: Correlaciones.....	25
Tabla 3: Correlacion de la gestión por competencias con la estrategia.....	25
Tabla 4: Correlaciones.....	26
Tabla 5: Correlacion de la gestión por comoetencias con el mercado	27
Tabla 6: Correlaciones.....	27
Tabla 7: Correlacion de la gestión por competencias con la innovacion	28
Tabla 8: Correlaciones.....	29
Tabla 9: Operacionalizacion	39

RESUMEN

La presente investigación tiene como título: Gestión por Competencias y su Influencia en la Mejora de la Calidad del Servicio en Olano Market C.A en la ciudad de Maracaibo, Zulia, 2021. Teniendo como fin el proponer un método que ayude a gestionar las competencias del personal de manera que se pueda influir en una mejor calidad de servicio hacia el cliente. Para esto se tomó como referencia autores que hacen mención de las variables identificadas, tomando los argumentos que nos muestran en diferentes enfoques y usarlos en nuestra investigación.

Teniendo como objetivo deducir la relación que existe entre la gestión por competencias con la calidad de servicio dirigido hacia los clientes de Olano Market, para esto se ha optado por utilizar la técnica de encuesta y como método para obtener y medir los datos el cuestionario; con estos datos identificar las actividades clave para proponer una solución al problema planteado en la investigación usando estrategias formativas, capacitando según objetivos y necesidades y así corregir los procesos necesarios a mejorar en la empresa.

La gestión por competencias es un proceso, herramienta eficaz utilizado para realizar un cambio y mejora de la gestión, es necesaria para desarrollar un exitoso desempeño laboral del trabajador. Para esto se identifica el perfil del trabajador para el cargo específico, creando así el reclutamiento y capacitación ideales según se requiera en la empresa, por esto es necesario conocer el modelo de gestión necesario a implantar, además de identificar el área en el que se trabajara.

La calidad de servicio es decidida por el cliente ya que este tiene expectativas al satisfacer sus necesidades con la experiencia y expresándola en palabras. Para lograr la calidad del servicio se debe hacer un seguimiento minucioso en el proceso de compra, observando las operaciones, evaluando el servicio y la experiencia que estamos entregando al cliente.

Palabras clave: Gestión por Competencias, Calidad de Servicio, Atención al Cliente

ABSTRACT

This research is entitled: Management by Competencies and its Influence on the Improvement of the Quality of the Service in Olano Market SA in the city of Maracaibo, Zulia, 2021. Aiming to propose a method that helps to manage the competencies of the personnel so that a better quality of service to the client can be influenced. For this, authors who mention the identified variables were taken as a reference, taking the arguments that they show us in different approaches and using them in our research.

Aiming to deduce the relationship that exists between management by competencies and the quality of service directed towards Olano Market customers, for this we have chosen to use the survey technique and the questionnaire as a method to obtain and measure data; With these data, identify the key activities to propose a solution to the problem raised in the research using training strategies, training according to objectives and needs and thus correct the necessary processes to improve in the company.

Competency management is a process, an effective tool used to make a change and improve management, it is necessary to develop a successful work performance of the worker. For this, the profile of the worker for the specific position is identified, thus creating the ideal recruitment and training as required in the company, therefore it is necessary to know the management model necessary to implement, in addition to identifying the area in which to work .

The quality of service is decided by the client since he has expectations when satisfying his needs with the experience and expressing it in words. To achieve the quality of the service, a careful follow-up must be done in the purchasing process, observing the operations, evaluating the service and the experience that we are delivering to the client. The satisfaction experienced by the customer will be reflected in the consumer's preference when choosing between the competition or the company itself giving a positive or negative opinion of them.

Keywords: Competency Management, Service Quality, Customer Service

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las empresas afrontan diversas situaciones y fenómenos como lo es la globalización, nuevos desafíos, nueva tecnología y sobre todo el crecimiento del entorno. Esto solo nos ha mostrado que las empresas deben adaptarse al cambio y con esto sean más flexibles para así poder avanzar en un nuevo mercado más competitivo, ya sea en un mercado nacional como también en uno internacional, para esto se debe dejar de lado los sistemas de gestión tradicionales o anticuados ya que con los años se han vuelto casi obsoletos en la actualidad. Por lo cual debemos encontrar elementos sostenibles, difíciles de imitar y que nos ayuden a diferenciarnos de la competencia con el tiempo.

Partiendo de esta premisa, la idea es crear una ventaja competitiva que se base inicialmente en usar las habilidades y características naturales de la persona encargada de un puesto y a esto sumarle el conocimiento, habilidades y destrezas las cuales están orientadas para cumplir la misión y visión que tiene la empresa, logrando un nivel óptimo de gestión ya que los colaboradores pueden avanzar en su área de trabajo desarrollando sus competencias necesarias para las actividades y el cargo que tienen. Esto se ve reflejado en la ventaja competitiva que se pueda obtener en el mercado actual.

La empresa Olano Market, es un establecimiento encargado de brindar bienes de consumo acercando al cliente a una variedad de productos diversos en estilos, marcas y precios exponiéndolos al alcance del consumidor usando un sistema de autoservicio, tiene como principal objetivo el cubrir de forma rápida y segura la necesidad del cliente por lo cual el establecimiento esta físicamente distribuido y dividido por áreas y estanterías en las cuales se exhiben los productos según procedencia (bebidas, alimentos, carnes, panes, limpieza, frutas y verduras etc.) esto es necesario para que el cliente pueda moverse libremente por los pasillos eligiendo su compra, de acuerdo a precio, tamaño, calidad y cantidad según la variedad de productos que se ofrecen.

Todo esto tiene un fin que es brindar una experiencia gratificante al usuario mientras hace su compra.

Teniendo en cuenta este entorno tenemos a los clientes que acuden al establecimiento cumpliendo su rol de usuarios, ellos ingresan al establecimiento buscan su cesta o carrito escogiendo los productos que llevaran, hacen pedido en las áreas de su conveniencia como: charcutería, carnes, panadería, quincalla y frutas o verduras, para luego dirigirse al área de caja y realizar el pago correspondiente. El supermercado cuenta con un *gerente*, esta persona esta encarga de que el establecimiento funcione de manera óptima, siguiendo las normas y procedimientos que cuenta la empresa, en sus actividades diarias se encuentran: organizar y planificar las actividades del día, el manejo de presupuesto y pagos a proveedores y trabajadores, asignar tareas a los encargados de las áreas existentes y que estos cumplan con su labor de forma eficiente y oportuna, además existen encargados en diferentes áreas como: *supervisor en el área de caja*, se encuentran 2 supervisoras encargadas de apoyar a las cajeras y dar solución al momento de atención al cliente; *encargado del área de verduras y frutas*, se encarga de tener un control de stock y pedidos para poder abastecer y organizar los stands en los cuales se exhiben los productos, controlando la calidad de estos, también planifican y verifican que estos productos de consumo se encuentren en estado óptimo para la venta, además se encarga de mantener limpio y organizado su área de trabajo; *supervisor del área de panadería*, se encarga de programar y asegurarse la producción necesaria de panes y variedad del día, teniendo un control de los insumos, recursos y tiempo necesario para poder realizarlo, poniendo en marcha a los trabajadores en dicha área; *el encargado del almacén*; encargado de recibir la mercancía y almacenarla correctamente teniendo un control del inventario, controla la caducidad de estos productos para no tener pérdidas, mermas o daños, además mantiene limpias y libres las áreas del depósito y pasillos.

Además se cuenta con áreas de despacho como: charcutería, panadería, carnicería y pollos, quincalla, recepción y seguridad distribuidos de forma adecuada en los pasillos del establecimiento.

Ya habiendo planteado una pequeña reseña del servicio que brinda Olano Market, además de detallar las áreas de producción, operacionalización, el personal encargado de cada área y el trabajo que les corresponde, se hace mención de la realidad problemática que he ido observando por 6 meses, ha sido cuestionable ya que se ha recibido quejas, observaciones y comentarios por parte de los clientes que frecuentan el supermercado, indicando que no recibieron la atención necesaria por parte de algunos trabajadores, siendo el caso de la atención en charcutería, la falta de rapidez, la falta de eficiencia para resolver diversas situaciones y problemas por parte de los colaboradores, igualmente con las cajas, que incluso no les dan respuestas positivas o soluciones a las dudas y problemas que tienen al buscar un producto, un vuelto, una respuesta rápida y asertiva, las colas al momento de hacer las compras ya que hay horarios en los cuales acude muchas personas y a pesar de tener 7 cajas no es suficiente abasto y rapidez, teniendo ocupadas igualmente a las supervisoras y no pudiendo tener respuestas para todos, el servicio por parte de las supervisoras también es nulo ya que buscan una respuesta y son ignorados o enviados con otra persona, por la cantidad de gente se quedan mirando y observando quien los ayude pero eso muchas veces no sucede.

Ahora se plantea el problema de investigación ¿De qué manera mejorar la calidad del servicio con la gestión por competencias en Olano Market C.A. en Maracaibo, Zulia año 2021? La empresa tiene como proyección no solo el brindar un producto necesario y útil, además se está enfocando en mejorar la calidad en el servicio al momento de obtener dicho producto o servicio. Por esto es necesario hacer que el proceso de pedido y entrega del producto sea rápido y eficiente. Y para esto se debe tener una distribución rápida y adecuada de los productos y colaboradores en el establecimiento

Así mismo se tiene como objetivo principal en la investigación: Identificar cómo la gestión por competencias puede mejorar la calidad de servicio en Olano Market C.A. en Maracaibo, Zulia año 2021. Uno de los objetivos que se tiene principalmente en la empresa es obtener la satisfacción del cliente para así poder fidelizarlo con la empresa a pesar de que este se ha vuelto cada vez más exigente, como principal propuesta a mejorar sería la atención al cliente ya que esta valida el producto o servicio brindado en el establecimiento, con esto

mejorar el servicio al momento que el cliente realice sus compras, para esto; es necesario tener el personal adecuado, instruido y capacitado que cuente con la información y autoridad necesaria al momento de realizar sus actividades y ocuparse eficientemente del cliente en su puesto de trabajo, esto quiere decir que se deberá informar y solucionar los problemas de forma eficiente para que el cliente obtenga la satisfacción y tranquilidad del servicio y así este complacido.

Como objetivos específicos tenemos: Determinar de qué manera se relaciona la gestión por competencias y la estrategia en Olano Market C.A Maracaibo, Zulia año 2021, determinar de qué manera se relaciona la gestión por competencia con el mercado en Olano Market C.A Maracaibo, Zulia año 2021 y determinar de qué manera se relaciona la gestión por competencias con la innovación en Olano Market C.A. Maracaibo Zulia año 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Según Salazar Carrillo y Velastegui, (2018) como objetivo principal tenemos que determinar de qué manera el diseño del talent humano y la competencia administrativa ayudarían al crecimiento de la empresa en la ciudad de Maracaibo. Al gestionar el talento humano por competencias dará Como resultado conseguir un personal idóneo para el puesto que ocupara en el cual se desenvolverá de forma eficiente al realizar su trabajo, esto ayudara a incrementar la productividad en la areas minimizando los tiempos de trabajo y los errors en la empresa.

Igualmente Méndez (2017) En la investigacion que presenta: tiene como fin establecer como adaptar la gestion por competencias administrative del personal, realiznado un analisis con un censo en el cual utilize a 61 colaboradores del sexo femenino y masculine en el cual se muestra a trabajadores de la parte gerencial, parte administrative y parte operative, señalando como una variable a la gestion por competencias, en la cual utiliza como instrument la entrevista la cual penso adecuada para obtener informacion por medio de la encuesta.el trabajo de investigacion es de caracter descriptivo por el cual debilitaria los procesos de gestion del area de recursos humanos y por consecuente los objetivos de la empresa a persar de ello son desafios que se pueden solucionar, estando mas al tanto de las demandad que se presentan, es por ellos que se debe impulsar ala empresa con un personal adecuado logrando su desarrollo para el puesto asignado.

De igual forma sucede con Tonato (2017) mostrando en su informe: como reconocer la relacion interactiva entre los ciudadados y la burocracia en su forma cotidiana, para asi obtener la informacion de como el cliente se siente acerca del servicio que obtiene. Este studio es de caracter descriptive, mixta ya que se hizo la comparacion cualitativa y cuantitativa en como un usuario externo puede percibir la calidad del servicio que se brinda, esta encuesta se destino a 384 usuarios del centro de atencion a clientes y soporte de usuarios del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social en el DMQ.

Para continuar se tratata a nivel internacional sobre la calidad de servicio, Para Sarmiento y Paredes (2019) dicen que se tiene como objetivo principal

mostrar como es que brinda el trabajador el servicio al cliente a través de las normas que tiene la empresa del trabajo en equipo, para esto se muestra la importancia que tiene las actividades que desempeña el trabajador dentro de la empresa. Por lo tanto se utilizan diferentes niveles de medición de 5 posiciones EPCSU-IP necesarias para el estudio.

El nivel neutro de 3.54 de tamaño alto a escala global, es favorable con la cooperación entre los trabajadores 3,67; sus actividades 3,73 y con la diferencia a los factores de la gestión en liderazgo 3,45 y a nivel institucional el compromiso social 3,27. La variable será utilizada como un señalizador entre el clima laboral y la administración en los procesos.

Según Arellano (2017) En su investigación, su objetivo fue tener una ventaja competitiva con la calidad de servicio, por eso es muy importante tener la mira en nuevos mercados y a nuevos posibles clientes potenciales. Por lo cual se recomienda innovar o el rediseño antes de comenzar un Nuevo proceso ya sea administrativo o productivo, esto para poder analizar con anticipación las necesidades del consumidor y tomar una decisión con las ventajas competitivas que tiene la empresa.

Por lo cual es necesario tener un personal ídolo que atienda las necesidades del cliente, ya que se debe velar por el bienestar del cliente, esto genera a mediano o largo plazo mayores ingresos y mayores ventajas competitivas.

Según Lozano (2019) En su investigación se pueden ver empresas inteligentes las cuales se califican, adaptan, innovan y compiten en el entorno que los rodea, estos son factores principales en la organización, haciendo mención a la comunicación y sus factores mostrando la necesidad corporativa por encontrar el triunfo. Dando a conocer un ambiente competitivo en el cual es importante la comunicación corporativa, y que esta ayuda a obtener un mayor desarrollo en su inteligencia organizacional.

Por otro lado Casa (2015) En su investigación: explica que hay una correlación con el enfoque cuantitativo, el cual tiene la finalidad de relacionar las variables, estas cuentan con 3 dimensiones, se usó un cuestionario a 42 personas administrativas de ambos sexos, la herramienta que se usó fue un cuestionario de 18 preguntas con 5 niveles de categorías, la herramienta que se

uso fue el alfa Cronbach, el cual se caracteriza por ser confiable y válido, dando como resultado una correlación positiva moderada.

Según Rojas (2018) su meta es poder determinar la calidad de servicio en el tamaño de cultura, la investigación tiene un nivel descriptivo correlación al no experimental, se basa principalmente en una muestra de 21 colaboradores y 118 usuarios, elegidos por muestreo probabilístico. La investigación demostró que se tiene como base una cultura organizacional sólida, esta se encuentra presente en como funciona la organización e influye en sus acciones, formando la identidad de cada colaborador en una sola, esto las diferencia una de otra, la cual se refleja en las funciones que desempeñan dentro de la entidad o fuera de ella.

Por otro lado Condori (2018) En su informe de investigación : su objetivo principal es determinar cómo las 2 variables se entrelazan, en la cual se utilice el método hipotético deductivo, con un modelo correlacional no experimental – descriptivo, se utilizaron 63 trabajadores en la investigación para la cual se utilice la encuesta, dando como resultado aceptable entre ambas variables de estudio. Estas se relacionan de forma directa y positiva, dando como resultado moderado la cual es aceptable en la hipótesis H1 y rechazando la H0.

Mientras tanto barrier y Trujillo (2018) Su trabajo nos brinda elementos que impactan la apreciación de aprobación del cliente hacia la empresa de salud, realizando un estudio el cual es exploratorio con un interés en el usuario externo, se pudieron observar cualidades de calidad de servicio las cuales son 32, para lograr esto se utilice el cuestionario y así poder medir la apreciación de aquellas cualidades, del mismo modo se usó indicadores de satisfacción. 600 usuarios externos fueron usados de muestra. Las cualidades se transformaron en 7 que son las dimensiones de la calidad de servicio. La calidad de servicio tuvo un gran impacto revelador en los empleados de la empresa. Por lo tanto la calidad ofrecida a los enfermos y/o pacientes por los trabajadores de la farmacia no pudieron obtener el impacto necesario estadísticamente.

Del mismo modo, Barrera y Ysuiza (2018) en su informe de investigación nos dan a conocer como objetivo principal el solucionar la correlación existente entre 2 variables las cuales tienen un diseño descriptivo correlacional, , la muestra

se basa en 74 trabajadores de la municipalidad, el 38% están de acuerdo con el desarrollo el 23% de ellos opinan que el desarrollo es idóneo y el 39% no tomo interés en su encuesta, por otra parte se señalo que hay una fuerte relacion. Para Casa (2015) En su informe de encuesta, se investiga con un enfoque cuantitativo sobre las características de la asociación, y se determina la relevancia de las variables, pues se basa en 3 dimensiones, se utiliza la encuesta como herramienta. Herramienta de evaluación, la cual esta redactada por 18 preguntas conn cinco categorias, evaluando a los colaboradores corporativos de los cuales fueron 42 de ambos generos, para obtener la valides y confiabilidad de dicho instrument se uso el alfa de cronbach, dando una correlacion positive moderada.

Segun Rojas (2018), Su objetivo es medir la cultura organizacional ya que afectará a la calidad del servicio, y su estudio tiene un grado descriptivo de correlación y grado de desconexión con la calidad del servicio. Diseño no experimental, muestra de 21 empleados y 118 clientes, seleccionados mediante una encuesta de probabilidad, curiosamente apilados con una encuesta estructurada. Se ha demostrado la hipótesis general de que La cultura organizacional es fundamental y está presente en las funciones y procedimientos que configuran las identidades de las personas y grupos de empresas y las distinguen entre sí. Esto se verá reflejado en las operaciones comerciales desde adentro y desde afuera. La cultura organizacional de la empresa será importante. Sobre Calidad de Servicio según Condori (2018). 63 colaboradores fueron entrevistados con el centro regional de salud, donde se aplicó la herramienta cuestionario, que brindó un nivel aceptable de confianza entre las dos variables de investigación que se correlacionaron directa y positivamente, pues los resultados son en promedio, estadísticamente significativos y aceptables en la hipótesis. (H1) y rechazado (H0).

Por tanto, para Vera y Trujillo (2018), El objetivo de este trabajo fue proporcionar información sobre los factores que influyen en la evaluación de la aceptación por parte de los clientes de una autoridad de salud pública. Cuando se realizó un estudio exploratorio y se notó el interés de los clientes externos, se notaron 32 características de calidad en este servicio. Se diseñó un cuestionario estructurado para medir el grado de consecución de estas

características y, de forma similar, se utilizaron indicadores de satisfacción. Se tomaron muestras de 600 usuarios externos. Los atributos se han convertido a 7 dimensiones de QoS. La calidad del servicio para los trabajadores de las instalaciones también tiene un impacto significativo. Por lo tanto, factores como el paciente y / o la calidad del servicio al paciente y la calidad del servicio de los farmacéuticos y recepcionistas no tuvieron un efecto estadísticamente significativo. De manera similar, Mendez(2017)

en su informe encuestados: resolvió la correlación entre las dos variables, teniendo un diseño de descripción correlacionada, incluido 74 personal urbano, la gente encontró que el 23% del personal administrativo cree que no hay un desarrollo ideal, 38% Sobre la base del desarrollo, un 39% de extraños a la encuesta, por otro lado, se ha establecido que hay una relación fuerte poderosa entre las variables.

Devoto (2018) en el informe de estudio se presentó: Este es un tema de calidad de servicio en el sector público, que son temas clave en el plan de reforma del estado y modernización del sistema. Esta es una cuestión de fundamental importancia y preocupación, no por razones ampliamente consideradas como la calidad de los servicios del sector privado, sino por las formas más importantes en que se evalúan, y quién juega el papel más importante es el servicio al usuario para que yo publique. Una buena comprensión del tema serán los empleados que trabajan para proporcionar un servicio de calidad, para que ayuden a los usuarios a dudar que tienen, una solina que ha contribuido a sus actitudes y acciones que colaboran con la calidad del servicio público.

Por otro lado Vera y Trujillo (2018) dicen que el propósito de este trabajo es brindar una descripción de los factores que influyen en la evaluación de la respuesta de los usuarios a un sistema público de salud. Se realizó un estudio exploratorio, observación del proceso de atención al usuario externo en una clínica certificada, donde se observaron 32 características de calidad en este departamento. Las preguntas se desarrollaron de forma estructurada para medir evaluaciones de desempeño de estos rasgos, de la misma forma que se utilizaron medidas de satisfacción. Se obtuvieron muestras de 600 usuarios externos. Los atributos se han convertido en las siete dimensiones de la calidad

del servicio. Los trabajadores empleados en la instalación también sufrieron un impacto significativo. Sin embargo, factores como el paciente y / o la calidad del servicio al paciente, la calidad del servicio del personal de farmacia y el uso no tuvieron efectos estadísticamente significativos iguales sobre las variables.

Devoto (2018) en su investigación: el objetivo es la calidad de servicio en el sector público, la reforma como plan y como la modernización del estado es fundamental y de interés público, evaluando los enfoques más importantes, siendo el principal usuario de los servicios del sector público. Lo ideal es lograr que los trabajadores cambien y mejoren sus aptitudes para poder dar un servicio de calidad, de esta manera el cliente ya no tenga duda alguna, aportando a una actitud menos negativa y por consiguiente sus acciones sean de apoyo al servicio público.

Por su parte Vera y Trujillo (2018) tienen como objetivo principal en su investigación el detallar los elementos de impacto en la salud pública hacia los usuarios, para esto se realizó una investigación de tipo exploratoria, en la cual se pudo determinar 32 características de calidad de servicio en la entidad.

El cuestionario contiene una estructura para determinar la apreciación sobre la ejecución de los atributos, del mismo modo se usó indicadores de satisfacción. 600 colaboradores participaron en la muestra.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de Investigación utilizada en esta investigación es Aplicada. Según Hernández, Fernández y Batista (2013) nos dicen que es utilizada para encontrar soluciones y respuestas a situaciones de la vida diaria, con el fin de mantener el conocimiento adquirido con la práctica. Utilizada para una mejor forma al tomar decisiones y poder resolver ciertas dificultades.

El tipo de investigación que se realizó es Descriptivo - Correlacional, teniendo como objetivo decidir cómo se relaciona las variables que se utilizaron.

Según Bernal (2010) hace la mención que el tipo de investigación descriptiva es manifestada con ciertos rasgos particulares al momento del fenómeno que fue objeto de estudio. Teniendo como medio de soporte por afinidad al tipo de estudio las encuestas, observación, etc. (p. 122). Habla sobre las características de una serie de hechos pasados.

Además Bernal (2010) nos da a conocer el propósito que tiene la investigación correlacional, el investigar el nexo entre las variables y resultados, aunque no necesariamente muestran las consecuencias o razón.

El instrumento principal que se usa es el estadístico. (p.122). se pretende observar cómo se relacionan diversos sucesos entre si.m

Diseño de Investigación: No experimental y de Corte transversal. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), primero se debe recopilar datos necesarios para continuar con la descripción, y ver que se comprueben los acontecimientos como ocurrieron para luego actuar y llevar a cabo el análisis. (p. 152).

Esto quiere decir que se debe comprobar la situación de los hechos tal como pasaron para después llevar a cabo el análisis. Por lo tanto al haber utilizado estudios previos para comprar las variables, no fue necesaria la distorsión de las variables en el estudio que se realizó, ya que las variables son independientes.

3.2. Variables y operacionalización

GESTIÓN POR COMPETENCIAS (independiente - cuantitativa)

DEFINICIÓN CONCEPTUAL: Según Ríos (2016) nos da a conocer que la gestión por competencias es un método que ayuda a administrar e identificar el talento a través de un perfil, teniendo en cuenta los conocimientos, valores y habilidades, necesarias para obtener un rendimiento adecuado en el puesto que ocupara en la organización. (p. 23).

DEFINICIÓN OPERACIONAL: Se medirá la gestión por competencias evaluando el conocimiento, valores y Habilidades, que demuestre el individuo ñpor medio del cuestionario, teniendo en cuenta el perfil que ocupara el individuo.

Dimensión 1: Conocimiento

Según Martínez (2009) nos dice que el conocimiento es adquirido través de la experiencia o por el hecho de pertenecer a un grupo social con la práctica y en contacto con la realidad.

Indicadores:

Cultura

Competencia

Ciencia

Dimensión 2: Valores

Según Cardona (1999) nos dice que son características significativas de un individuo que por medio de experiencias y creencias se relacionan con el bien.

Indicadores:

Integridad

Flexibilidad

Consistencia

Dimensión 3: Habilidades

Serrano (2010) no da a conocer que es una cualidad obtenida para dar respuesta de manera adecuada a diferentes estímulos mediante el aprendizaje.

Indicadores:

Aptitud

Talento

Destreza

CALIDAD DE SERVICIO (dependiente – cuantitativa)

DEFINICIÓN CONCEPTUAL: Seto (2004) nos da a interpretar que una buena calidad de servicio es una estrategia que nos da el poder de subsistir en el mercado, en entornos muy competitivos, y así resolver las exigencias y necesidades de los clientes sin ningún inconveniente. (p.24)

DEFINICIÓN OPERACIONAL: La calidad de servicio se determinara usando el cuestionario y así procesar los datos, que determinaran cuál de las dimensiones; estrategia, mercado, competitividad influyen más activamente en la variable.

Dimensión 1: Estrategia

Según Bilancio (2006), nos comenta que la estrategia son diversas acciones planificadas para la toma de decisiones y así obtener mejores resultados.

Indicadores:

Procesos

Objetivos

Efectividad

Dimensión 2: Mercado

Rivera (2007) comenta que el mercado es el conjunto de individuos que buscan satisfacer una necesidad mediante un servicio o producto. (p.69)

Indicadores:

Oferta

Demanda

Consumidores

Dimensión 3: Competitividad

Según Mella (1998) nos dice que la competitividad, se refiere a la facultad que tiene una empresa para conservar y/o atraer mayor oferta de mercados. (p.640)

Indicadores:

Eficiencia

Innovación

Diferenciación

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: En el siguiente trabajo de investigación La población que se tiene es de 44 trabajadores que laboran en la empresa Olano Market, según Janny (1994) dice que la población son individuos con características similares (p.164).

Por lo tanto se decidió utilizar a toda la población para la investigación eliminado el muestreo, y aplicando la encuesta a este número significativo. Se eligió a los colaboradores de la empresa Olano Maket C.A como población ya que ellos trabajan en una misma empresa, y más aun trabajan en un sector, ya que esta empresa tiene 4 supermercados en la ciudad de Maracaibo, Zulia, pero solo se seleccionó al supermercado de San Jacinto, ubicado en el sector 14 para este proyecto de investigación, en el cual se cuenta con 44 trabajadores.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La encuesta, según Bernal (2010), define al cuestionario como un procedimiento de investigación, utilizado para recoger información, sin necesidad de modificar el entorno (p.194).

Se utilizó la encuesta como técnica de investigación para este proyecto, por medio de esta se puede entrevistar a los trabajadores de la empresa Olano Market C.A obteniendo datos sin la necesidad de cambiar u modificar el ambiente en el que se encuentran, obteniendo la información de forma ordenada y sistemática.

Cuestionario, según Igualmente Bernal (2010) nos dice que el cuestionario son un conjunto de interrogantes, prediseñadas para alcanzar los objetivos del proyecto a investigar (p.194).

Se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario, teniendo un conjunto de preguntas relacionadas a los ítems obtenidos por las dimensiones, esta guía ayuda al entrevistador a obtener la información necesaria de forma ordenada, además de brindar una facilidad al momento de hacerle llegar al encuestado, pudiéndosela dar física o virtual y llenar los datos en total comodidad. La encuesta fue validada por tres expertos en la materia, obteniendo un puntaje alto para su confiabilidad.

3.5. Procedimientos

Primeramente para comenzar con la investigación se redactó un oficio pidiendo permiso para realizar la investigación en la empresa Olano Market, así mismo se recibió una respuesta siendo, la carta de autorización y consentimiento para realizar las diligencias necesarias en el establecimiento.

Teniendo el permiso de la empresa se redactó la encuesta teniendo en cuenta los ítems y dimensiones a considerar, teniendo dos variables que son: la gestión por competencias y la calidad de servicio, siendo ambas importantes para la investigación. Se imprimieron 44 cuestionarios para el total de trabajadores de las zona San Jacinto Olano Market, para el día se entregó a cada trabajador a la hora de salida del trabajo para que pudieran responder cómodamente y anónimamente la encuesta, al día siguiente llevaron las encuestas llenas al establecimiento, en el cual las recibí para después digitarlas y tener una respuesta.

3.6. Método de análisis de datos

Para la Presente investigación tiene el Método Descriptivo para el análisis de datos, este explica el comportamiento o estado de los individuos y como se relacionan entre ellos. Según Pérez (2000) nos da a conocer que este método muestra condiciones que se suelen dar en una situación determinada, y tratando de dar una relación de causa y efecto entre los individuos existentes (p.91).

Para este análisis se utilizó una herramienta probabilística, la cual crea una forma de lograr la mayor probabilidad de una verdad en la investigación. Para manejar y analizar información, los datos obtenidos de la encuesta, es la etapa final, los siguientes pasos son la confirmación de la herramienta de tres expertos, la edición de la investigación por factores, analizados. Y los datos cifrados obtenidos, se utilizarán los datos ingresados y procesados en el programa, los datos son el total y el análisis de probabilidad obtenido, esto se realiza con una computadora simple, número de número de frecuencia y porcentaje.

Según Berbal Torres (2006), hay pasos para manejar los datos: obtener información de los objetos de la población y la investigación, identifique las variables para ordenar los datos obtenidos, identifique las herramientas y los

capítulos estadísticos. El envío servirá para procesar los datos, ingrese datos en la computadora y activarlo para procesar información y, finalmente, imprima los resultados.

3.7. Aspectos éticos:

La investigación presente se ejecutara según las reglas y lineamientos establecidos por la Universidad Cesar Vallejo, por motivo ético la información personal que se obtuvo de los participantes en la encuesta será reservada protegiendo su opinión acerca del supermercado Olano Market, sin mencionar que los datos no han sido distorsionados o cambiados, teniendo como objetivo obtener una respuesta real y el proyecto de investigación sea exitoso.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo e inferencial del objetivo general

Objetivo general: Identificar como la Gestión por Competencias puede mejorar la calidad de servicio en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Tabla 1: correlacion de las variables gestion por competencias con la atencion al cliente

Tabla cruzada GESTIÓN POR COMPETENCIAS*ATENCIÓN AL CLIENTE

		ATENCIÓN AL CLIENTE				Total
		CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMRPE	
GESTIÓN POR COMPETENCIAS	CASI NUNCA	0 0,0%	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
	A VECES	1 14,3%	5 71,4%	1 14,3%	0 0,0%	7 100,0%
	CASI SIEMPRE	0 0,0%	1 5,0%	19 95,0%	0 0,0%	20 100,0%
	SIEMRPE	0 0,0%	0 0,0%	3 18,8%	13 81,3%	16 100,0%
Total	1 2,3%	7 15,9%	23 52,3%	13 29,5%	44 100,0%	

Fuente: Datos procesados en spss de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la empresa Olano Market C.A Maracaibo, Zulia, 2021

La tabla N° 1

En la presente tabla se expone la relación de la gestión por competencias y la calidad de servicio, donde 95% afirmo a la gestión por competencias y a la atención al cliente como casi siempre, el 81.3% identifico a la gestión por competencias y a la atención al cliente como siempre.

La hipótesis general

Ha: Existe una relación significativa entre la gestión por competencias y la calidad de servicio en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la gestión por competencias y la calidad de servicio en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Tabla 2: Correlaciones

Correlaciones			GESTIÓN POR COMPETENCIAS	ATENCIÓN AL CLIENTE
Rho de Spearman	GESTIÓN POR COMPETENCIAS	Coefficiente de correlación	1,000	,889**
		Sig. (bilateral)	,000	,000
		N	44	44
	ATENCIÓN AL CLIENTE	Coefficiente de correlación	,889**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000
		N	44	44

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

Fuente: Datos procesados en spss de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la empresa Olano Market C.A Maracaibo, Zulia, 2021

Tabla N°2

En la presente tabla se observa que se encuentra una correlación significativa alta entre la gestión por competencias y la calidad de servicio, ya que se obtuvo un factor de correlación de 0.889, de igual manera el grado de significancia es 0.000 que es menor a 0.01 por lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

4.2. *Analisis descriptivo e inferencial del objetivo específico 1*

Objetivo específico 1: determinar de que manera se relaciona la gestión por competencias y la estrategia en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Tabla 3: Correlacion de la gestion por competencias con la estrategia

		Estrategia				Total
		CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	
GESTIÓN POR COMPETENCIAS	CASI NUNCA	1 100,0%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%
	A VECES	1 14,3%	6 85,7%	0 0,0%	0 0,0%	7 100,0%
	CASI SIEMPRE	1 5,0%	5 25,0%	14 70,0%	0 0,0%	20 100,0%
	SIEMPRE	1 6,3%	1 6,3%	1 6,3%	13 81,3%	16 100,0%
Total		4 9,1%	12 27,3%	15 34,1%	13 29,5%	44 100,0%

Fuente: Datos procesados en spss de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la empresa Olano Market C.A Maracaibo, Zulia, 2021

Tabla N°3

En la presente tabla se expone la relación de la gestión por competencias y la estrategia, donde 70% identifico a la gestión por competencias y a la estrategia como casi siempre, el 81% identifico a la gestión por competencias y a la estrategia como siempre.

Hipótesis específica 1

Ha: Existe una relación significativa entre la gestión por competencias y la estrategia en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la gestión por competencias y la estrategia en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Tabla 4: Correlaciones

Correlaciones				
		GESTIÓN POR COMPETENCIAS		
		Estrategia		
Rho de Spearman	GESTIÓN POR COMPETENCIAS	Coefficiente de correlación	1,000	,745**
		Sig. (bilateral)	,	,000
		N	44	44
	Estrategia	Coefficiente de correlación	,745**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,
		N	44	44

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

Fuente: Datos procesados en spss de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la empresa Olano Market C.A Maracaibo, Zulia, 2021

Tabla N°4

En la presente tabla se observa que se encuentra una correlación significativa alta entre la gestión por competencias y la estrategia, ya que se obtuvo un factor de correlación de 0.745, de igual manera el grado de significancia es 0.000 que es menor a 0.01 esto indica que se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

4.3. Analisis descriptivo e inferencial del objetivo específico 2

Objetivo específico 2: determinar de que manera se relaciona la gestión por competencias con el mercado en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Tabla 5: Correlacion de la gestion por competencias con el mercado

		Mercado			Total
		A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	
GESTIÓN POR COMPETENCIAS	CASI NUNCA	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100,0%
	A VECES	4 57,1%	2 28,6%	1 14,3%	7 100,0%
	CASI SIEMPRE	0 0,0%	9 45,0%	11 55,0%	20 100,0%
	SIEMPRE	0 0,0%	1 6,3%	15 93,8%	16 100,0%
Total		4 9,1%	12 27,3%	28 63,6%	44 100,0%

Fuente: Datos procesados en spss de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la empresa Olano Market C.A Maracaibo, Zulia, 2021.

Tabla N°5

En la presente tabla se expone la relación de la gestión por competencias y el mercado, donde el 93.8% de los participantes indicaron una gestión por competencias y el mercado como siempre, el 55% indico a la gestión por competencias como casi siempre y a el mercado como siempre, así como el 45% identifico a la gestión por competencias y a el mercado como casi siempre.

Hipótesis específica 2

Ha: Existe una relación significativa entre la gestión por competencias y el mercado en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la gestión por competencias y el mercado en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Tabla 6: Correlaciones

Correlaciones			GESTIÓN POR COMPETENCIAS	Mercado
Rho de Spearman	GESTIÓN POR COMPETENCIAS	Coefficiente de correlación	1,000	,556**
		Sig. (bilateral)	,000	,000
		N	44	44
	Mercado	Coefficiente de correlación	,556**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000
		N	44	44

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

Fuente: Datos procesados en spss de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la empresa Olano Market C.A Maracaibo, Zulia, 2021

Tabla N°6

En la presente tabla se observa que se encuentra una correlación significativa moderada entre la gestión por competencias y el mercado, ya que se obtuvo un factor de correlación de 0.556, de igual manera el grado de significancia es 0.000 que es menos a 0.01 esto indica que se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

4.4. *Analisis descriptivo e inferencial del objetivo específico 3*

Objetivo específico 3: determinar de que manera se relaciona la gestión por competencias con la innovación en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Tabla 7: Correlacion de la gestion por competencias con la innovacion

Tabla cruzada GESTIÓN POR COMPETENCIAS*Innovación					
		Innovación			Total
		A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	
GESTIÓN POR COMPETENCIAS	CASI NUNCA	0 0,0%	0 0,0%	1 100,0%	1 100,0%
	A VECES	4 57,1%	2 28,6%	1 14,3%	7 100,0%
	CASI SIEMPRE	1 5,0%	13 65,0%	6 30,0%	20 100,0%
	SIEMPRE	2 12,5%	2 12,5%	12 75,0%	16 100,0%
Total		7 15,9%	17 38,6%	20 45,5%	44 100,0%

Fuente: Datos procesados en spss de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la empresa Olano Market C.A Maracaibo, Zulia, 2021

Tabla N° 7

Interpretación: En la presente tabla se expone la relación de la gestión por competencias y la innovación, donde 65% de los participantes identificó una gestión por competencias y a la innovación como casi siempre, el 75% identificó a la gestión por competencias y a la innovación como siempre.

Hipótesis específica 3

Ha: Existe una relación significativa entre la gestión por competencias y la innovación en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Ho: No existe una relación significativa entre la gestión por competencias y la innovación en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021.

Tabla 8: Correlaciones

Correlaciones				
		GESTIÓN POR COMPETENCIAS		
Rho de Spearman	GESTIÓN POR COMPETENCIAS	Coefficiente de correlación	1,000	Innovación ,414**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	44	44
	Innovación	Coefficiente de correlación	,414**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	44	44

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

Fuente: Datos procesados en spss de los cuestionarios aplicados a los trabajadores de la empresa Olano Market C.A Maracaibo, Zulia, 2021

Tabla N°8

En la presente tabla se observa que se encuentra una correlación significativa moderada entre la gestión por competencias y la innovación, ya que se obtuvo un factor de correlación de 0.414, de igual manera el grado de significancia es 0.005 que es menor a 0.01 esto indica que se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

Se comprobó que si existe una relación moderada entre la gestión por competencias y la innovación ya que se logró una correlación significativa de 0.414 mediante el Rho de Spearman, además que de los 100% encuestados se

pudo obtener que el 15.9% identificó a la innovación como a veces, el 38.6% identificó a la innovación como casi siempre y el 45.5% identificó a la innovación como siempre.

V. DISCUSIÓN

En la presente investigación, se tuvo como objetivo general Identificar cómo la gestión por competencias puede mejorar la calidad de servicio en Olano Market C.A. en Maracaibo, Zulia, 2021, por lo cual se comprobó mediante el coeficiente de correlación de Spearman que si existe una relación alta entre la gestión por competencias y la atención al cliente ya que se logró una correlación significativa de 0.889 mediante el Rho de Spearman, además que de los 100% encuestados se pudo obtener que el 2.3% identificó a la atención al cliente como casi nunca, el 15.9% identificó a la atención al cliente como a veces, el 52.3% identificó a la atención al cliente como casi siempre y el 29.5% identificó a la atención al cliente como siempre.

Estos hallazgos son consistentes con Méndez (2017) En su informe de investigación: El objetivo general del puesto es determinar cómo se gestionan los recursos humanos por competencia, en el siguiente estudio se realizó un censo, en el que se tomaron 61 empleados de ambos sexos. , donde se encuentra el personal de supervisión, administrativo y operativo. La gestión de habilidades se indica como variable; La herramienta que se considera adecuada para la recolección de información es la entrevista mediante encuesta. El estudio es descriptivo, por lo que se ha determinado que formar parte de la composición de la fuerza laboral perjudicará los procesos de gestión para lograr los objetivos de la organización.

Rábago (2010) se refiere a que la gestión de capacidades depende de la definición de competencias organizacionales, es decir, de las competencias requeridas por cada puesto en la organización para alcanzar las metas deseadas de cada sector y organización en general. (pág. 35).

A partir de los resultados obtenidos y del análisis de otras investigaciones similares, es posible comprender la gran importancia que tiene la gestión por competencias en el lugar de trabajo ya que ayuda a seleccionar y organizar mejor las actividades administrativas y operativas. Mover y lograr el éxito deseado de Olano Market C.A.

Como respuesta al objetivo específico 1 determinar de que manera se relaciona la gestión por competencias con la estrategia en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021, se comprobó que si existe una relación alta entre la gestión por competencias y la estrategia ya que se logró una correlación significativa de 0.745 mediante el Rho de Spearman, además que de los 100% encuestados se pudo obtener que el 9.1% identificó a la atención al cliente como casi nunca, el 27.3% identificó a la estrategia como a veces, el 34.1% identificó a la estrategia como casi siempre y el 29.5% identificó a la atención al cliente como siempre. Estos resultados indican una relación positiva.

Según Carneiro Caneda (2010), la estrategia es la dirección de los negocios futuros, determinando el final, en un período de tiempo considerado aceptable para orientar el proceso empresarial.

Vargas (2016) En el informe de investigación presentado: Se han observado varias revisiones y actualizaciones en los últimos años para satisfacer las necesidades de los trabajadores y resaltar la responsabilidad de las actividades reales en vigor, sujetas a responsabilidad en el campo de los recursos humanos. El objetivo principal es crear un excelente servicio brindado por el sector de recursos humanos en los oficiales y estatales para mejorar la gestión de la organización, para implementar una organización de acuerdo en implementar una serie de actividades y métodos, tienen como objetivo cumplir con los servicios necesarios. Se enfoca en poner razones en un enfoque explicativo. Los datos fueron recolectados en un cuestionario en el cual fueron entrevistados funcionarios del sector de recursos humanos: Se obtuvieron las siguientes conclusiones: Hay una tendencia negativa, pues hay más debilidades para fortalecer la evidencia de violaciones violentas, cuentas con colaboradores útiles y estás constantemente progresando, entonces

Hay planes para establecer otras formas de comunicación entre las regiones y su personal de una manera que cumpla con los objetivos de promover habilidades confiables.

Con respecto al objetivo específico 2 determinar de que manera se relaciona la gestión por competencias con el mercado en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021, se comprobó que si existe una relación moderada entre la gestión por competencias y el mercado ya que se logró una correlación significativa de 0.556 mediante el Rho de Spearman, además que de los 100% encuestados se pudo obtener que el 9.1% identificó al mercado como a veces, el 27.3% identifico al mercado como casi siempre y el 63.6% identifico al mercado como siempre. Estos resultados dan a conocer una relacion positive y no nula.

Para Lamb, Hair y McDaniel (2002), Define el mercado como “personas o empresas que tienen una necesidad o un deseo, la capacidad y la voluntad de comprar” (p. 212). Kotler y Armstrong (2003) definen un mercado como “un grupo de todos los compradores actuales y potenciales de un producto o servicio” (p. 201).

Paredes (2019), El objetivo del estudio es mostrar la compatibilidad del servicio prestado por el empleado a través de los estándares de trabajo en equipo, compromiso social de la organización y reconocimiento a su trabajo. Para ello, parten de la importancia de los empleados en las actividades que se desarrollan en la organización. Por lo tanto, para el estudio se utilizaron mediciones de EPCSU-IP de 5 posiciones adecuadas y precisas. La escala general es neutral (3,54) en un nivel alto: apropiado en el grado de cooperación entre los empleados (3,67), su evaluación del desempeño (3,73) y en contraste con otros factores de liderazgo gerencial (3,45). y la participación de instituciones sociales (3,27). La variable se utilizará como marcador de ergonomía en relación con la gestión en las operaciones.

Por ultimo el objetivo específico 3 es determinar de que manera se relaciona la gestión por competencias con la innovación en Olano Market C.A Maracaibo, Zulia 2021, se comprobó que si existe una relación moderada entre la gestión por competencias y la innovación ya que se logró una correlación

significativa de 0.414 mediante el Rho de Spearman, además que de los 100% encuestados se pudo obtener que el 15.9% identificó a la innovación como a veces, el 38.6% identifico a la innovación como casi siempre y el 45.5% identifico a la innovación como siempre. Los resultados muestran una relacion positive.

El concepto de innovación Thomson (1965) es creativo, aceptando e implementando nuevas ideas, procesos, productos o servicios. Según Lozano (2019) en el estudio, las organizaciones inteligentes con calificaciones, adaptación, innovación, reuniones y competitividad en el medio ambiente, se consideran el factor principal de la organización; Lo mismo, que distingue la efectividad del gobierno en el marco de la organización.

El artículo se refiere a su comunicación comercial y sus elementos básicos, lo que hace que la compañía sea necesario, mejorar el entorno competitivo, observó que está obligado a evaluar la importancia de la comunicación y la comunicación, ayuda a desarrollar información en las organizaciones.

Para Jaca, Zarraga, Liles y Álvarez (2016), investigaciones para determinar si la gestión y el uso efectivos de los datos recopilados de la Compañía contribuirán a vincular los procesos de innovación. De las experiencias de los gerentes empresariales reconocidos como creatividad utilizando la teoría (teoría establecida). La información obtenida a través de los resultados sugirió que la estrategia de la organización promueve la cultura organizativa y los valores relacionados con la innovación. Tenga en cuenta los recursos internos y externos. La cultura y los recursos organizacionales son pilares apoyados que contribuyen al conocimiento. El estudio explica los elementos para apoyar la gestión de la innovación en las potenciales empresas de innovación de origen.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1. Existe una relación significativa entre la gestión de habilidades y la calidad del servicio en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021, que es 0.889 coeficiente de correlación de inicio y 0.000 nivel de significancia, estos son los valores obtenidos del procesamiento de información de herramientas de medición.
- 6.2. La relación obtenida determinar de que manera se relaciona la gestión por competencias y la estrategia en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021. se considera con un coeficiente de correlación estadísticamente significativo de 0,745 y 0,000, lo que llevó a obtener una alta correlación y aceptar la hipótesis alternativa.
- 6.3. La relación obtenida entre la gestión por competencias con el mercado en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021. se considera un coeficiente de correlación estadísticamente significativo de 0,556 y 0,000, lo que llevó a obtener una alta correlación y aceptar la hipótesis alternativa.
- 6.4. El manejo de la gestión por competencias con la innovación en Olano Market SC.A Maracaibo, Zulia 2021. tienen una relación positiva, obteniendo el valor del factor de correlación de 0.414 y el nivel de significancia de 0.005 es menor a 0.01, lo que indica que la hipótesis alternativa es aceptable y la validación de la relación es moderada.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. La gerencia administrativa de Olano Market C.A debera realizar capacitaciones constantes a los trabajadores de su empresa, en la cual exista una participación activa, además de aportar ideas y sugerencias, para asi repotenciar las habilidades que cada uno y con el fin de mejorar su desempeño laboral.
- 7.2. A la gerencia de operaciones se le recomienda una evluacion de sus procesos de gestión, evaluando sistemáticamente la empresa para definir sus objetivos a mediano y largo plazo, esto partiendo de su misión y visión deberán empezar a definir la estrategia de difernciacion a tomar.
- 7.3. Al jefe de operaciones, deberá enfocarse en la gestión de mercadeo para atraer a mas clientes potenciales ademas de fidelizar a los que se tiene, deberá identificar los deseos y necesidades de su mercado, para diseñar una estrategia que se ajuste a su nicho de mercado.
- 7.4. No es suficiente la diferenciacion también es necesaria y útil la innovacion y reinvencción, generando nuevas ideas, procesos, productos y servicios, esto ayudara a una mejor posición frente a la competencia, ademas de una revisión constante de las necesidades del cliente y lograr los objetivos estratégicos de la empresa.

REFERENCIAS

- Alles, M. (2007). *Desarrollo del Talento Humano basado en competencias*. Buenos Aires: Granica
- Arellano, H. (agosto, 2017). Revista científica dominio de las ciencias. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6093282.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3^a. ed). Colombia: Pearson educación.
- Barrera, A. y Ysuiza, M. (2018). Gestión administrativa y calidad de servicio al contribuyente de la municipalidad provincial del alto amazonas, Loreto 2018. (Tesis de maestría). Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/4387/1/barrera_ysuiza.pdf
- Zapata, M. (2016) Desarrollo de sistema integrado de gestión por competencias al staff gerencias en el BIESS- Banco del IESS (tesis para la obtención del título de ingeniería en administración del talento humano) Quito, Ecuador: Universidad tecnológica equinoccial.
- Casa, M. (2015). Gestión por competencia y desempeño laboral del personal administrativo en la municipalidad distrital de san Jeronimo-2015. (Tesis de grado). Recuperado de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/242>
- Hernández, L., Pérez, P., Ballesteros, R. y García, A. (2015). Self-assessment of competences in management education. (Scientific article published in International Journal of Educational Management). Las Palmas de Gran Canaria, Spain: Las Palmas de Gran Canaria University.

- Fernández, E. (2015). calidad en Atención a Usuarios de la Administración Pública.
http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/852/2015_AD_001.pdf?sequence=1
- Paredes, M. (2018) *Habilidades gerenciales en las mypes de calzado paredes, gianpierre y contiex en el distrito el porvenir, Trujillo, año 2017* (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración). Trujillo, Perú: Universidad César Vallejo.
- Arellano H. (2017). *La calidad en el servicio como ventaja competitiva*. (artículo científico publicado en “Dominio de las Ciencias”). Quito, Ecuador: Universidad autónoma de Quito.
- Méndez, C. (2017). Gestión de recursos humanos por competencias en la Cooperativa de ahorro y crédito la inmaculada concepción ubicada en la cabecera departamental de Huehuetenango. (Tesis de grado). Recuperado de
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Mendez-Cessia.pdf>
- Molina, G., Oquendo, T., Rodríguez, S., Montoya, N., Vega, C., Lagos, N., Almanza, Rita., Chavarro, M., Goenaga, E. y Arboleda, G. (mayo, 2016). Revista gerencia política. Recuperado de
<http://www.scielo.org.co/pdf/rgps/v15n30/v15n30a09.pdf>
- Montoya, C. y Boyero, M. (julio-diciembre, 2016). Revista científica visión del futuro recuperado de
<https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>
- Castro, C.; Villacorta, N. y Caja, T. (2018). *Remuneración y calidad de servicio en el hospital regional de pucallpa, 2016*. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Administración). Pucallpa, Perú: Universidad Nacional de Ucayali.
- Salazar, L., Carrasco, T., Correa, W., Carrillo, J., & Velasteguí, E. (2018). *La gestión por competencias una herramienta clave para el desarrollo en*

el sector empresarial. (artículo científico publicado en “Ciencia Digital”).
México DF, México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Devoto, Renzo. (2018). Revista de negocios & economía ingeniería comercial Pontificia UCV-Chile. Recuperado de [http://www.pucv.cl/uuaa/site/artic/20181123/asocfile/20181123195329/a_punedocentecalidaddeserviciopercibidaenelsecto.pdf](http://www.pucv.cl/uuaa/site/artic/20181123/asocfile/20181123195329/a_puntedocentecalidaddeserviciopercibidaenelsecto.pdf)

Fernández, E. (2015). calidad en Atención a Usuarios de la Administración Pública.
http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/852/2015_AD_001.pdf?sequence=1

Salazar, W. y Cabrera, M (2016). *Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la universidad nacional de chimborazo – ecuador*.

Molina, G., Oquendo, T., Rodríguez, S., Montoya, N., Vega, C., Lagos, N., Almanza, Rita., Chavarro, M., Goenaga, E. y Arboleda, G. (mayo, 2016). Revista gerencia política. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rgps/v15n30/v15n30a09.pdf>

Montoya, C. y Boyero, M. (julio-diciembre, 2016). Revista científica visión del futuro recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357947335001.pdf>

Palacio, W., Félix, M., y Ormaza, M. (julio, 2016). *Revista de ECA Sinergia*. Recuperado de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/225/193>

Pereyra, Zulay. (enero-junio, 2011). *Revista Educare*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>

Porras, N. (junio, 2014). Revista de Poiesis. Recuperado de <http://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/poiesis/article/view/1223/1142>

Salazar, L., Carrasco, T., Correa, W., Carrillo, J., y Velastegui, E. (enero, 2018). Revista de ciencia digital. Recuperado de

<http://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/2/2>

Romero, M. (2018). Revista de universidad de Huánuco. Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1024/MISAELEUGENIO%20ROMERO%20VILLASIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rojas, L. (2018). Revista de universidad de Huánuco. Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1020/LUIS%20PAUL%2c%20ROJAS%20GUTIERREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, L. (2019). Gestión por competencias y su relación con el desempeño laboral: caso oficina de logística gobierno regional de Arequipa 2019-Arequipa. (Tesis maestría). Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9346>

Sánchez, M. y Sánchez, M. (octubre, 2016). Revista de la universidad Veracruzana. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>

Sarmiento, S., y Paredes, M. (febrero, 2019). Revista de investigación UNMSM. Recuperado de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/16529/14189>

Sempertegui, H. (2015). Revista horizonte empresarial. Recuperado de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/223/235>

Sotomayor, A. (mayo, 2016). Revista ciencia y tecnología para el desarrollo – UJCM. Recuperado de <https://revistas.ujcm.edu.pe/index.php/rctd/article/view/41/38>

Tarrillo, E. (2016). Gestión por Competencias y Desempeño de los Colaboradores Administrativos de la Empresa ARSO S.A. Distrito de San Miguel, 2016. (Tesis grado). <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/4541>

- Tigani, D. (2006). *La excelencia en servicio*. Recuperado de http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf
- Tonato, B. (2017). *Calidad de Servicio Público en el Ecuador: Caso centro de atención universal del IESS del distrito Metropolitano de Quito, 2014-2016*. (Tesis para el grado de master en gestión pública). Recuperado de <http://repositorio.iaen.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/24000/4385/TESIS-BLANCA%20TONATO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vara, A. (2012). *Desde la idea inicial hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa*. Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. Universidad de San Martín de Porres. Lima. Recuperado de <https://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Vargas, W. (2016). *calidad de servicio que brinda la oficina de recursos humanos en una institución de control fiscal municipal externo del estado de Carabobo, con el propósito de optimizar la atención a sus funcionarios públicos 2016*. (Tesis en especialización gerencia de recursos humanos). Recuperado de <http://riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/4341/1/wvargas.pdf>
- Vera, J. y Trujillo, A. (marzo, 2018). *Revista contaduría y administración*. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v63n2/0186-1042-cya-63-02-00002.pdf>
- Setó, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. España: ESIC Editorial.
- Silva, M. (2016). *Calidad del servicio al cliente en el restaurante "la lomita" tambogrande 2015*. (Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias Administrativas). Piura, Perú: Universidad Nacional de Piura.

ANEXOS

Anexo 1

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Tabla 8: *Operacionalizacion*

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión por Competencias	Según Rios (2016) nos da a conocer que la gestión por competencias es un método que ayuda a administrar e identificar el talento a través de un perfil, teniendo en cuenta los conocimientos, valores y habilidades, necesarias para obtener un rendimiento adecuado en el puesto que ocupara en la organización. (p.23).	Se medirá la gestión por competencias evaluando el conocimiento, valores y habilidades, que demuestre el individuo por medio del cuestionario, teniendo en cuenta el puesto que ocupara este.	Conocimientos	cultura	Ordinal
				competencia	
				ciencia	
			Valores	integridad	
				flexibilidad	
				consistencia	
			Habilidades	aptitud	
talento					
Calidad de Servicio	Seto (2004) nos da a entender que la calidad de servicio es una estrategia que nos da el poder de subsistir en el mercado, en entornos muy	La calidad de servicio se determinará usando el cuestionario y así procesar los datos, que determinara cuál de las dimensiones; estrategia,	Estrategia	procesos	Ordinal
				objetivos	
				efectividad	
			Mercado	oferta	
				demanda	

competitivos, y así resolver las exigencias y necesidades de los clientes sin ningún inconveniente. (p.24)

mercado y competitividad influyen más activamente en la variable

consumidores

eficiencia

innovación

diferenciación

Competitividad

Anexo 2

Instrumento de Recolección de Datos

ENCUESTA SOBRE “GESTIÓN POR COMPETENCIAS”

INSTRUCCIONES: Marque solo una alternativa según considere conveniente.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala del 1 al 5 donde.

1. NUNCA	2. CASI NUNCA	3. A VECES	4. CASI SIEMPRE	5. SIEMPRE
----------	---------------	------------	-----------------	------------

GESTION POR COMPETENCIAS				PORCENTAJES				
Nº	D	ITEMS	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	CONOCIMIENTO	CULTURA	¿Considera UD. Que en la empresa se le trata con cortesía y respeto?					
2		COMPETENCIA	¿Los colaboradores en el establecimiento son expertos en su área?					
3			¿Los colaboradores desarrollan sus funciones y responsabilidades establecidas por la empresa con eficiencia?					
4			¿Para poder brindar atención a los clientes, los colaboradores demuestran conocimientos y experiencia?					
5		CIENCIA	¿Los colaboradores cumplen sus metas asignadas en los tiempos establecidos?					
6	VALORES	INTEGRIDAD	¿Considera usted que los colaboradores realizan sus funciones responsablemente?					
7		FLEXIBILIDAD	¿Considera usted que en el establecimiento le solucionan todas sus dudas y consultas?					
8			¿Los trabajadores de la empresa se adaptan al grupo de trabajo de las diferentes áreas?					
9		CONSISTENCIA	¿Todos los colaboradores de la empresa demuestran su esfuerzo por la mejora continua en la atención?					
10	¿Los trabajadores se adaptan al entorno y dificultades que atraviesan en su labor diaria?							
11	HABILIDAD	APTITUD	¿Considera usted que los colaboradores brindan una buena y oportuna atención?					

12		¿Los trabajos que realiza el personal superan las metas establecidas para cada área?					
13	TALENTO	¿Cree usted tener talento al realizar la función que le designaron en el área en el cual se desempeña?					
14	DESTRI	ENCUESTA SOBRE “<u>ATENCION AL CLIENTE</u>”					

INSTRUCCIONES: Marque solo una alternativa según considere conveniente.

NOTA: Para cada pregunta se considera la escala del 1 al 5 donde.

1. NUNCA	2. CASI NUNCA	3. A VECES	4. CASI SIEMPRE	5. SIEMPRE
----------	---------------	------------	-----------------	------------

CALIDAD DE SERVICIO				PORCENTAJES				
Nº	D	ITEMS	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	ESTRATEGIA	PROCESOS	¿Los procedimientos que se realizan en la empresa satisfacen las expectativas de los clientes?					
3			¿Considera usted que lo objetivos de la empresa permiten una satisfacción del cliente acerca del servicio que se brinda?					
4		OBJETIVOS	¿Los servicios que desarrolla la empresa se cumplen con los tiempos establecidos?					
5			¿Considera usted que el trato que brinda la empresa al cliente es el adecuado?					
6		EFECTIVIDAD	¿Las consultas y soluciones son ejecutadas en los tiempos esperados por los clientes?					
7			¿Los servicios que ofrece el establecimiento cubren las necesidades de los clientes?					
8	MERCADO	OFERTA	¿Los trabajadores están dispuestos a desarrollar los servicios de acuerdo a las necesidades de los clientes?					
9			¿Usted realiza sus compras en el supermercado en el cual labora?					
10		DEMANDA	¿Usted tiene amigos y/o familiares que frecuentan el establecimiento?					
11			¿Recomienda el servicio que brinda el establecimiento a familiares y/o amigos?					
12		CONSUMIDORES	¿Se preocupa por expresar los aspectos positivos de la entidad?					
13	¿Los colaboradores tienen una comunicación fluida con los usuarios del servicio?							

14	INNOVACION	¿Considera usted que la empresa cuenta con los equipos necesarios para una óptima atención al cliente?					
15		¿La infraestructura del establecimiento permite desarrollar los servicios para satisfacer a los clientes?					
16		¿La atención que brinda el establecimiento el mejor al de la competencia?					
17		¿Considera usted que los precios de establecimiento son mejores a los de la competencia?					
18		¿El establecimiento cuenta con las áreas necesarias para la atención al cliente a diferencia que el de la competencia?					

Anexo 3

Validación del Instrumento por expertos

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: BARRIONUEVO INCA ROCA YAVELL ADHEMIR

Institución donde labora : Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac

Especialidad : Administración de Negocios - Finanzas

Instrumento de evaluación : CUESTIONARIO

Autor (s) del instrumento (s): Hoes Leslie Olano Chirinos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN
MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: CLIMA ORGANIZACIONAL en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: CLIMA ORGANIZACIONAL .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: CLIMA ORGANIZACIONAL .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 49

.....de.....de 2021


 UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
 ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

 Mgt. Yavell A. Barrionuevo Inca Roca
 DOCENTE

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

II. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: PAREDES DEL AGUILA, JARDIEL _____

Institución donde labora : UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO _____

Especialidad : MBA _____

Instrumento de evaluación : CUESTIONARIO

Autor (s) del instrumento (s): Hoes Leslie Olano Chirinos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: SATISFACCIÓN LABORAL en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: SATISFACCIÓN LABORAL					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: SATISFACCIÓN LABORAL					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES APLICABLE _____

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

49

Jaén, 19 de OCTUBRE de 2021

MBA. JARDIEL PAREDES DEL AGUILA
Reg. CLAD N° 06472

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: HURTADO SAUÑE NELSON AUGUSTO
 Institución donde labora : VISION EMPRESARIAL -ASESORES & CONSULTORES
 Especialidad : MÁSTER EN DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
 Instrumento de evaluación : CUESTIONARIO
 Autor (s) del instrumento (s): Hoes Leslie Olano Chirinos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN
MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: CLIMA ORGANIZACIONAL en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: CLIMA ORGANIZACIONAL				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: CLIMA ORGANIZACIONAL					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES APLICABLE

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 47

Jaén, __19__ de __OCTUBRE__ de 2021



MBA CPC NELSON A. HURTADO SAUÑE
 Nº DE MAT 95287 CCPL

Permiso para la Elaboración de la Investigación

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

Maracaibo, 04 de OCTUBRE de 2021

OFICIO N° 001-2021-RWC/UCV-UCV

Señor:
SR. GABRIEL OLANO FERNANDEZ
Gerente General de los Supermercados
OLANO MARKET C.A
Presente. –

Asunto : Autorización para brindar las facilidades para la Elaboración de Trabajo de Investigación "**Gestión por Competencias y su influencia en la Mejora de la Calidad del Servicio en Olano Market C.A en la ciudad de Maracaibo, Zulia, 2021**"

Es grato dirigirme a usted saludándolo cordialmente en nombre de la Universidad César Vallejo, haciendo la petición de brindar su autorización y facilidades en la recopilación de información de su empresa "OLANO MARKET C.A" ubicada en la Urb. San Jacinto sector 14, a la tesista la Srta. Hoes Leslie Olano Chirinos identificada con DNI. 71241889 para la elaboración del trabajo de investigación "**Gestión por Competencias y su Influencia en la Mejora de la Calidad del Servicio en Olano Market C.A en la ciudad de Maracaibo, Zulia, 2021**"

Agradeciéndole la atención al presente, hago propicia la oportunidad para expresarle las muestras de mi mayor consideración y estima.

ATENTAMENTE



Hoes Leslie Olano Chirinos
DNI: 71241889

Anexo 5

Carta de consentimiento

OLANO MARKET C.A

Maracaibo, 8 de OCTUBRE de 2021

Investigadora:
Hoes Leslie Olano Chirinos
UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

Presente. -

Por medio de la presente le saluda, Gabriel Olano Fernández identificado con C.I. 20509131; Gerente General de los supermercados OLANO MARKET C.A, aceptando brindarle las facilidades en la recopilación de información de uno de los supermercados Olano Market C.A ubicado en la Urb. San Jacinto sector 14, a la tesista Hoes Leslie Olano Chirinos identificada con DNI. 71241889 para la elaboración de su trabajo de investigación **"Gestión por Competencias y su Influencia en la Mejora de la Calidad del Servicio en Olano Market C.A en la ciudad de Maracaibo, Zulia, 2021"**

Sin más que decir agradezco su atención y garantizo mi compromiso.

ATENTAMENTE



G.G Gabriel Olano Fernandez
C.I: 20509131

Olano Market, C.A.
RIF.: J-412347624