



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Competencias laborales e imagen corporativa de la notaria Gómez Anaya, Comas - 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Santisteban Zeña, Eder Marcelino (ORCID: 0000-0001-7845-3112)

ASESOR:

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

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A mis padres, quienes con su ejemplo y esfuerzo me brindaron lo necesario para conseguir los objetivos que me he propuesto.

Agradecimiento

A Dios, por sostenerme en todas las etapas de mi vida.

A mis padres, por sus consejos, el apoyo constante que me han brindado y su trabajo arduo para convertirme en un hombre de bien.

ÍNDICE

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	20
2.1. Tipo y diseño de investigación	20
2.2. Operacionalización de variables	21
2.3. Población, muestra y muestreo	23
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.5. Procedimiento	25
2.6. Método de análisis de datos	27
2.7. Aspectos éticos	28
III. RESULTADOS	29
IV. DISCUSIÓN	39
V. CONCLUSIONES	42
VI. RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS	44
ANEXOS	49

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. Se alcanzó dicho propósito tomando en cuenta los fundamentos relacionados con las competencias laborales y la imagen corporativa que acotan diversos autores, entre ellos destacan Irigoin & Vargas, y Pinado y Sánchez. Asimismo, se considera la teoría de las competencias laborales expuesta por Mertens.

Metodológicamente, la investigación es de tipo aplicada con un diseño no experimental, transversal puesto que se describió la relación entre variables en un tiempo determinado, asimismo tuvo un alcance correlacional descriptivo, con un enfoque cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 105 clientes que realizaron tramites en el área Protocolar de la notaria Gómez Anaya en el mes de septiembre del año 2019. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario de tipo Likert de 15 preguntas para la variable competencias laborales y 8 preguntas para la variable imagen corporativa. El procesamiento de datos se hizo a través del programa Excel y el SPSS 22. Se llegó a la conclusión que existe relación significativa entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019. Asimismo, la relación es positiva considerable, ya que los clientes indican que las competencias laborales de los colaboradores son buenas, asimismo, la empresa posee una buena imagen hacia el público. Por lo tanto, tener un personal con las competencias laborales adecuadas puede generar una mejor imagen corporativa.

PALABRAS CLAVE: Competencias laborales, Imagen corporativa, Conocimientos, Habilidades, Actitudes.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between labor competencies and the corporate image of the notary Gómez Anaya, Comas - 2019. This purpose was achieved taking into account the fundamentals related to labor competencies and the corporate image defined by various authors These include Irigoin & Vargas, and Pinado and Sánchez. Likewise, the labor competency theory set forth by Mertens is considered.

Methodologically, the research is of a type applied with a non-experimental, transversal design since the relationship between variables was described in a given time, also had a descriptive correlational scope, with a quantitative approach. The sample consisted of 105 clients who carried out procedures in the Protocolary area of the notary Gómez Anaya in the month of September of the year 2019. For the data collection, the survey technique was used, whose instrument was the Likert-type questionnaire of 15 questions for the labor competencies variable and 8 questions for the corporate image variable. The data processing was done through the Excel program and the SPSS 22. It was concluded that there is a significant relationship between labor competencies and the corporate image of the notary Gómez Anaya, Comas - 2019. Likewise, the relationship is considerable positive, as customers indicate that the work skills of employees are good, also, the company has a good image towards the public. Therefore, having a staff with the right job skills can generate a better corporate image.

KEYWORDS: Job skills, Corporate image, Knowledge, Skills, Attitudes

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, en un mercado más competitivo, ha obligado a las empresas no solo pensar en los productos que brinda, sino también en todo lo que lo rodea, las experiencias que se aportan al consumidor, logotipos, colores relacionados con la empresa, entre otros factores, así como las personas que influyen en la misma. La imagen corporativa es uno de los elementos que se consideran importantes dentro de las empresas para alcanzar objetivos. La mayoría de las entidades trabajan de manera eficiente para crear y comunicar una buena imagen corporativa a su entorno interno y externo. Muchos aspectos han aportado a generar importancia de la imagen corporativa; uno de estos es el recurso humano que es parte muy indispensable para llevar a cabo las actividades y el logro de objetivos.

Las competencias laborales se han convertido en un aspecto importante en la actualidad, pues se procura que el colaborador se encuentre dispuesto para cumplir con las expectativas que la organización demanda hacia el logro de sus objetivos; por ello que al momento de contratar personal las organizaciones solicitan una serie de competencias laborales que debe tener el perfil de cada postulante para cubrir un puesto de trabajo, asimismo, muchas de las empresas realizan la evaluación del desempeño por medio de las competencias laborales que posee cada trabajador para conocer lo que sabe, hace y como realiza sus funciones, para luego tomar las acciones de mejora respectivas para el crecimiento de la empresa y el desarrollo profesional de cada uno de ellos.

A nivel global, la carencia de talento humano es un aspecto importante que afecta el desarrollo de las empresas, asimismo, se ha convertido en un obstáculo para la mejora continua y la productividad. Esto indica, que hoy los mercados laborales se vuelven más selectivos y competitivos, asimismo, el proceso de reclutamiento y selección de personal se hace complicado. Hoy en día, en la era digital, se amplía más el uso de la tecnología y ello requiere mayor talento humano. (Miklos y Arroyo, 2015, p. 3).

Por ello, las empresas adoptan estrategias para desarrollar talento, tanto dentro de la misma empresa como fuera de ella. Estas decisiones benefician tanto a la empresa como a al personal. Uno de los objetivos que tienen las empresas es manifestar una buena imagen hacia su público, por lo tanto, es indispensable contar con un buen talento humano para brindar un excelente producto y servicio.

En el ámbito internacional, las empresas cada vez toman la decisión de hacer cambios en su identidad corporativa para reflejar su transformación, abrir una nueva etapa en su negocio o adaptarse a las demandas de los consumidores que se identifican con su marca, a partir de ello se percibe la imagen corporativa de la empresa contribuyendo a que se diferencie de la competencia y a la fidelización de clientes. (Diario Expansión, 2018). El recurso humano es un activo clave para tener una imagen exitosa, es por ello que en la actualidad muchas empresas se han vuelto muy exigentes en el mercado laboral, estas buscan a personas que tengan las competencias necesarias para el desarrollo de actividades en un puesto de trabajo. Sin embargo, existe un desajuste entre las competencias laborales que buscan y las que encuentran, por ejemplo, en España un 72% de las grandes empresas encuentran dificultades para cubrir los puestos de trabajo que ofrecen, ya que las competencias laborales son insuficientes a las que ellos solicitan para un puesto de trabajo; esto se refiere tanto a un nivel de conocimientos insuficientes, como al nivel de capacidades y actitudes profesionales requeridas. (IESE, Business School University of Navarra, 2019).

En la Latinoamérica, hoy en día las organizaciones buscan adaptarse al entorno y superar las expectativas de los consumidores, por ello consideran que es necesario construir una imagen corporativa sólida e impactante frente a su público. Por ejemplo, Falabella S.A. empresa latinoamericana que tiene presencia varios países como Chile, Perú, Colombia, Argentina, Brasil, Uruguay entre otros; decidió renovar su imagen corporativa haciendo cambios en su logo corporativo, inversiones en tecnología y logística como el propósito de simplificar la vida de los consumidores y transformar sus experiencias de compra. (Diario la Tercera, 2019). Asimismo, las empresas consideran al recurso humano como un factor clave que interviene en su imagen corporativa frente al público.

En Perú, las empresas buscan personas que cumplan una larga lista de competencias laborales que se adhieran al ADN de la organización, solicitando, en algunos casos, el apoyo de consultoras o agencias de recursos humanos para que apoyen el proceso de selección. (Diario Correo, 2018). Asimismo, cada día las empresas prosiguen su transformación con una nueva imagen corporativa, esta se ve reflejada en los diferentes aspectos como la buena atención a los clientes, calidad de productos y servicios, respuestas rápidas, contar con trabajadores que tienen buenas competencias laborales, entre otros atributos. En este año, muchas instituciones en el sector de servicios están trabajando constantemente para lograr diferenciarse de otras. Por ejemplo, la Universidad Cesar Vallejo que presentó recientemente

su nueva imagen corporativa, al obtener el licenciamiento que fue otorgado por Superintendencia Nacional de Educación Universitaria (SUNEDU), este logro hace que el público tenga una percepción diferente en cuanto a los diferentes atributos que posee la entidad. (Diario El Peruano, 2019).

La Notaria Gómez Anaya se encuentra ubicada en la Av. Tupac Amaru 5864 - Urbanización repartición, en el Distrito de Comas - Lima. La empresa cuenta con un total de 30 trabajadores y su actividad comercial es brindar servicios notariales al público, clasificándolos en la extensión de Instrumentos Protocolares e Instrumentos Extra Protocolares. Se observa que constantemente los usuarios realizan sus trámites en dicha institución, a pesar que en algunas ocasiones se observa la insatisfacción de los clientes ya sea por el producto no es entregado en el momento acordado o por la demora de atención en el momento indicado, esto ocurre debido a los diferentes factores que pueden suceder en el proceso de las actividades. Lo resaltante que se percibe en el momento que el cliente realiza su reclamo es la falta de eficiencia del trabajador, la comunicación, la coordinación, entre otros. Por ello, es necesario evaluar las competencias de los trabajadores a través de la opinión de los clientes, asimismo como es percibida la imagen corporativa de la notaría. En este sentido, es indispensable determinar si hay relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la notaria Gómez Anaya.

Para ampliar la información se ha revisado antecedentes investigados a nivel internacional y nacional, tales como:

Púm (2018) en su investigación “*Competencias laborales y evaluación del desempeño*”, tesis para obtener el título de licenciado en Psicología Industrial, en la Universidad Rafael Landívar – Guatemala. Su objetivo fue identificar los niveles de las competencias específicas del personal de Auto centro Gutiérrez S.A. La metodología que empleó fue de alcance descriptivo con un enfoque cuantitativo. La población con la que llevo a cabo el estudio estuvo constituida por 22 colaboradores. Para la obtención de datos se aplicó un instrumento llamado cuestionario para la evaluar el desempeño de los trabajadores, lo que permitió medir el nivel de competencias. A partir de los resultados encontrados en el estudio, se concluyó que los colaboradores poseen niveles altos de las competencias específicas establecidas en la empresa.

Herrera (2015) en su tesis “*Competencias Laborales en los colaboradores del departamento de Ventas de Bimbo Centroamérica, Agencia De Huehuetenango*” sustentada

en la Universidad Rafael Landívar – Guatemala, para obtener el título de licenciada en Psicología Industrial. Su propósito de investigación fue determinar el nivel habilidades que tienen los colaboradores de área de ventas de dicha entidad. La metodología que empleó en su estudio fue de un alcance descriptivo. La población de estudio se conformó por 25 colaboradores que integran el área de ventas en la sede de Huehuetenango de Bimbo. Para la obtención de datos se manejó un instrumento llamado cuestionario. Se llegó a concluir que las habilidades que tienen los trabajadores en ventas, están un nivel adecuado para el área, además ello se evidencia en el logro de metas implantadas por la organización.

Paredes (2015) en su tesis *“Las competencias laborales y su incidencia en el rendimiento laboral de los colaboradores de la empresa de seguridad privada EFIPERVIG”*, sustentada en la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador, para obtener el título de Licenciada en Psicología Industrial. La investigación tuvo como propósito identificar las competencias laborales de los colaboradores de la entidad EFIPERVIG. La metodología que se empleó fue con un enfoque cuantitativo, y con un nivel o alcance descriptivo – correlacional. La población estuvo conformada por 71 personas que conforman el área operativa de la empresa. Para la obtención de información de las variables se empleó un instrumento llamado cuestionario. Se concluyó que los colaboradores no tienen las competencias laborales necesarias para las actividades que se requieren en el puesto de trabajo, asimismo la empresa no realiza evaluaciones de desempeño por competencias y por ende se desconocen las razones en el rendimiento laboral.

Paredes (2017) en su tesis *“Competencias del personal operativo y el desempeño laboral en el sector hotelero”* sustentada en la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador, para obtener el grado de Magister en Gestión del Talento Humano. Se abordó como objetivo analizar el nivel actual de las competencias laborales del personal del área operativa en el sector hotelero. La metodología empleada en la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo. La población estuvo conformada por 66 colaboradores de las áreas operativas. Se utilizó un instrumento llamado cuestionario para obtener la información de las variables. Se llegó a la conclusión de que la mayoría de colaboradores (80%) tiene un buen nivel de competencias laborales, se percibe que tienen buenos conocimientos, actitudes y habilidades. Sin embargo para una empresa de sector de servicio se requiere que el personal refleje excelencia en su totalidad ya que las competencias están relacionadas con la calidad de servicio.

Huerta (2015) en su investigación *“Imagen Institucional de la Universidad de Montemorelos percibida por exalumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas”* sustentada en la Universidad de Montemorelos – México, para obtener el título de licenciado en Contaduría Pública. La tesis de investigación tuvo como objetivo conocer el grado de percepción de la imagen institucional de la Universidad de Montemorelos por parte de los exalumnos que trabajan fuera de la institución. La metodología empleada tuvo un alcance descriptivo, con un diseño de investigación no experimental de corte transversal. La población estuvo compuesta por 603 exalumnos de la facultad de ciencias administrativas de dicha institución, con una muestra por conveniencia de 75 egresados. Para la recolección de datos se utilizó un instrumento llamado cuestionario que fue enviado de manera virtual. Se concluyó que la imagen corporativa de la institución estuvo en un rango de bueno y muy bueno, asimismo en cuanto a los indicadores relacionados a la dimensión física debe ser mejorada ya que se percibió en un nivel intermedio.

Lopez (2018) en su tesis *“Marketing social e Imagen de marca en el Instituto de la Vida”*, sustentada en la Universidad de Montemorelos – México, para obtener el grado de Magister en Mercadotecnia. En la investigación se propuso conocer el grado de imagen de marca que perciben los pacientes de la entidad. La metodología tuvo un alcance descriptivo, con un diseño no experimental de corte trasversal. La población estuvo determinada por todos los pacientes, asimismo tuvo una muestra de 123 pacientes. Para la recolección de datos se empleó un instrumento llamado cuestionario en la escala de Likert para la evaluación de la imagen de marca. Se concluyó, que el mayor porcentaje de pacientes perciben que la entidad se preocupa por mantener una buena imagen corporativa.

García y Aguilar (2017) en su tesis *“Nivel de conocimiento del profesional de enfermería en el proceso de cuidado de enfermería en los servicios del hospital Regional II-2”*, sustentada en la Universidad Nacional de Tumbes – Perú, para tener el título profesional de Licenciados en enfermería. En su estudio se plantearon como propósito determinar el nivel de conocimientos de los colaboradores en el proceso de cuidado de enfermería en los servicios del hospital Regional II-2. La metodología empleada en el estudio fue de un enfoque cuantitativo, con un alcance descriptivo y un diseño de investigación no experimental de corte transversal. La población estuvo constituida por 30 colaboradores. Para obtención de resultados se utilizó un instrumento llamado cuestionario. Se llegó a la

conclusión de los conocimientos que poseen los colaboradores de la institución predomina en el nivel medio con el 50%, percibiéndose un problema en la calidad de servicio.

Montalban (2016) en su tesis “*Desempeño laboral de los trabajadores y la satisfacción del cliente del Gimnasio Llife Spa and Fitness S.R.L*”, sustentada en la Universidad de Nacional de Piura – Perú, para obtener el título de Licenciada en Ciencias Administrativas. El objetivo fue analizar como perciben los clientes el desempeño laboral respecto a los factores actitudinales de los trabajadores. La metodología de la investigación se realizó con un diseño no experimental de corte transversal y un alcance descriptivo correlacional. La población estuvo compuesta por 150 clientes que acudieron a la institución en el mes de junio del año 2016. Se aplicó un instrumento llamado cuestionario conformado por 42 preguntas. Se concluyó que los clientes del Gimnasio Llife perciben el desempeño laboral relacionado con los factores actitudinales de los colaboradores en un nivel regular, lo cual refleja que los colaboradores resuelven problemas sin necesidad de ayuda de un superior, brindan una atención adecuada y siempre dominan su trabajo.

Contreras (2017) en sus tesis “*Competencias laborales generales de los trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad -2017*”, sustentada en la Universidad Cesar Vallejo –Perú, para lograr el título profesional de Licenciado en Administración. El autor se planteó como objetivo determinar si los colaboradores de la entidad tienen las competencias laborales necesarias requeridas por sus respectivos puestos laborales. La metodología empleada tuvo un alcance descriptivo, con un diseño de investigación no experimental de corte transversal. La población estuvo constituida por 150 personas, teniendo una muestra de 67 personas. Para la recolección de información se realizó una entrevista a todos los trabajadores. Se llegó a concluir que la mayoría de los trabajadores (73%) de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad no tienen las competencias requeridas por respectivos puestos laborales.

Arias (2017) en su tesis “*La satisfacción de los clientes y la imagen corporativa del retail Maestro Perú, en la ciudad de Tacna*”, sustentada en la Universidad Privada de Tacna – Perú, para obtener el título profesional de Ingeniero comercial. Su objetivo de investigación fue determinar el nivel de imagen corporativa del retail Maestro Perú percibida por parte de los clientes. La metodología de investigación tuvo un alcance correlacional – descriptiva, con un diseño de investigación no experimental de corte transversal. La población se

organizó por 134 clientes frecuentes de dicha entidad, sin embargo tuvo una muestra de 68 clientes. Para la obtención de información se utilizó un instrumento llamado cuestionario. Se concluyó que Maestro Perú S.A. en Tacna, tiene una imagen corporativa regular, por el cual, las primordiales determinantes de la imagen de la institución es el precio y la atención. Es indispensable para la entidad poseer una buena imagen para lograr un espacio y mantenerse en la mente de los consumidores, y poder distinguirse de las entidades competidoras.

Silva (2018) en su investigación “*Competencias laborales y Prestación de Servicios Logísticos en la Red de Salud Villa el Salvador, 2016*”, presentada en la Universidad Cesar Vallejo – Perú, para obtener el grado de Magister en Gestión Pública. Su objetivo fue determinar qué relación existe entre las habilidades del personal con la prestación de servicios logísticos de la red de salud de Villa El Salvador. La metodología de investigación fue de alcance correlacional – descriptivo, con un diseño de investigación no experimental. La población estuvo organizada por 108 personas, de las cuales a 85 personas se recabó información. Se utilizó un instrumento llamado cuestionario para la obtención de datos. Se llegó a concluir que los colaboradores en la Red de Salud de Villa El Salvador tienen un nivel regular en cuanto a las habilidades que poseen en su puesto de trabajo, asimismo hay relación entre habilidades y prestación de servicios.

Choquehuanca (2017) en su tesis “*Percepción de la imagen corporativa de la empresa Sodimac en los integrantes del círculo de especialistas, San Miguel 2017*”, sustentada en la Universidad Cesar Vallejo – Perú, para obtener el título profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación. El estudio de investigación tuvo como objetivo verificar el nivel de percepción que tiene las personas que integran el círculo de especialistas en base a la imagen corporativa de la empresa Sodimac ubicada en el distrito de San Miguel, Lima de 2017. La metodología que utilizó en su investigación fue de alcance descriptivo con enfoque cuantitativo y un diseño de investigación no experimental. La población fue constituida por 180 personas del círculo de especialistas Sodimac entre pintores, carpinteros, albañiles, electricistas y gasfiteros, y solo se empleó a 20 integrantes para recabar información. Se empleó un instrumento llamado cuestionario para la recopilación de información. Se concluyó que hay un buen nivel de percepción con respecto a la imagen corporativa de la empresa Sodimac San Miguel, ya que las personas entrevistadas manifiestan su conformidad con todo lo que la empresa brinda.

Quispe (2018) en su tesis “*Competencias laborales en los trabajadores de una empresa de eventos corporativos y sociales, Lima, 2018*”, sustentada en la Universidad Cesar Vallejo – Perú, para lograr el grado de Magister en Administración de Negocios. El objetivo que se planteó en su estudio fue determinar el nivel de habilidades que tienen los colaboradores de una organización de eventos corporativos y sociales en Lima. La metodología empleada tuvo un diseño de investigación no experimental, con un alcance descriptiva. La población fue constituida por 50 personas, asimismo la muestra correspondió al 100% de la población, es decir la misma cantidad. Para recabar la información se empleó un instrumento llamado cuestionario conformado por 30 preguntas. Se concluyó que las habilidades en los colaboradores de una empresa de eventos corporativos y sociales, tienen un nivel regular en cuanto a su puesto laboral.

Para explicar las variables de estudio, en el presente trabajo de investigación se tratarán conceptos y teorías tales como:

Las competencias laborales, según Mertens (1996), surge en Estados Unidos a finales de los sesenta y a inicios de los setenta, cuando David McClelland, un docente de psicología de la Universidad de Harvard, apreció de que el desempeño en el trabajo y éxito en la vida no era garantizado simplemente con exámenes académicos realizados, por el cual busco otras variables predictoras de éxito. Dichas variables fueron dominadas competencias, y desde luego conforman un campo de estudio para diversas áreas, como la organizacional, la educacional o la salud. (p. 69).

Existen diversos conceptos con respecto a este término. Para Irigoin y Vargas (2002), las competencias laborales, se refiere a la combinación integrada de conocimientos, habilidades y actitudes conducentes a un desempeño adecuado y oportuno en diversos contextos (p.14). Es decir, las competencias en el trabajo son un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes verificables que el colaborador posee, y que se utilizan en el desempeño de una actividad, tarea o función productiva.

Por lo tanto, la competencia laboral no solo consiste en las capacidades que individuo dispone, sino también en movilizarlas para solucionar problemas en diversos contextos. El “saber” no es solo poseer, sino también utilizar, es decir, los conocimientos que posee la persona se deben poner en práctica. Por otro lado, el “saber hacer” no es solo aplicar de manera rutinaria los saberes de la persona, sino saber actuar en el momento oportuno. La

competencia laboral solicita saber encadenar y desencadenar distintas actuaciones y no solamente ejecutarlas. (Salas, Díaz, y Pérez, 2012, “competencia laboral”, Párr. 9).

Entonces la competencia laboral se entiende como la capacidad que tiene el trabajador para ejecutar una actividad o función dentro del entorno laboral. Por ejemplo, no solo basta que la persona aprenda a leer o escribir de manera creativa, sino que tiene que tener la capacidad para ejecutarlo en un trabajo. Por ello, el saber de algo, saber realizarlo y querer hacerlo se entiende como la competencia laboral.

Por otra parte, Sagi-Vela (2004), expone que la competencia laboral es un “conjunto de conocimientos (saber), habilidades (saber hacer) y actitudes (saber estar y querer hacer) que, aplicados en el desempeño de una determinada responsabilidad o aportación profesional, aseguran su buen logro” (p.86).

Sim embargo, existen elementos que se deben tener en cuenta para desarrollar las competencias laborales:

Los recursos materiales e instrumentos, estos son muy esenciales para ejercitar la competencia laboral, sin embargo, no es un elemento constitutivo de la misma, ya que no depende de la competencia en sí misma ni de la persona que la ejerce, sino de la empresa. La empresa tiene que facilitar los recursos e instrumentos a la persona para que tenga un buen desempeño de las competencias laborales. Otro elemento que se considera son las capacidades físicas, que son muy importantes para la realización de determinadas aportaciones laborales, por ejemplo, un ciego nunca podrá utilizar una computadora adecuadamente. (Sagi-Vela, 2004, p.87).

Un colaborador o personal de la empresa es competente en el momento que sabe movilizar recursos personales (conocimientos, habilidades y actitudes) y del entorno (la tecnología, procesos, etc.) para responder a los diferentes contextos; asimismo, cuando realiza acciones según criterios de éxito para el alcance de los objetivos esperados.

Ludeña (2004), manifiesta que la competencia laboral se refiere a la capacidad efectiva para realizar adecuadamente una actividad laboral totalmente identificada, es decir, la competencia laboral hace referencia a la forma en que el personal se desempeña en una situación definida, con absoluto control de esta, de forma particular y acorde a lo esperado. En ello se determinan los conocimientos, habilidades, y actitudes de la persona (p.14).

Existen numerosos tipos de competencias laborales. Para Irigoien y Vargas, (2002, p.60) los criterios que se emplean para tipificarlas pertenecen mayormente por el grado de generalidad o naturaleza de la competencia respecto distintos ámbitos. Se menciona que, según el sistema mexicano, las competencias laborales se clasifican en básicas, genéricas y específicas. Según el sistema francés, se distinguen las competencias profesionales y sociales. En la gestión por competencias a nivel de empresas, se distinguen las competencias centrales y auxiliares. Entre otras.

Este estudio se centra en analizar las competencias dentro de un área laboral de la empresa (área Protocolar). Por lo tanto, se emplea el tipo de competencias laborales según el sistema mexicano.

Según INTECAP, (como se citó en López y Chaparro, 2006, p.267), las competencias básicas son aquellas de índole formativo que la persona necesita para desempeñarse en cualquier actividad laboral., comprende la capacidad de leer, expresarse y escuchar adecuadamente, interpretar texto, etc. Por consiguiente, las competencias genéricas son aquellas que están asociadas al desarrollo de varias áreas laborales, sin tener en cuenta los aspectos concretos que caracterizan cada puesto de trabajo., por ejemplo, hacer un análisis y valuación de información, el trabajo en equipo, aprendizaje continuo, orientación a resultados, planear acciones, resolución de problemas, comunicación, adaptabilidad, creatividad, inteligencia emocional, etc. Y, por último, Las competencias específicas o laborales, se refieren a aquellas que son indispensables en ocupaciones específicas para la ejecución de una función productiva., por ejemplo, atención al cliente, conocimientos de ofimática, etc.

Por lo tanto, la competencia laboral se refiere a la capacidad que tiene el colaborador para utilizar los conocimientos, habilidades y actitudes desarrollados a través del proceso educacional y la experiencia laboral, para identificar y solucionar los problemas que enfrenta al momento de desempeñarse en el ámbito laboral.

Existen varias formas de evaluar las competencias laborales de la persona. Para Arribas (2018, párr. 3), “La evaluación por competencias suele incluir una amplia variedad de técnicas cuya principal finalidad es determinar los comportamientos que la persona es capaz de manifestar en su puesto de trabajo. [...]”. Las técnicas más usadas son la entrevista, las

evaluaciones tipo 360°, las muestras de trabajo, las dinámicas de grupo, la observación, entre otras.

Una de las maneras de realizar la evaluación de las competencias laborales del individuo es mediante la observación del comportamiento en situaciones de trabajo. Asimismo, se puede apreciar indirectamente evaluando los factores que determinan el comportamiento del individuo, por ello trae consigo identificar antes cuales son los comportamientos indispensables en un puesto laboral.

Alles (2008, p.154), manifiesta que los clientes son uno de los miembros que participan en la evaluación de las competencias de los colaboradores. Esto se sostiene, ya que Correa (2011, p.5) expone que una de las formas de la evaluación de las competencias que posee el colaborador es a través de las encuestas de opinión o de percepción, que pueden ser aplicadas a los consumidores o al mismo trabajador.

Por ello, Las competencias laborales en la Notaria Gómez Anaya se evaluarán en base a la percepción que tiene los consumidores sobre su desempeño laboral del personal. Según el Ministerio de Trabajo y Promoción de Empleo (2016, párr. 1), evaluar las competencias laborales implica que el individuo acepte acceder a un proceso de evaluación con el propósito de comparar su desempeño, los conocimientos, habilidades y actitudes con respecto a las unidades de competencia de un puesto de trabajo. Mediante ello, se busca evidenciar de manera objetiva el desempeño laboral, lograr un juicio y diagnóstico sobre las competencias laborales, como también conocer las brechas existentes en el desempeño y que requieren capacitación.

En el estudio de investigación se ha considerado tres dimensiones en la variable competencias laborales, tales como los conocimientos, habilidades y actitudes laborales.

Según Chiavenato (2007, p.408), los Conocimientos laborales se entiende como la combinación de experiencia, valores, información contextual y de entendimiento que tiene un individuo y que le proporciona una estructura para evaluar e integrar recientes experiencias e información. El conocimiento se genera y aplica en el intelecto de los conocedores. En las empresas, el conocimiento está en las normas, documentos, procesos y rutinas organizativas, además, procede a la acción para el desarrollo de los productos, la toma de decisiones acertadas, la formulación de estrategias, las operaciones, la logística empleada, etc.

Los conocimientos laborales se refieren a las teorías, los procesos, las normas, entre otras. Es la información necesaria y relevante que el colaborador debe poseer, comprender y dominar para tener un desempeño competente y consistente en el tiempo.

Los conocimientos que están orientados a la actividad dentro del Área Protocolar de la Notaría Gómez Anaya son los siguientes:

Conceptos legales y notariales, es la información relevante en la rama de derecho que posee la persona para poder desarrollar su actividad laboral. Esta información se posee tanto en la experiencia laboral como de índole formativo (universidad, capacitaciones, etc.).

Servicio de la empresa, se entiende como el producto que tiene la empresa a brindar al mercado. De este modo, Ramírez, Santovenia, Figueroa y Vega (2008, p.26), lo definen como aquellas actividades intangibles que un aparte ofrece a otra con el fin de satisfacer una necesidad.

Estructura Organizacional, es la forma en que la empresa está gestionada en áreas o departamentos de acuerdo a las actividades. De tal forma, Robbins y Judge (2009, p.519), lo manifiesta como la forma en que la forma en que se dividen, agrupa y coordinan las tareas en las actividades de la empresa.

Tesorería, es el lugar o área que tiene la empresa, en la cual se encarga de organizar y gestionar las acciones relacionadas con las operaciones monetarias o flujos de caja. Para Atencio (2015, P.2), es una unidad estratégica que maneja en forma efectiva y eficiente los recursos financieros de la empresa, entradas y salidas de dinero.

Atención al cliente, es la interacción que tiene la organización con la persona que solicita un servicio con el fin de manifestar una oportuna información. Según Najul (2011, p.26), la atención al cliente debe ser adecuada, brindando una información veraz, concreta y precisa, con un buen nivel de atención para que los clientes que reciben la información tengan idea del producto y además de la calidad del capital humano con el que establece relación comercial.

Alles (2008, p61). “la habilidad es la capacidad de desempeñar cierta tarea física o mental”,. es así que las habilidades laborales se refieren a la capacidad de hacer algo bien, y la manera en que la persona elige, utiliza y aplica el conocimiento en diferentes circunstancias, es decir,

no basta que la persona tenga el conocimiento de un objeto o actividad a desarrollar, sino que además demuestre la forma o el saber cómo hacer.

Asimismo, el Diccionario de la Lengua Española (2014), nos dice que la habilidad es la capacidad y disposición que presenta la persona para hacer algo o ejecutar una actividad vinculada con la destreza. Entonces, la habilidad se entiende como la capacidad que tiene el individuo para efectuar determinadas tareas; quien la posea da muestras de una aptitud innata o desarrollada, un talento, destreza o gracia para realizar ciertas labores, tareas o actividades; asimismo, está presente en menor o mayor medida en todas las personas.

Villanueva (2012), acota que la habilidad puede ser innata, es decir, aquella que ha sido heredada de algún familiar o transmitida genéticamente, o también, puede ser una habilidad desarrollada, que significa que ha sido adquirida mediante la práctica y el entrenamiento (p.1). En todo caso, una persona por más habilidad innata que tenga, siempre se requiere fomentarla para poder desarrollarla y es necesario trabajarla con el paso del tiempo mediante el entrenamiento como las capacitaciones.

Las principales habilidades percibidas en el área Protocolar de la notaria Gómez Anaya son las siguientes:

Comunicación: capacidad que tiene la persona de intercambiar información de forma verbal o escrita con personal dentro o fuera de la organización. Según Duque (2005, p.10) se refiere a que el personal debe mantener a los consumidores informados empleando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos.

Organización: es la habilidad que tiene la persona para planificar y priorizar tareas. Por ello, Erbes, Roitter y Delfini (2015, p.105), expresan que la organización en el trabajo es la conformación intencional que se realiza de las diversas tareas y responsabilidades que tiene la persona, determinando su estructura de forma que se alcancen los objetivos determinados por la organización.

Trabajo en equipo: es la habilidad que tiene el individuo para participar activamente de un objetivo. Supone facilidad para la relación con los demás compañeros de grupo en el cual coopera para lograr un fin.

Solución de problemas: capacidad que tiene la persona de tomar decisiones con el propósito de evitar y solucionar los posibles incidentes que puedan ocurrir en el progreso de las actividades laborales.

Análisis y procesamiento de información, es la capacidad que tiene el ser humano para hacer un análisis lógico y reconocer la información significativa, seleccionar que contenido resulta de interés.

Tobón (2013, p107). Las actitudes se refieren a las disposiciones afectivas a la acción. Estas constituyen el motor que promueve el comportamiento del individuo para hacer las cosas, en lo cual impulsan a la toma de decisiones y a efectuar un determinado tipo de comportamiento de acuerdo a las circunstancias que se presentan en un determinado momento. Estas no se pueden observar de forma directa, ya que se detectan a partir de la manera de comportarse las personas, qué dicen, cómo es su comunicación no verbal, es decir los gestos, las posiciones corporales, señalizaciones, entre otros aspectos que muestra la persona frente a otro individuo y en el desarrollo de sus actividades.

Las actitudes son formas habituales de sentir pensar y comportarse de acuerdo a un conjunto de valores que se van adoptando con el paso del tiempo en la vida, a través de experiencias y la educación recibida. La actitud es la manifestación o el ánimo que tiene el individuo con el que frecuenta una determinada situación, esta puede ser positiva o negativa. Por ejemplo, Pérez tiene la motivación en el estudio de las redes informáticas, porque se le observa autocapacitándose de manera constante en esa área. Por otro lado, en el caso de un empleado de ventas ante las críticas del cliente, siempre muestra humildad.

Según Chávez (2015, p12), la actitud laboral “es una serie compleja de sentimientos, creencias y tendencias en el comportamiento del trabajador hacia las situaciones, personas u personas u objetos del entorno de trabajo”. Esta se determina por la percepción que el colaborador tiene de su entorno.

Anticipar los problemas: es la actitud que tiene la persona para evitar inconvenientes en el transcurso de su actividad laboral. Es importante que la persona sea precavida y se concentre en sus funciones a realizar.

Ser honesto y directo: es la actitud que tiene la persona de establecer relaciones basadas en la honestidad y ser realistas con otros. Que sus acciones sean consecuentes con sus palabras.

Responsabilidad: es la capacidad que tiene la persona de poder cumplir con sus actividades. Está asociada al compromiso.

Compromiso: es un acuerdo que tiene la persona con una o más partes ante un hecho o situación. Es la capacidad que tiene la persona para identificarse con su trabajo, le interesa lo que realiza.

Empatía: es la capacidad que tiene la persona de percibir, compartir y comprender lo que otros pueden sentir. Según Balart (2016, p.86), esta se entiende como la capacidad de la persona para comprender las necesidades, los sentimientos y problemas de los otros, situándose en su lugar, y de esa forma ser capaz de responder adecuadamente.

La imagen corporativa es una “representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía” (Pintado y Sánchez, 2013, p18).

Los atributos referentes a la empresa pueden variar y coincidir con la unión de atributos ideal que tiene dicha persona. Asimismo, esa representación mental hace referencia algo que se manifiesta internamente en el individuo. El individuo puede poseer una imagen única de una organización o entidad, ya que ha tenido varios contactos con la empresa a través de diferentes vías, como, por ejemplo, la publicidad, las experiencias en la empresa, la presentación del producto, etc. Es así que todo ello tiene relación con la imagen de la entidad. (Pintado y Sánchez, 2013, p19).

Según Visser (Citado en Gutiérrez y Cáceres, 2017, p.12), para hablar de imagen corporativa hace una comparación entre la empresa y una persona. Esa así que la persona se viste, interactúa y tiene algún estilo, y en base ello genera una percepción diferente en cada individuo que lo rodea.

La imagen corporativa se entiende como la estructura o representación mental sobre una empresa que tiene el público. Además, está compuesta por una agrupación de atributos que el público utiliza para verificar y diferenciar a una empresa de otras. (Capriotti, 2013, p.57).

Entonces la imagen corporativa, hace referencia a cómo el público percibe a una determinada empresa enfocándose en ella los atributos que posee; estos abarcan desde la infraestructura, el logotipo, la tecnología, hasta la manera en la que su personal trata o atiende a los clientes.

Muchos utilizan tanto a la identidad corporativa con la imagen corporativa como términos similares. Sin embargo, hay diferencias en las cuales se encuentran:

La identidad corporativa se refiere a lo que la organización comunica al público, es decir lo que es. Desde ese punto se configura la imagen corporativa, ya que como se explica que esta se relaciona con la percepción que tienen las personas, pasando hacer parte de su pensamiento y realizar diferencias entre las otras empresas. (Pintado y Sánchez, 2013, p20). Por lo tanto, entendemos que imagen corporativa se refiere a como las personas ven a la organización, y la identidad corporativa hace relación a lo que es la organización.

La imagen corporativa se puede expresar en un sinnúmero de elementos que posee la organización y que son percibidos por los consumidores. Las dimensiones son elegidas en base a conveniencia para el estudio de la investigación. Estas son las siguientes dimensiones:

Servicios ofrecidos, esta se compone de diferentes elementos que permiten al consumidor identificar claramente a la empresa. Esta comprende afirmaciones relacionadas con el producto, es decir, brindar bienes y servicios de buena calidad; brindar un buen servicio en diferentes ocasiones; se esfuerza por implementar nuevas alternativas de servicios, variedad de productos, complejidad del producto; precios competitivos; facilidad de acceso al producto; servicio al cliente (satisfacción del cliente con los servicios de atención brindados, gestión de reclamaciones), entre otros (Salmones, y Bosques, 2014, p. 125).

Estos son factores indispensables, ya que tanto el producto en sí, como su presentación a través de envases o brindarlo por diferentes medios, tienen mucha incidencia en la toma de decisiones de compra y consumo de los clientes.

Entorno físico, en esta dimensión abarcan los recursos materiales que cuenta la empresa, son aquellos bienes tangibles que tiene la organización para poder brindar sus servicios. En este aspecto abarca: los medios de comunicación con el cliente (teléfonos), medios para realizar el producto (equipos); la infraestructura de la empresa, las oficinas. Asimismo, en este aspecto abraza el lugar o zona en donde está ubicada la organización (Salmones, y Bosques, 2014, p. 125).

La imagen social, se expresa como las referencias que tiene la sociedad de la empresa según la información que obtiene tanto de manera directa como indirecta. En esta dimensión abarcan los atributos que tienen relación con la inversión en causas sociales y el compromiso que tiene la empresa con el medio ambiente, esta implica conducta social ya que la empresa demuestra preocupación el bienestar del público, se preocupa por el medio ambiente, realiza manifestaciones públicas correctas, contribuciones sociales, aportando dinero para la

educación, salud y necesidades de la sociedad, asimismo para organizaciones culturales, música, entre otros. (Salmones, y Bosques, 2014, p. 125).

Por lo expuesto anteriormente la interrogante que rige la presente investigación será: ¿Cuál es relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?

Asimismo, los problemas específicos son: ¿Cuál es la relación entre los conocimientos laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?, ¿Cuál es la relación entre las habilidades laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?, y ¿Cuál es la relación entre las actitudes laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?

Por lo tanto, esta investigación se justifica porque brinda una importancia teórica, al afirmar las teorías existentes aplicadas en la gestión del talento humano y el marketing en las organizaciones. Por ello, en el estudio se indican conceptos relevantes sobre las competencias laborales y la imagen corporativa para mejorar el conocimiento de dichas variables, ya que para poder hacer una investigación se necesita conocer específicamente cada variable. Es así que diferentes autores acotan con sus respectivos puntos de vista en relación de cada una de las variables mencionadas, indicando la importancia de la evaluación de las competencias laborales en el personal mediante la percepción de los consumidores y la relación con la imagen corporativa para alcanzar de los objetivos organizacionales.

Para el desarrollo de la investigación se tiene en cuenta dos variables, la primera es las competencias laborales y la segunda imagen corporativa. El estudio es de enfoque cuantitativo, con un alcance correlacional – descriptivo y un diseño no experimental de corte transversal. Para determinar cuál es la relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa percibida por los clientes, se realizará una encuesta por medio de un instrumento llamado cuestionario con la escala de Likert, que permitirá realizar una serie de preguntas a cada uno de los consumidores potenciales de la empresa para que puedan responder de forma confidencial mediante su opinión ante los trabajos que se realizan en la entidad en cuanto a las variables mencionadas. Ya obtenidos los datos, se analizarán mediante el programa de SPSS obteniendo los resultados para luego graficarlos mediante cuadros estadísticos y sacar las conclusiones. Es por ello que este estudio ayudará a futuros proyectos de investigación ya que se realizarán comparaciones con otros estudios o se aplicará esta metodología

ayudando a que el investigador no solo exprese datos, sino que realice un análisis conjunto con las variables aplicadas en las organizaciones.

Con el trabajo de investigación, a través de los resultados finales contribuye a que la empresa en estudio tenga conocimiento de la perspectiva que tienen los consumidores acerca de las variables en estudio como es las competencias laborales e imagen corporativa, ayudando así a que los gerentes tomen las decisiones respectivas para que su personal pueda desempeñar bien sus actividades ante los consumidores y mantener una buena imagen institucional para el logro de los fines planteados.

Asimismo, ayudará a que las organizaciones realicen un análisis acerca de la relación que existe entre las competencias laborales y la imagen corporativa, ya que hoy en día los clientes son muy exigentes en cuanto al bien o servicio que consumen, es por ello que deben adaptarse a los cambios que se generan en el entorno y los colaboradores deben estar preparados ante esos cambios para poder realizar bien su trabajo, contribuyendo a que la empresa tenga una buena imagen ante el público. Por otro lado, el trabajo contribuye a ampliar los datos sobre las variables para que otros investigadores tengan una base óptima de lo aplicado en el presente estudio, para futuras investigaciones que se puedan realizar con las mismas variables.

La presente investigación tiene supuestos tales como: Hipótesis general, en ella se plantea una hipótesis alterna (H_i): Las competencias laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019., asimismo se plantea una hipótesis nula (H_o): Las competencias laborales no se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. Por consiguiente, se formulan hipótesis específicas, H_i: Los conocimientos laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. H_o: Los conocimientos laborales no se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. H_i: Las habilidades laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. H_o: Las habilidades laborales no se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. H_i: Las actitudes laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. H_o: Las actitudes laborales no se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Teniendo como referencia importante a la problemática expuesta se ha determinado el objetivo general lo cual pretende alcanzar este trabajo de investigación: Determinar la relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019., asimismo tenemos los siguientes objetivos específicos: Identificar la relación de los conocimientos laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. Analizar la relación de las habilidades laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. Evaluar la relación de las actitudes laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y Diseño de investigación

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010), dicen que la investigación no experimental son estudios que se llevan a cabo sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos o situaciones ya existentes para luego analizarlos. Asimismo, en los diseños de investigación no experimentales – transversales se recolectan datos en un determinado tiempo. (p.149).

Por ello, el diseño de investigación que se utilizó en el estudio es no experimental - transversal puesto que no se manipulará ninguna variable, ya que solo se observarán, analizarán y describirán las variables en un momento dado.

En los estudios descriptivos se basa en detallar las propiedades, los perfiles o características importantes de los individuos, sociedad o cualquier otro fenómeno que este sujeto a un análisis. Se realizan situaciones, acontecimientos o hechos, recolectando datos sobre una colección de preguntas y se realizan mediciones sobre ellas, buscan precisar las propiedades, características, aspectos y rasgos fundamentales de cualquier fenómeno sometido a un análisis. Asimismo, en los estudios correlacionales cuantitativos se evalúa y mide el grado de relación entre dos o más variables que participan en el estudio para luego medir y hacer un análisis de esas correlaciones y evaluar los resultados. (Cortés y Iglesias, 2004, p. 20).

Por lo tanto, el trabajo de investigación es de un alcance descriptivo, puesto que se va a analizar los datos recabados en la investigación “Competencias laborales e Imagen Corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019” para solo describirlos en un momento respectivo. Además, es un estudio correlacional porque se medirá y evaluará la relación que existe entre las variables mencionadas.

Del mismo modo, la investigación es de enfoque cuantitativo, ya que se recoge datos cuantitativos en la encuesta dirigida a los consumidores de la Notaria Gómez Anaya con un cuestionario de preguntas cerradas. Según Hernández, et al. (2010), la investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los datos, nos otorga un control de los fenómenos, facilitando la comparación de estudios idénticos. (p.16).

Por otra parte, la investigación es de tipo aplicada ya que se encuentra ligada con la investigación básica, en la cual depende los sus descubrimientos y aportes teóricos para llevar a cabo la solución de los problemas. (Valderrama, 2013, p.164). Es decir, la investigación básica tiene como fin obtener y recopilar información para ir construyendo una base de conocimientos, en cambio la investigación aplicada tiene como finalidad resolver un problema en base a la obtención de conocimientos (investigación básica).

2.2. Operacionalización de variables

Variable1: Competencias Laborales

Las competencias laborales que es la combinación integrada de conocimientos, habilidades y actitudes conducentes a un desempeño adecuado y oportuno en diversos contextos (Irigoin y Vargas, 2002, p14).

Variable 2: Imagen Corporativa

La imagen corporativa es una “representación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía” (Pintado y Sánchez, 2013, p18)

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: COMPETENCIAS LABORALES E IMAGEN CORPORATIVA DE LA NOTARIA GOMEZ ANAYA, COMAS - 2019

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS Y VARIABLES	VARIABLES E INDICADORES																																																														
<p>Problema general: ¿Cuál es relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>A) ¿Cuál es la relación entre los conocimientos laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?</p> <p>B) ¿Cuál es la relación entre las habilidades laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?</p> <p>C) ¿Cuál es la relación entre las actitudes laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>A. Identificar la relación de los conocimientos laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.</p> <p>B. Analizar la relación de las habilidades laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.</p> <p>C. Evaluar la relación las actitudes laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.</p>	<p>Hipótesis General: Las competencias laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019</p> <p>Hipótesis Específicas:</p> <p>H1. Los conocimientos laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.</p> <p>H2. Las habilidades laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.</p> <p>H3. Las actitudes laborales relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.</p> <p>1.-Variable 1</p> <p>LAS COMPETENCIAS LABORALES Se refieren a la combinación integrada de conocimientos, habilidades y actitudes conducentes a un desempeño adecuado y oportuno en diversos contextos (Irigoin y Vargas, 2002, p14).</p> <p>2.-Variable 2</p> <p>LA IMAGEN CORPORATIVA La imagen corporativa es una “representación metal que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía” (Pintado y Sánchez, 2013, p18).</p>	<p>VARIABLE (1): COMPETENCIAS LABORALES</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #d9e1f2;"> <th style="width: 25%;">DIMENSIONES</th> <th style="width: 25%;">INDICADORES</th> <th style="width: 10%;">ÍTEMS</th> <th style="width: 40%;">ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5" style="text-align: center;">I. Conocimientos</td> <td>Conceptos legales y notariales</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td rowspan="10" style="text-align: center;">INDICES 5.Siempre 4.Casi siempre 3.Avees 2.Casi nunca 1.Nunca</td> </tr> <tr> <td>Servicio de la empresa</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td>Estructura organizacional</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Tesorería</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td>Atención al cliente</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">II. Habilidades</td> <td>Comunicación</td> <td style="text-align: center;">6</td> </tr> <tr> <td>Organización</td> <td style="text-align: center;">7</td> </tr> <tr> <td>Trabajo en equipo</td> <td style="text-align: center;">8</td> </tr> <tr> <td rowspan="7" style="text-align: center;">III. Actitudes</td> <td>Solución de problemas</td> <td style="text-align: center;">9</td> </tr> <tr> <td>Análisis y procesamiento de información</td> <td style="text-align: center;">10</td> <td rowspan="7" style="text-align: center;">VALORES 1.Mala 2.Regular 3.Buena</td> </tr> <tr> <td>Anticipar los problemas</td> <td style="text-align: center;">11</td> </tr> <tr> <td>Ser honesto y directo</td> <td style="text-align: center;">12</td> </tr> <tr> <td>Responsabilidad</td> <td style="text-align: center;">13</td> </tr> <tr> <td>Compromiso</td> <td style="text-align: center;">14</td> </tr> <tr> <td>Empatía</td> <td style="text-align: center;">15</td> </tr> </tbody> </table> <p>VARIABLE 2: IMAGEN CORPORATIVA</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr style="background-color: #d9e1f2;"> <th style="width: 25%;">DIMENSIONES</th> <th style="width: 25%;">INDICADORES</th> <th style="width: 10%;">ÍTEMS</th> <th style="width: 40%;">ESCALA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2" style="text-align: center;">IV. Servicios ofrecidos</td> <td>Presentación del producto</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td rowspan="6" style="text-align: center;">INDICES 5.Siempre 4.Casi siempre 3.Avees 2.Casi nunca 1.Nunca</td> </tr> <tr> <td>Precios del servicio</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td rowspan="2" style="text-align: center;">V. entorno físico</td> <td>Acceso fácil a los servicios</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Infraestructura</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center;">VI. Imagen social</td> <td>Espacio disponible</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td rowspan="3" style="text-align: center;">VALORES 1.Mala 2.Regular 3.Buena</td> </tr> <tr> <td>Equipos tecnológicos</td> <td style="text-align: center;">6</td> </tr> <tr> <td>Medio ambiente</td> <td style="text-align: center;">7,8</td> </tr> </tbody> </table>	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	I. Conocimientos	Conceptos legales y notariales	1	INDICES 5.Siempre 4.Casi siempre 3.Avees 2.Casi nunca 1.Nunca	Servicio de la empresa	2	Estructura organizacional	3	Tesorería	4	Atención al cliente	5	II. Habilidades	Comunicación	6	Organización	7	Trabajo en equipo	8	III. Actitudes	Solución de problemas	9	Análisis y procesamiento de información	10	VALORES 1.Mala 2.Regular 3.Buena	Anticipar los problemas	11	Ser honesto y directo	12	Responsabilidad	13	Compromiso	14	Empatía	15	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA	IV. Servicios ofrecidos	Presentación del producto	1	INDICES 5.Siempre 4.Casi siempre 3.Avees 2.Casi nunca 1.Nunca	Precios del servicio	2	V. entorno físico	Acceso fácil a los servicios	3	Infraestructura	4	VI. Imagen social	Espacio disponible	5	VALORES 1.Mala 2.Regular 3.Buena	Equipos tecnológicos	6	Medio ambiente	7,8
DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA																																																														
I. Conocimientos	Conceptos legales y notariales	1	INDICES 5.Siempre 4.Casi siempre 3.Avees 2.Casi nunca 1.Nunca																																																														
	Servicio de la empresa	2																																																															
	Estructura organizacional	3																																																															
	Tesorería	4																																																															
	Atención al cliente	5																																																															
II. Habilidades	Comunicación	6																																																															
	Organización	7																																																															
	Trabajo en equipo	8																																																															
III. Actitudes	Solución de problemas	9																																																															
	Análisis y procesamiento de información	10		VALORES 1.Mala 2.Regular 3.Buena																																																													
	Anticipar los problemas	11																																																															
	Ser honesto y directo	12																																																															
	Responsabilidad	13																																																															
	Compromiso	14																																																															
	Empatía	15																																																															
DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA																																																														
IV. Servicios ofrecidos	Presentación del producto	1	INDICES 5.Siempre 4.Casi siempre 3.Avees 2.Casi nunca 1.Nunca																																																														
	Precios del servicio	2																																																															
V. entorno físico	Acceso fácil a los servicios	3																																																															
	Infraestructura	4																																																															
VI. Imagen social	Espacio disponible	5		VALORES 1.Mala 2.Regular 3.Buena																																																													
	Equipos tecnológicos	6																																																															
	Medio ambiente	7,8																																																															

2.3. Población, muestra y muestreo

Para Hernández, et al. (2010), la “población es conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174). Es decir, es un conjunto de todas las unidades de observación o análisis (como por ejemplo personas, animales, objetos, etc.), cuyas características que se observan se van a estudiar. Una población se determina en términos de su contenido, extensión y tiempo.

La población de estudio está establecida por todas las personas que acuden a realizar trámites en el área Protocolar de la notaria Gómez Anaya, Comas - 2019.

Según Hernández, et al. (2010), la muestra se entiende como un subgrupo o parte de la población debidamente elegida, en ella se realiza la recolección de datos, esta tiene que definirse y delimitarse, además es representativa de la población. (p.173). Para efectos del estudio contaremos con una muestra probabilística para aplicarla en el trabajo de investigación, por ello es resultante llevar a cabo el muestreo aleatorio simple.

En las muestras probabilísticas todas las unidades tienen probabilidad de participar en la muestra, la elección de cada unidad es independiente de las demás, y se obtiene definiendo las características relacionadas a la población y el tamaño de la muestra y por medio de una selección aleatoria de las unidades de análisis. (Hernández, et al., 2010, p.176).

Para encontrar la muestra se aplicará el muestreo aleatorio simple con una confianza de 95% y un máximo error de 5 %.

La fórmula que se utilizó para determinar la muestra es para poblaciones conocidas. Para determinar la población se tuvo como referencia el ingreso de trámites realizados en el área protocolar del último año. Según el “Sistema de Gestión Notarial”, software que maneja la notaria para registrar el ingreso de tramites notariales y sus clientes, en el año anterior tuvo un ingreso aproximado de 5000 tramites en el área protocolar. Sin embargo, con respecto al instrumento de evaluación aplicado en un determinado momento (aproximadamente un mes), el total de los tramites ingresados se dividen entre los 12 meses, por el cual obtenemos una distribución poblacional de 400 tramites ingresados por mes aproximadamente.

Tabla 1

Distribución poblacional de los tramites ingresados en el área protocolar de la Notaría Gómez Anaya notaria con respecto a un mes del año 2018.

Notaría Gómez Anaya	
Año	N ° Tramites
2018	400

Fuente: Elaboración propia

Según Bernal (2010, p.183), la muestra se puede hallar aplicando la siguiente formula:

Formula estadística

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{e^2(N - 1) + Z^2 p \cdot q}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: tamaño de la población = 400

Z: el nivel de confianza 95% = 1.96

p: proporción de personas que presentan el fenómeno en estudio = 0.9 (90%)

q: proporción de fracaso = 0.1 (10%)

e: error 5% =0.05

Entones:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.9 * 0.1 * 400}{0.05^2(400 - 1) + 1.96^2 * 0.09 * 0.1} = 105 \text{ usuarios}$$

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

La técnica a usar en el estudio de investigación es la encuesta, en esta se proporcionan directamente preguntas a las personas a fin de que las respuestas sean las adecuadas para

determinar la correlación de las variables de investigación. Esta se aplicó a 105 usuarios que solicitan el servicio en el área protocolar de la Notaría Gómez Anaya, Comas – 2019.

Según López y Fachelli (2015, p8), la encuesta se entiende como una técnica de recojo de datos por medio de la interrogación de los individuos con el fin de obtener medidas de las variables que se derivan de una problemática de investigación anticipadamente construida. La recolección de los datos se realiza en base a un cuestionario.

Para Valderrama (2013, p.195), los instrumentos para recolectar datos se refieren a las herramientas o medios materiales que utiliza la persona investigadora para recoger y almacenar la información. Algunos de ellos son: el cuestionario, lista de cotejo, guía para entrevista, etc.

Según Bernal (2010, p250). El cuestionario se entiende como una serie de preguntas diseñadas (cerradas, abiertas, de opción múltiple, de grados, etc.) para generar los datos necesarios, con la finalidad de alcanzar los objetivos del estudio de investigación. Por ello, que el instrumento empleado para obtener la información al estudio de investigación es mediante el cuestionario conformado por 15 preguntas cerradas para la primera variable y 8 preguntas para segunda variable, con la escala de Likert.

Hernández, et al. (2010, p201), la validez es el grado en que un instrumento realmente mide la variable que se intenta medir. Si se está midiendo lo que se pretende medir, entonces su medida es válida; si no, evidentemente padece de validez. Se puede tener 3 tipo de validez: validez de contenido, validez de criterio y la validez de constructo.

En este sentido se validó el instrumento llamado cuestionario para que tenga grado óptimo de aplicabilidad, el instrumento se validó según la validez de contenido por juicio de expertos.

Hernández, et al. (2010, p201), la validez de contenido hace referencia al grado en que instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se está midiendo, asimismo por juicio de expertos, se entiende al grado en que el instrumento que se utiliza para medir la variable en cuestión, de acuerdo a la calificación con expertos en el tema a investigar.

El instrumento fue puesto a consideración por expertos de la escuela de administración, la cual se detalla:

Tabla 2

Expertos de validación de los cuestionarios de competencias laborales e imagen corporativa.

Número	Nombres y Apellidos	Grado	Resultados
Experto 1	David Fernando, Aliaga Correa	Doctor	Validado
Experto 2	Rosel Cesar, Alva Arce	Doctor	Validado
Experto 3	Juan Manuel, Vásquez Espinoza	Doctor	Validado

Fuente: Elaboración propia

Hernández, et al. (2010, p200) La confiabilidad se concierne como el grado en que un instrumento brinda resultados consistentes y coherentes, es decir el grado en que la aplicación de instrumento se realice repetidamente al mismo individuo u objeto se obtuviera los mismos resultados. Los procedimientos que más se utilizan para determinar la confiabilidad por medio de un coeficiente son: medida de estabilidad, método de mitades partidas, método de formas alternativas o paralelas y medidas de consistencia interna.

El criterio de confiabilidad del instrumento en el trabajo de investigación se determina mediante las medidas de coherencia o consistencia interna, ya que se necesita de una sola administración del instrumento. Se aplica la medición y se calcula el coeficiente de confiabilidad. Se utilizó alfa de Cronbach, ya que es aplicable a escalas de varios valores posibles, en el cual los ítems tienen como respuesta más de dos alternativas como las escalas de Likert; donde se puede tomar valores entre 0 y 1, donde 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total. Este realiza con variables de intervalos o de razón.

Para Hernández, et al. (2010, p302), los criterios de confiabilidad de acuerdo a los valores son los siguientes: Baja confiabilidad = 0.25; Confiabilidad media o regular = 0.50; Confiabilidad aceptable: superior a 0.75; Confiabilidad elevada = mayor a 0.90.

Los resultados obtenidos por medio de la aplicación del Software estadístico SPSS para la aplicación de análisis de confiabilidad del instrumento que mide las variables de estudio, con una muestra piloto de 15 clientes que acceden a los servicios de la notaria Gómez Anaya, son los siguientes:

Tabla 3

Análisis de fiabilidad a través del alfa de Cronbach de la variable Competencias laborales.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,957	15

Fuente: Elaboración propia.

El coeficiente de alfa de Cronbach muestra un valor de 0.957, lo que indica que el instrumento de recolección de datos tiene una confiabilidad elevada con respecto a la variable Competencias laborales.

Tabla 4

Análisis de fiabilidad a través del alfa de Cronbach de la variable Imagen corporativa

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,931	8

Fuente: Elaboración propia

El coeficiente de alfa de Cronbach muestra un valor de 0.931, lo que indica que el instrumento de recolección de datos tiene una confiabilidad elevada con respecto a la variable Imagen corporativa.

2.5. Métodos de análisis de datos

Para Hernández, et al. (2010, p278), el análisis de los datos se realiza por medio de un análisis basado en una matriz de datos, utilizando un programa computacional, que ayudara a obtener la información más oportuna y relevante para identificar los resultados.

Según Valderrama (2013, p232), cuando la Hipótesis es correlacional y ambas variables son descriptivas cualitativas, el análisis de datos se llevan a cabo con los valores obtenidos y son procesados de la siguiente forma: Para un análisis descriptivo se utiliza el software SPSS, tablas de frecuencia, se elaboran tablas estadísticas y se usan gráficos (diagramas de barras y sectores); y para un análisis inferencial se utiliza la prueba de Hipótesis, mediante

el coeficiente de correlación de Spearman, para medir el grado de correlación entre dos variables cualitativas.

Es por ello, que el análisis de datos se ejecutó a través del programa llamado SPSS para poder realizar un mejor estudio, ya que se incorpora la información obtenida de la encuesta para analizar los resultados en gráficos detallados con porcentajes que determinen la relación entre las dos variables, asimismo realizar la constatación de la Hipótesis del trabajo de investigación a través del coeficiente de correlación Rho de Spearman.

2.6. Aspectos éticos.

Según Bernal (2010, p10), manifiesta que la ética de la ciencia se refiere a que las ideologías fundamentadas en la ciencia y los instrumentos creados por esta, se deben utilizar de manera correcta, sin cometer actos inapropiados que perjudiquen a la investigación.

Por ello, en la realización del trabajo de investigación se tuvo en cuenta la ética, ya que en la recopilación de información como también los resultados obtenidos se informarán con claridad y autenticidad sin perjudicar la veracidad de la empresa, asimismo se respetará las opiniones brindadas por autores, ya que se aplica el manual APA el cual garantiza el respeto hacia la propiedad intelectual de los autores citados en el trabajo realizado.

III. RESULTADOS

Teniendo como referencia los resultados obtenidos en la ejecución del cuestionario, determinaremos la relación entre “Competencias laborales e imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas - 2019”, a través de lo siguiente:

Análisis descriptivo

Tabla 5

Las competencias laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019.

Competencias laborales	Imagen corporativa						Total	
	Mala		Regular		Buena		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Mala	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Regular	0	0.0	4	3.8	8	7.6	12	11.4
Buena	0	0.0	12	11.4	81	77.2	93	88.6
Total	0	0.0	16	15.2	89	84.8	105	100

Fuente: Elaboración propia

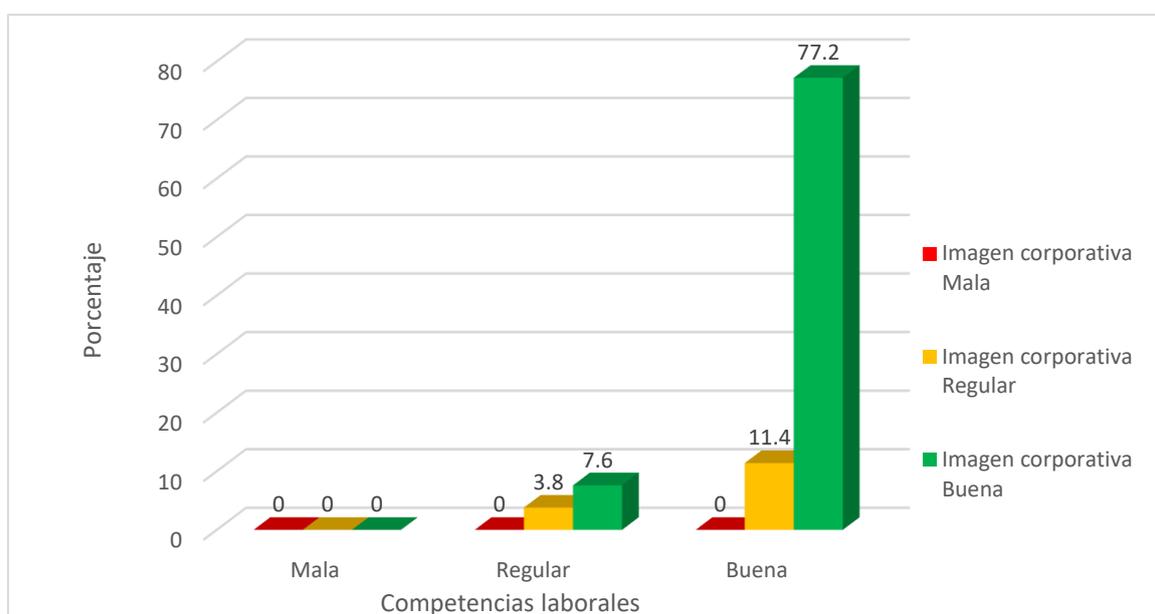


Figura 1. Las competencias laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019.

Interpretación:

Se observa que el 88.6 % de los usuarios que solicitan el servicio en el área protocolar de la Notaría Gómez Anaya, opinan que las competencias laborales del personal son buenas; asimismo, de ese porcentaje, la mayoría (77.2 %) manifiesta que la empresa tiene una buena imagen corporativa. Por otro lado, se aprecia que el 11.4 % de los clientes consideran que las competencias laborales de los colaboradores son regulares, del mismo modo, la mayoría (7.6 %) considera que la empresa posee una buena imagen.

Tabla 6

Los conocimientos laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019.

Conocimientos laborales	Imagen corporativa						Total	
	Mala		Regular		Buena		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Malo	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Regular	0	0.0	5	4.8	27	25.7	32	30.5
Bueno	0	0.0	11	10.5	62	59	73	69.5
Total	0	0.0	16	15.2	89	84.8	105	100

Fuente: Elaboración propia

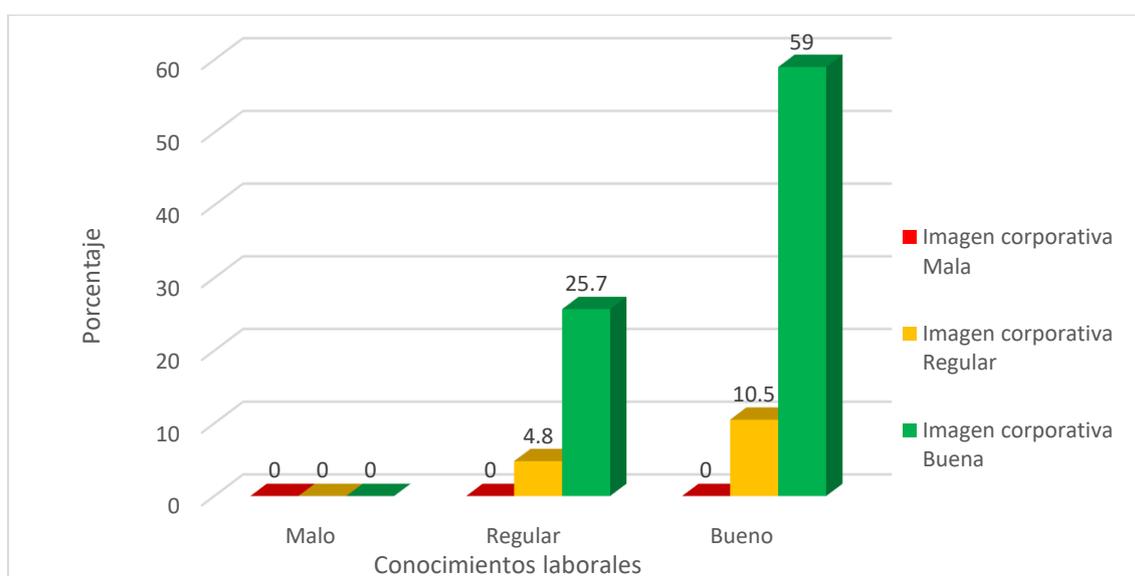


Figura 2. Los conocimientos laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019.

Interpretación:

Se percibe que el 69.5 % de los usuarios que solicitan el servicio en el área protocolar de la Notaría Gómez Anaya, sostienen que el nivel de conocimientos laborales de los colaboradores es bueno; asimismo, de ese porcentaje, la mayoría (59 %) manifiesta que la empresa tiene una buena imagen corporativa. Por otra parte, se percata que el 30.5 % de los clientes consideran que el nivel de conocimientos laborales de los colaboradores es regular, de la misma manera, la mayoría (25.7 %) considera que la notaría tiene una buena imagen.

Tabla 7

Las habilidades laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019.

Habilidades laborales	Imagen corporativa						Total	
	Mala		Regular		Buena		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Malo	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Regular	0	0.0	1	1	7	6.7	8	7.7
Bueno	0	0.0	15	14.2	82	78.1	97	92.3
Total	0	0.0	16	15.2	89	84.8	105	100

Fuente: Elaboración propia

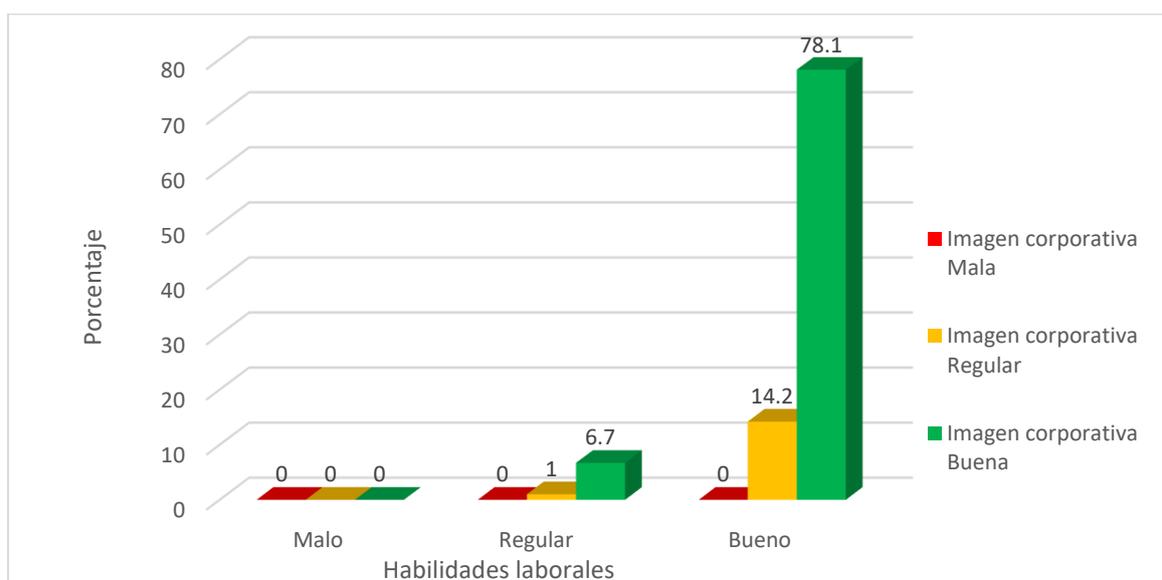


Figura 3. Las habilidades laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019.

Interpretación:

Se observa que el 92.3 % de los usuarios que solicitan el servicio en el área protocolar de la Notaría Gómez Anaya, manifiestan que el nivel de habilidades laborales de los colaboradores es bueno; además, de ese porcentaje, la mayoría (78.1 %) manifiesta que la notaría mantiene una buena imagen corporativa. Por otro lado, se percibe que el 7.7 % de los usuarios consideran que el nivel de habilidades laborales de los colaboradores es regular, asimismo, la mayoría (6.7 %) expresa que la notaría tiene una buena imagen.

Tabla 8

Las actitudes laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019.

Actitudes laborales	Imagen corporativa						Total	
	Mala		Regular		Buena		n	%
	n	%	n	%	n	%		
Malo	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Regular	0	0.0	16	15.2	88	83.8	104	99
Bueno	0	0.0	0	0	1	1	1	1
Total	0	0.0	16	15.2	89	84.8	105	100

Fuente: Elaboración propia

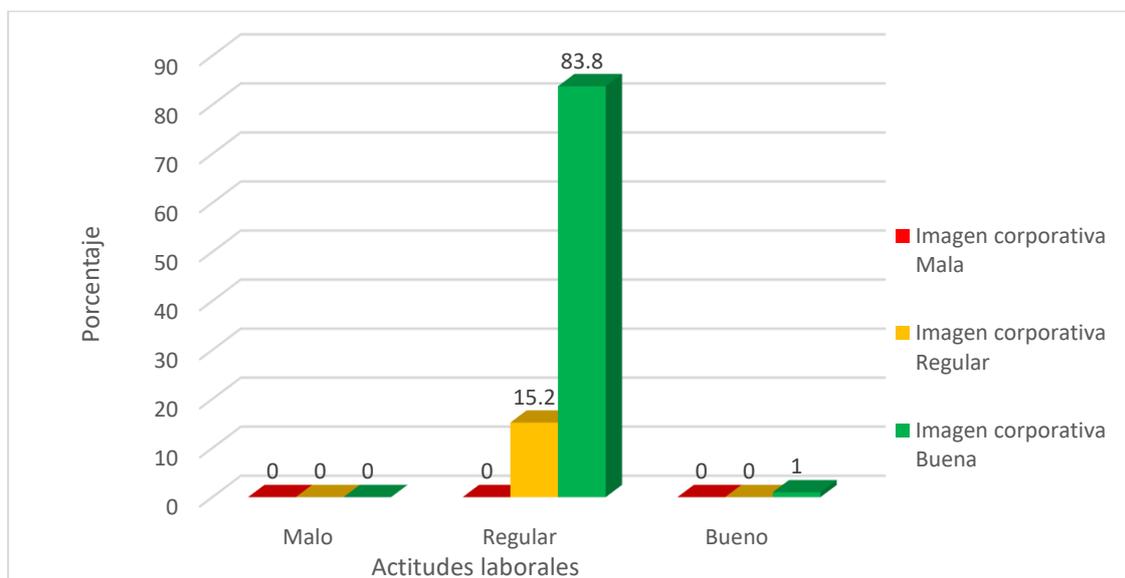


Figura 4. Las actitudes laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019.

Interpretación:

Se observa que el 1 % de los usuarios que solicitan el servicio en el área protocolar de la Notaría Gómez Anaya, opina que el nivel de actitudes laborales de los colaboradores y la imagen de la empresa es bueno. Por otro lado, se percibe la mayoría (99 %) de los clientes manifiestan que el nivel de actitudes laborales de los colaboradores es regular, asimismo, la mayoría (83.8 %) expresa que la notaría tiene una buena imagen.

Análisis inferencial

Se utiliza las pruebas de normalidad para determinar si la información obtenida mediante la aplicación de la herramienta estadística, tiene un comportamiento mediante una distribución normal o no.

Tabla 9
Pruebas de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Competencias laborales	,525	105	,000
Imagen corporativa	,511	105	,000

Fuente: Elaboración propia

- a) $P \leq \alpha$, se rechaza la hipótesis nula
- b) $P > \alpha$, se acepta la hipótesis nula

Donde: Ho: Los datos tienen distribución normal

Hi: Los datos no tienen distribución normal

Se aplica la prueba de normalidad a través de Kolmogórov-Smirnov, ya que la muestra es mayor a 50 personas. Se obtuvo que el nivel de significancia (p) es menor a α , entonces se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, los datos no tienen distribución normal.

Por ello, el método o las pruebas estadísticas no paramétricas a utilizar para analizar los datos es a través del coeficiente de correlación de Spearman, ya que los datos no tienen distribución normal.

Tabla 10

Tabla de correlación

Rango	Relación
-1.00	Correlación negativa perfecta
-0.90	Correlación negativa muy fuerte
--0.75	Correlación negativa considerable
-0.50	Correlación negativa media
-0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.10	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., (2010, p 312).

Comprobación de la hipótesis general

Hi: Las competencias laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Ho: Las competencias laborales no se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Dónde: a) Si $P > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (Ho);

b) Si $P < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (Ho), y se acepta (Hi).

Tabla 11

Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las Competencias laborales y la Imagen corporativa.

		Correlaciones		
			Competencias laborales	Imagen corporativa
Rho de Spearman	Competencias laborales	Coeficiente de correlación	1,000	,508**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	105	105
	Imagen corporativa	Coeficiente de correlación	,508**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	105	105

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

Fuente: Elaboración propia

Según la prueba estadística del Rho Spearman, se aprecia que, el valor de significancia bilateral ($\text{sig}=0.00$) es menor que el p valor (0.05), además el nivel de correlación es de 0.508 , lo cual indica que la correlación es positiva considerable. Por lo tanto, ante las evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de la investigación (H_i). Por lo cual, se concluye que: las competencias laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Comprobación de la hipótesis específica 1

H_i : Los conocimientos laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

H_0 : Los conocimientos laborales no se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Donde: a) Si $P > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0);

b) Si $P < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta (H_i).

Tabla 12

Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre los conocimientos laborales y la imagen corporativa.

		Correlaciones		
			Conocimientos laborales	Imagen corporativa
Rho de Spearman	Conocimientos laborales	Coeficiente de correlación	1,000	,348**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	105	105
	Imagen Corporativa	Coeficiente de correlación	,348**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	105	105

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

Fuente: Elaboración propia

Según la prueba estadística del Rho Spearman, se aprecia que, el valor de significancia bilateral ($\text{sig}=0.00$) es menor que el p valor (0.05), además el nivel de correlación es de 0.348 , lo cual indica que la correlación es positiva media. De tal forma, ante las evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de la investigación (H_i). Por eso, se concluye que: los conocimientos laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Comprobación de la hipótesis específica 2

H_i : Las habilidades laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

H_0 : Las habilidades laborales no se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Dónde: a) Si $P > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0);

b) Si $P < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0), y se acepta (H_i).

Tabla 13

Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las habilidades laborales y la imagen corporativa.

		Correlaciones		
			Habilidades laborales	Imagen corporativa
Rho de Spearman	Habilidades laborales	Coefficiente de correlación	1,000	,568**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	105	105
	Imagen Corporativa	Coefficiente de correlación	,568**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	105	105

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

Fuente: Elaboración propia

Según la prueba estadística del Rho Spearman, se observa que, el valor de significancia bilateral (sig=0.00) es menor que el p valor (0.05), además el nivel de correlación es de 0.568, lo cual indica que la correlación es positiva considerable. Por lo tanto, ante las evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis de la investigación (Hi). Por eso, se concluye que: las habilidades laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Comprobación de la hipótesis específica 3

Hi: Las actitudes laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Ho: Las actitudes laborales no se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Donde: a) Si $P > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (Ho);

b) Si $P < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (Ho), y se acepta (Hi).

Tabla 14

Análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre las actitudes laborales y la imagen corporativa.

		Correlaciones		
			Actitudes laborales	Imagen corporativa
Rho de Spearman	Actitudes laborales	Coeficiente de correlación	1,000	,401*
		Sig. (bilateral)	.	,039
	Imagen Corporativa	N	105	105
		Coeficiente de correlación	,401*	1,000
		Sig. (bilateral)	,039	.
		N	105	105

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Según la prueba estadística del Rho Spearman, se observa que, el valor de significancia bilateral ($\text{sig}=0.39$) es menor que el p valor (0.05), además el nivel de correlación es de 0.401, lo cual indica que la correlación es positiva media. Por lo cual, ante las evidencias estadísticas presentadas se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de la investigación (H_i). Por eso, se concluye que: las actitudes laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

IV. DISCUSIÓN

El objetivo principal del estudio de investigación fue determinar la relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la notaria Gómez Anaya, Comas – 2019. Para el logro del objetivo se aplicó a los clientes un cuestionario graduado en escala de Likert donde, se recogió información para luego procesarla y obtener los resultados.

De acuerdo a los resultados encontrados en la prueba estadística de Spearman, para la hipótesis general de la investigación se ha podido observar que la relación es significativa entre las competencias laborales y la imagen corporativa, teniendo en cuenta un valor del coeficiente de 0.00 a un nivel de significancia de 0.01 (bilateral), es decir hay un 99% de confianza en que la correlación sea verdad y 1% de probabilidad de error, a partir de ello, se deduce que el valor del coeficiente es menor al valor de significancia $\alpha = 0.05$, lo que nos indica que hay significancia estadística, por lo tanto hay asociación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la notaria Gómez Anaya, Comas – 2019., del mismo modo hay una relación positiva considerable entre las dos variables, ya que el nivel de correlación es de 0.508, es decir que conforme el nivel de una variable aumenta, la otra tiende a aumentar o viceversa. Por ello, se percibe en la tabla N° 5 y figura N° 1, que la mayoría de clientes manifiesta que las competencias laborales y la imagen corporativa es buena. Por esta razón se deduce que el personal de la notaria posee buenas competencias laborales y por ende aporta a la mejora de la imagen corporativa. Con esto se corrobora lo expuesto Paredes (2017) en su investigación “Competencias del personal operativo y el desempeño laboral en el sector hotelero”, donde expresa que los colaboradores tienen un buen nivel de competencias laborales reflejado en los conocimientos, actitudes y habilidades, y que estas están relacionadas con la calidad de servicio. También, Púm (2018) en su tesis “Competencias laborales y evaluación del desempeño”, llegó a la conclusión que los colaboradores poseen las competencias laborales establecidas por la empresa. Es así, que Irigoien y Vargas (2002), afirma que las competencias laborales es combinación integrada de conocimientos, habilidades y actitudes conducentes a un desempeño adecuado. Hoy las empresas se preocupan por mantener una buena imagen hacia su público. Esto se destaca en la investigación de Lopez (2018) titulada “Marketing social e Imagen de marca en el Instituto de la Vida”, donde se deduce que la mayoría de los clientes perciben que dicha entidad se preocupa por mantener una buena imagen corporativa reflejada en el buen servicio, la infraestructura entre otros. También en la tesis de Arias (2017) en su tesis “La satisfacción

de los clientes y la imagen corporativa del retail Maestro Perú, en la ciudad de Tacna”, concluyó que la empresa mantiene una imagen corporativa regular, por el cual los principales determinantes fueron los precios y la atención. Esto se reafirma en lo que expresa Capriotti (2013, p.57) que la imagen corporativa se entiende como la estructura o representación mental sobre una empresa que tiene el público, y que está compuesta por un conjunto de atributos que sirven para identificar y diferenciar a una empresa de otras.

Con respecto a la hipótesis específica 1, el valor de significancia es menor a 0.05, y un nivel de correlación 0.348, lo que indica que relación es significativa entre los conocimientos laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019., asimismo, la relación es positiva media, de manera que, en la tabla 6 y figura 2 se observa que la mayoría de los clientes manifiestan el personal de la notaria posee un buen nivel de conocimientos acerca de las actividades, además sostienen que la notaria tiene una buena imagen en el mercado. Entonces se deduce que cuando un colaborador conoce muy bien las actividades que desarrolla la empresa, entonces este desarrollará adecuadamente sus funciones manifestando al público la seguridad y confianza al momento de satisfacer sus necesidades y, por ende, estos atributos aportan a que la imagen se perciba de otra forma hacia el público. Esto se evidencia en Chiavenato (2007, p.408), cuando dice que los conocimientos laborales se entienden como la combinación de todas las variables que se relacionan con la empresa que posee el colaborador para tener un desempeño competente y consistente en el tiempo. Del mismo modo, se afirma en García y Aguilar (2017) en su tesis “Nivel de conocimiento del profesional de enfermería en el proceso de cuidado de enfermería en los servicios del hospital Regional II-2”, concluye que el nivel de conocimientos de los colaboradores se percibe en la calidad del servicio que brinda la empresa. Es así, que el personal tiene que conocer como interactuar con la persona que solicita un servicio para mostrar una buena imagen al público.

Con respecto a la hipótesis específica 2, se aprecia que la relación es significativa entre las habilidades laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019, ya que el valor de significancia fue menor a 0.05, y además la relación es positiva considerable porque se obtuvo un nivel de correlación de 0.568. Asimismo, en la tabla 7 y figura 3, se observa que casi el total de los clientes manifiestan que el personal de la notaria cuenta con buenas habilidades en el desarrollo de sus funciones, y de la misma forma la notaria mantiene una buena imagen corporativa. Con respecto a ello en el trabajo de Quispe

(2018) en su tesis “Competencias laborales en los trabajadores de una empresa de eventos corporativos y sociales, Lima, 2018”, concluye que las habilidades en los colaboradores en el rubro de los eventos corporativos y sociales, tienen un nivel regular en cuanto a su puesto de trabajo. Esto se afirma en Alles (2008, p.61), cuando dice que la habilidad laboral es la capacidad que tiene el trabajador de desempeñar tareas físicas y mentales. En ella se elige, utiliza y aplica el conocimiento en diferentes circunstancias. También, el Diccionario de la Lengua Española (2014), nos dice que la habilidad es la capacidad que tiene el individuo para efectuar determinadas tareas, y está presente en menor a mayor medida en todas las personas.

Con respecto a la hipótesis específica 3, se percibe que la relación es significativa entre las actitudes laborales y la imagen corporativa de la notaria Gómez Anaya, Comas – 2019, puesto que, el valor de significancia fue menor a 0.05, de la misma manera, la relación es positiva media, ya que el nivel de correlación es de 0.401. Asimismo, en la tabla 8 y la figura 4, se observa que casi el total de los clientes (99%) manifiestan que el nivel de actitudes laborales de los colaboradores es regular, sin embargo, se sigue apreciando que la notaria mantiene una buena imagen. Esto se corrobora con lo expuesto por Pintado y Sánchez (2013, p.19), cuando dice que la persona posee una única imagen de la organización, porque ha tenido varios contactos con la empresa a través de diferentes vías, como la publicidad, las experiencias, la atención al cliente entre otros atributos que ayudan a percibir la imagen de las organizaciones. Asimismo, en la investigación de Moltalban (2016) en su tesis “Desempeño laboral de los trabajadores y la satisfacción del cliente del Gimnasio Llife Spa and Fitness S.R.L”, llegó a la conclusión de que los clientes perciben el desempeño laboral relacionados con los factores actitudinales de los trabajadores en un nivel regular, reflejando que en ocasiones el colaborador resuelve problemas sin necesidad de ayuda de un superior, brindando una atención adecuada al cliente. Como dice Tobón (2013, p.107), las actitudes de la persona están constituyen el motor que promueve el comportamiento del individuo para hacer las cosas, de acuerdo las circunstancias que se presentan en un determinado momento. Entonces las actitudes del colaborador se manifiestan de acuerdo a las circunstancias presentadas en el entorno. Asimismo, la imagen de la empresa abarca varios atributos para ser percibida, por el cual coinciden con los resultados ya que las actitudes de la persona tienen relación con atención al cliente, y es uno de los atributos para calificar el nivel de imagen que posee la empresa.

V. CONCLUSIONES

Primera: La relación es significativa entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019. Asimismo, la relación es positiva considerable, ya que los clientes indican que las competencias laborales de los colaboradores son buenas, asimismo, la empresa posee una buena imagen hacia el público. Por lo tanto, tener un personal con las competencias laborales adecuadas puede generar una mejor imagen corporativa.

Segunda: La relación es significativa entre los conocimientos laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019. Asimismo, la relación es positiva media, ya que, los clientes manifiestan que personal tiene buen conocimiento con respecto a las actividades que se realizan en la empresa, asimismo, indican que la notaria tiene una buena imagen corporativa. Por esta razón, es necesario que el personal conozca muy bien lo que hace la empresa hacia el cliente, y de esa forma manifestar una buena imagen.

Tercera: La relación es significativa entre las habilidades laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019. Además, la relación es positiva considerable, para la cual, los clientes afirman que las habilidades que poseen los trabajadores durante el desarrollo de actividades son buenas, asimismo, opinan de la misma forma con respecto a la imagen corporativa de la notaria. Por lo tanto, contar con un personal que tenga buenas habilidades para el desarrollo de determinadas tareas genera que la empresa imparta una buena imagen al público.

Cuarta: La relación es significativa entre las actitudes laborales y la imagen corporativa de la notaría Gómez Anaya, Comas – 2019. Además, la relación es positiva media, para la cual, los clientes afirman que las actitudes que tienen los trabajadores durante el desarrollo de actividades son regulares, sin embargo, opinan que imagen corporativa de la notaria es buena. Por lo tanto, en una ventaja en las empresas tener un personal manifieste buenas actitudes hacia el público, ya que ayuda a mejorar la imagen corporativa de la empresa.

VI. RECOMENDACIONES

- Primera: Se propone desarrollar capacitaciones a los colaboradores de la notaría Gómez Anaya, en temas relacionados a las actividades que se desarrollan en cada puesto de trabajo, con la finalidad mejorar las competencias laborales y de esa forma el personal tenga un buen desempeño permanente con el público, ayudando a mantener una buena imagen corporativa.
- Segunda: Se debe realizar periódicamente el análisis de la realidad institucional para saber las exigencias respecto al desarrollo de las actividades laborales, ya que el desempeño y las competencias de los trabajadores están en función a varios elementos como por ejemplo los recursos materiales, ambiente, entre otros.
- Tercera: Se debe implementar un Manual de Organización y Funciones para que la empresa tenga referencia de las competencias laborales que exige cada puesto de trabajo al momento de tomar la decisión de rotar personal o convocar a nuevos colaboradores, y de esa manera se manifestará una buena organización en las actividades y un mejor desempeño laboral.
- Cuarta: Se recomienda que la notaria implemente canales de comunicación indirecta hacia el público, para mantener una buena percepción de los consumidores y puedan acceder a satisfacer sus necesidades, manteniendo así una buena la imagen corporativa de la empresa.

REFERENCIAS

- Atencio, A. (setiembre, 2015). La Tesorería como unidad estratégica en la gerencia actual. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/290/29042408010.pdf>
- Alles, M. (2008). Desempeño por competencias: evaluación de 360°. (2a ed.). Buenos Aires: Granica.
- Aravena, S. (23 abril de 2019). Falabella lanza nueva imagen corporativa y espera abrir 95 tiendas en los próximos 4 años. Diario la Tercera. Recuperado de <https://www.latercera.com/pulso/noticia/falabella-lanza-nueva-imagen-corporativa-espera-abrir-95-tiendas-los-proximos-4-anos/626723/>
- Arribas, D. (17 de abril de 2018). ¿Por qué se deben evaluar las competencias laborales? TEA ediciones. Recuperado de <http://web.teaediciones.com/Por-que-se-deben-evaluar-las-competencias-laborales-Entrevista-a-David-Arribas.aspx>
- El futuro del empleo y las competencias profesionales del futuro. (5 de febrero del 2019). IESE, Business School University of Navarra. Recuperado de <https://www.iese.edu/es/noticias/futuro-empleo-competencias-profesionales/>
- Erbes, A., Roitter, S., y Delfini, M. (marzo, 2015). Organización del trabajo e innovación: Un estudio comparativo entre ramas productivas argentinas. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n34/n34a5.pdf>
- Evaluación de competencias laborales. (agosto, 2016). Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Recuperado de <http://www2.trabajo.gob.pe/el-ministerio-2/sector-empleo/dir-gen-form-cap-lab/normalizacion-y-certificacion/evaluacion-de-competencias-laborales/>
- Balart, M. (2016). La empatía: La clave para conectar con los demás. Recuperado de http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf
- Bernal, C (2010). Metodología de la investigación, Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. (3.a ed.). Colombia: Editorial Pearson.

- Capriotti, P. (2013). Imagen corporativa. (pp. 57-72). Recuperado de https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/capriotti_la_imagen_corporativa.pdf
- Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos humanos, El capital humano de las organizaciones. Recuperado de <https://www.academia.edu/28870075/LIBRO-12-Administracion-de-recursos-humanos.-El-capital-humano.pdf>
- Choquehuanca, R. (2017) en su tesis “Percepción de la imagen corporativa de la empresa Sodimac en los integrantes del círculo de especialistas, San Miguel 2017. (Tesis Licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/280>
- Contreras, M. (2017). Competencias laborales generales de los trabajadores de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones de La Libertad -2017. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/9866>
- Correa, J. (noviembre, 2011). La importancia de la evaluación por competencias en contextos clínicos dentro de la docencia universitaria en salud. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4169909.pdf>.
- Cortés, M. y Iglesias, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. Recuperado de http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf.
- Duque, E. (junio, 2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>
- Gandarillas, J. (08 de agosto de 2018). Resiliencia en el trabajo: La nueva competencia que buscan las empresas. Diario Correo. Recuperado de <https://diariocorreo.pe/peru/resiliencia-en-el-trabajo-la-nueva-competencia-que-buscan-las-empresas-834800/>
- García, R. y Aguilar, S. (2017). Nivel de conocimiento del profesional de enfermería en el proceso de cuidado de enfermería en los servicios del hospital Regional II-2. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/64>

- Gutiérrez, L. y Cáceres, J. (2017). Imagen Corporativa. Recuperado de https://issuu.com/lesliecaceres/docs/libro_imagen_corporativa
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. Recuperado de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Herrera, A. (2015). Competencias Laborales en los colaboradores del departamento de Ventas de Bimbo Centroamérica, Agencia De Huehuetenango. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/43/Herrera-Andrea.pdf>
- Huerta, V. (2015). Imagen Institucional de la Universidad de Montemorelos percibida por exalumnos de la Facultad de Ciencias Administrativas. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/379>
- López, E. y Chaparro, M. (2006). Competencias laborales del trabajador social vistas desde el mercado laboral. Tabula Rasa. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-24892006000200014&lng=en&tlng=es.
- López, M. (2018). Marketing social e Imagen de marca en el Instituto de la Vida. (Tesis de Maestría). Recuperada de <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/handle/20.500.11972/174>
- López, P. y Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Medina, A. (23 de abril de 2018). Santander, Sacys y Pescanova cambian su imagen. Diario Expansión. Recuperado de <http://www.expansion.com/empresas/2018/04/22/5adcb65f22601d444a8b45f1.html>
- Mertens, L. (1996). Competencia laboral: sistemas, surgimiento y modelos. Montevideo: Cinterfor. Recuperado de http://www.oei.es/etp/competencia_laboral_sistemas_modelos_mertens.pdf.

- Miklos, T. y Arroyo, M. (09 de noviembre 2015). Construyendo el futuro del Sistema Nacional de Competencias en México. CONOCER. Recuperado de <https://conocer.gob.mx/contenido/transparencia/PDF/CONSTRUYENDOELFUTURO.pdf>
- Montalban, C. (2016). Desempeño laboral de los trabajadores y la satisfacción del cliente del Gimnasio Llife Spa and Fitness S.R.L. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1207/ADM-MON-CAR-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Najul, J. (diciembre, 2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>
- Paredes, B. (2017). Competencias del personal operativo y en desempeño laboral en el sector hotelero. (Tesis de Maestría). Recuperada de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/26761>
- Paredes, G. (2015). Las competencias laborales y su incidencia en el rendimiento laboral de los colaboradores de la empresa de seguridad privada EFIPERVIG. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/18801>
- Pintado, T. y Sánchez, J. (2013). Imagen corporativa, Influencia en la gestión empresarial. Recuperado de http://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/1600106524422844_1_.pdf
- Púm, K. (2018). Competencias laborales y evaluación del desempeño. (Tesis de Licenciatura). Recuperada de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Pum-Kinberly.pdf>
- Quispe, R. (2018). Competencias laborales en los trabajadores de una empresa de eventos corporativos y sociales, Lima, 2018. (Tesis de Maestría). Recuperada de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/31246>

- Ramírez, H., Santovenia, J., Figueroa, A., y Vega, M. (agosto, 2008). Los servicios de información. Un acercamiento a su evolución. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181421632003>
- Robbins, S., y Judge, T. (2009). Comportamiento organizacional. Recuperado de https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Salas, R., Díaz, L. y Pérez, G. (diciembre, 2012). Las competencias y el desempeño laboral en el Sistema Nacional de Salud. Educación Médica Superior. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21412012000400013&lang=es
- Salmones, M. y Bosques, I. (2014). Estudio de los determinantes de la imagen corporativa: una aplicación empírica en mercado de la telefonía móvil. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2150056>
- Sagi-Vela, L. (2004). Gestión por competencias, El reto compartido del crecimiento personal y de la organización. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=H4eZvRMWVcUC&pg=PA83&hl=es&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false
- Sierra, J. (28 de marzo de 2016). La Reputación: clave del éxito de las empresas. Recuperado de <https://www.bbvaopenmind.com/economia/empresa/la-reputacion-clave-del-exito-de-las-empresas/>
- Silva, E. (2018). Competencias laborales y Prestación de Servicios Logísticos en la Red de Salud Villa el Salvador, 2016. (Tesis de Maestría). Recuperada de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/15902>
- Universidad César Vallejo obtiene licenciamiento. (12 de junio de 2019). Diario el Peruano. Recuperado de: <http://www.elperuano.pe/noticia-universidad-cesar-vallejo-obtiene-licenciamiento-80442.aspx>
- Valderrama, S (2013). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica cuantitativa, cualitativa y mixta. (2.a ed.). Lima- Perú: Editorial San Marcos

ANEXOS

Anexo 01: Instrumento de medición de la variable 01

CUESTIONARIO DE COMPETENCIAS LABORALES

El presente instrumento tiene el propósito de evaluar y conocer el estado de las competencias laborales de los trabajadores en la Notaria Gómez Anaya, Comas, 2019.

Instrucciones:

Las preguntas son cerradas; solo hay que marcar con un aspa “X”, la opción que considere. Esta información será manejada confidencialmente por lo que rogamos que sea veraz en sus respuestas.

Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3

Casi siempre	4
Siempre	5

Lea detenidamente cada enunciado y marque según considere:

PREGUNTAS	NIVEL				
	1	2	3	4	5
1. El personal posee los conocimientos claros con respecto a temas legales y notariales.					
2. El personal conoce los servicios que brinda la notaria.					
3. El personal tiene conocimiento de las áreas labores que tiene la notaria.					
4. El personal tiene conocimientos en las operaciones realizadas en caja.					
5. El personal conoce en qué momento el cliente necesita de los servicios de la notaria.					
6. El personal escucha a los demás, interpreta sus mensajes y responde en forma apropiada.					
7. El personal planifica y organiza sus actividades en forma requerida.					
8. El personal trabaja en forma colaborativa con sus compañeros para brindar un buen servicio.					
9. El personal busca la forma de solucionar los problemas con respecto a los trámites realizados.					
10. El personal analiza y procesa la información de forma inmediata para solucionar su necesidad.					
11. El personal anticipa al cliente sobre los inconvenientes que pueden ocurrir en el transcurso del proceso de su trámite.					
12. El personal habla se forma honesta y directa sobre el proceso de su trámite.					
13. El personal cumple con las actividades asignadas en beneficio al cliente.					

14. El personal cumple con el acuerdo que tiene con el cliente con respecto a los trámites realizados.					
15. El personal se ubica en la situación de los clientes y ofrece soluciones a sus necesidades.					

Anexo 02: Instrumento de medición de la variable 01

CUESTIONARIO DE IMAGEN CORPORATIVA

El presente instrumento tiene el propósito de evaluar y conocer el estado de la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas, 2019.

Instrucciones:

Las preguntas son cerradas; solo hay que marcar con un aspa “X”, la opción que considere. Esta información será manejada confidencialmente por lo que rogamos que sea veraz en sus respuestas.

Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3

Casi siempre	4
Siempre	5

Lea detenidamente cada enunciado y marque según considere:

NIVEL PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1. La notaria brinda los tramites en condiciones adecuadas					
2. Los precios de los servicios son accesibles al cliente.					
3. La notaria brinda facilidad a los clientes para realizar sus trámites.					
4. La notaria cuenta con buena infraestructura.					
5. Las áreas de la empresa son cómodas para el público.					
6. La notaria cuenta con equipos tecnológicos adecuados.					
7. La notaria utiliza mecanismos de ahorro de energía para el cuidado del medio ambiente.					

8. La notaria utiliza mecanismos de reciclaje para el cuidado del medio ambiente.					
---	--	--	--	--	--

Anexo 3: Validación de instrumentos

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS				OPINIÓN DEL EXPERTO				
Título de la investigación: Competencias laborales e Imagen Corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019"								
Apellidos y nombres del investigador: Santisteban Zeña Eder Marcelino								
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. ALBA CORREA DAVID FERRANDO</i>								
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA DE LIKERT	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES /SUGERENCIAS	
Competencias laborales	Conocimientos	Conceptos legales y notariales	El personal posee los conocimientos claros con respecto a temas legales y notariales.		/			
		Servicio de la empresa	El personal conoce los servicios que brinda la notaria.		/			
		Estructura organizacional	El personal tiene conocimiento de las áreas labores que tiene la notaria.		/			
		Tesorería	El personal tiene conocimientos en las operaciones realizadas en caja.		/			
		Atención cliente	El personal conoce en que momento el cliente necesita de los servicios de la notaria.		/			
	Habilidades	Comunicación	El personal escucha a los demás, interpreta sus mensajes y responde en forma apropiada.		5. Siempre siempre	/		
		Organización y planificación	El personal planifica y organiza sus actividades en forma requerida.		4. Casi siempre	/		
		Trabajo en equipo	El personal trabaja en forma colaborativa con sus compañeros para brindar un buen servicio.		3. A veces nunca	/		
	Actitudes	Solución de problemas	El personal busca la forma de solucionar los problemas con respecto a los trámites realizados.		2. Casi nunca	/		
		Análisis y procesamiento de información	El personal analiza y procesa la información de forma inmediata para solucionar su necesidad.		1. Nunca	/		
			Anticipar los problemas	El personal anticipa al cliente sobre los inconvenientes que pueden ocurrir en el transcurso del proceso de su trámite.		/		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Competencias laborales e Imagen Corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019”
Apellidos y nombres del investigador: Santisteban Zeña Eder Marcelino
Apellidos y nombres del experto: *Dr. Alva Arce Rosel Cesar*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA DE LIKERT	OPINIÓN DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE / SUGERENCIAS
Competencias laborales	Conocimientos	Conceptos legales y notariales	El personal posee los conocimientos claros con respecto a temas legales y notariales.		/	
		Servicio de la empresa	El personal conoce los servicios que brinda la notaría.		/	
		Estructura organizacional	El personal tiene conocimiento de las áreas labores que tiene la notaría.		/	
		Tesorería	El personal tiene conocimientos en las operaciones realizadas en caja.		/	
		Atención cliente	El personal conoce en que momento el cliente necesita de los servicios de la notaría.		/	
		Comunicación	El personal escucha a los demás, interpreta sus mensajes y responde en forma apropiada.		/	
	Habilidades	Organización y planificación	El personal planifica y organiza sus actividades en forma requerida.		/	
		Trabajo en equipo	El personal trabaja en forma colaborativa con sus compañeros para brindar un buen servicio.		/	
		Solución de problemas	El personal busca la forma de solucionar los problemas con respecto a los trámites realizados.		/	
	Actitudes	Análisis y procesamiento de información	El personal analiza y procesa la información de forma inmediata para solucionar su necesidad.		/	
		Anticipar los problemas	El personal anticipa al cliente sobre los inconvenientes que pueden ocurrir en el transcurso del proceso de su trámite.		/	

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Competencias laborales e Imagen Corporativa de la Notaría Gómez Anaya, Comas - 2019”
Apellidos y nombres del investigador: Santisteban Zeña Eder Marcelino
Apellidos y nombres del experto: DR. VASQUEL ESTYNOVA JUAN MANUEL

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA DE LIKERT	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Competencias laborales	Conocimientos	Conceptos legales y notariales	El personal posee los conocimientos claros con respecto a temas legales y notariales.		/		
		Servicio de la empresa	El personal conoce los servicios que brinda la notaría.		/		
		Estructura organizacional	El personal tiene conocimiento de las áreas labores que tiene la notaría.		/		
		Tesorería	El personal tiene conocimientos en las operaciones realizadas en caja.		/		
		Atención cliente	El personal conoce en que momento el cliente necesita de los servicios de la notaría.		/		
		Comunicación	El personal escucha a los demás, interpreta sus mensajes y responde en forma apropiada.		/		
	Habilidades	Organización y planificación	El personal planifica y organiza sus actividades en forma requerida.		/		
		Trabajo en equipo	El personal trabaja en forma colaborativa con sus compañeros para brindar un buen servicio.		/		
		Solución de problemas	El personal busca la forma de solucionar los problemas con respecto a los trámites realizados.		/		
	Actitudes	Análisis y procesamiento de información	El personal analiza y procesa la información de forma inmediata para solucionar su necesidad.		/		
		Anticipar los problemas	El personal anticipa al cliente sobre los inconvenientes que pueden ocurrir en el transcurso del proceso de su trámite.		/		
					/		
					/		

Anexo 5: Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general
¿Cuál es relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?	Determinar la relación entre las competencias laborales y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019.	Hi: Las competencias laborales se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
1. ¿Cuál es la relación entre los conocimientos de los colaboradores y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?	1. Identificar la relación de los conocimientos de los colaboradores y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.	1. Hi: Los conocimientos de los colaboradores se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.
2. ¿Cuál es la relación entre las habilidades de los colaboradores y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?	2. Analizar la relación de las habilidades de los colaboradores y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.	2. Hi: Las habilidades de los colaboradores se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.
3. ¿Cuál es la relación entre las actitudes de los colaboradores y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas - 2019?	3. Evaluar la relación las actitudes de los colaboradores y la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.	3. Hi: Las actitudes de los colaboradores se relacionan significativamente con la imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019.

Anexo 6: Consentimiento informado



CONSENTIMIENTO INFORMADO

Lima, 23 de septiembre del 2019

Señor (es):

Universidad Cesar Vallejo – Sede Lima Norte

De mi consideración:

La Notaria Gómez Anaya, con RUC 10097415931 autoriza a: Eder Marcelino Santisteban Zeña, identificado con DNI 75089901, estudiante de la facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Administración, para que inicie las investigaciones pertinentes para desarrollar la tesis titulada: “Competencias laborales e Imagen corporativa de la Notaria Gómez Anaya, Comas – 2019”

Atentamente



CARLOS ALFREDO GÓMEZ ANAYA
NOTARIO DE LIMA