



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de
Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Bautista Oscoco, Edwin (ORCID: 0000-0002-0692-6790)

ASESOR:

Mg. Cervantes Ramón, Edgard Francisco (ORCID: 0000-0003-1317-6008)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico este importante trabajo de investigación a Dios por brindarme salud, a mi padre y madre, quienes estuvieron desde un principio de mi carrera alentándome y guiándome, asimismo también dedicarle este trabajo a todas las personas especiales en mi vida que me apoyaron durante todo este proceso al realizar esta tesis.

Agradecimiento

Al finalizar esta etapa maravillosa quiero agradecer principalmente a Dios por haberme guiado y ayudado en este proceso por ser mi fortaleza y apoyo en momentos difíciles, Asimismo agradezco al Mg. Cervantes Ramón Edgard Francisco, por ser un excelente asesor en tesis quien me brindó su apoyo y cátedras suficientes para poder realizar el desarrollo de esta tesis.

Agradezco a todas las personas especiales en mi vida en especial a mi padre, madre, hermanos, tios y primos por su apoyo incondicional en esta etapa de mi vida.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras	vi
RESUMEN.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2 Operacionalización de variables	15
3.3 Población, muestra y muestreo.....	16
3.3.1 Población.....	16
3.3.2 Criterios de Selección.....	16
3.3.3 Muestra	17
3.3.4 Muestreo.....	17
3.3.5 Unidad de análisis	17
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5 Procedimientos.....	22
3.6 Método de análisis de datos.....	23
3.7 Aspectos éticos	24
IV. RESULTADOS	25
4.1. Estadística Descriptiva	25
4.2. Estadística inferencial	30
VI. CONCLUSIONES.....	39
VII. RECOMENDACIONES	41
REFERENCIAS	42
ANEXOS.....	46

Índice de tablas

Tabla 1. Técnicas e instrumentos recolección de información	18
Tabla 2. Validación de juicios de expertos: Coaching empresarial.....	19
Tabla 3 Validación de juicios de expertos: Calidad de servicio.....	20
Tabla 4. Información de los 3 expertos designados para la validación	20
Tabla 5. Escala de medición del coeficiente del alfa de cronbrach	21
Tabla 6. Estadísticas de fiabilidad general	21
Tabla 7. Alfa de Cronbach V1 coaching empresarial	21
Tabla 8. Alfa de Cronbach V2 Calidad de servicio	22
Tabla 9. Resultado descriptivo del coaching empresarial.....	25
Tabla 10. Resultado descriptivo de la calidad de servicio	26
Tabla 11. Resultado descriptivo de directivos	27
Tabla 12. Resultado descriptivo de equipos	28
Tabla 13. Resultado descriptivo de empleados	29
Tabla 14. Prueba de normalidad del Coaching empresarial y calidad del servicio	30
Tabla 15. Coeficiente de correlación	31
Tabla. 16. Prueba de hipótesis correlacional entre el coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente.	32
Tabla 17. Prueba de hipótesis correlacional entre el coaching empresarial y la calidad interna al cliente	33
Tabla 18. Prueba de hipótesis correlacional entre el coaching empresarial y la calidad interna al cliente	34

Índice de figuras

Figura 1. Coaching empresarial	25
Figura 2. Calidad de servicio	26
Figura 3. Directivos	27
Figura 4. Equipos	28
Figura 5. Empleados	29

RESUMEN

La presente investigación titula “Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021”, tuvo como objetivo principal explicar la relación entre el Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021. La metodología que se utilizó fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo de un nivel correlacional, diseño no experimental con corte transversal. Tomando en cuenta una población de 150 clientes como promedio de la empresa, utilizando un muestreo probabilístico aleatorio simple; utilizando como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual fue validado por juicio de expertos y la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach que como resultado se obtuvo para la primera variable 0.798, para la segunda variable 0.816 y ambas variables 0.876 esto nos hace mención que el instrumento plasmado es aplicable y confiable. Finalmente, los instrumentos se graduaron en la escala de Likert. Asimismo, la correlación de Rho Spearman fue de 0.299 indicando que existe un nivel de correlación positiva baja entre ambas variables y con un valor de significancia bilateral de la hipótesis general de $0.016 < 0.05$. Por lo evidenciado se concluye que si existe relación entre el “Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021”.

Palabras Claves: Coaching empresarial, Calidad de servicio, Gestión de inventarios, Feedback.

ABSTRACT

This research entitled "Business coaching and the quality of customer service at Falfe Glass SAC, La Victoria 2021", its main objective was to explain the relationship between business coaching and the quality of customer service at Falfe Glass SAC, La Victoria 2021. The methodology used was of an applied type, a quantitative approach of a correlational level, a non-experimental design with a cross-sectional section. Taking into account a population of 150 clients as the average of the company, using a simple random probability sampling; Using the survey as a technique and the questionnaire as an instrument, which was validated by expert judgment and the reliability through the cronbach alpha, which as a result was obtained for the first variable 0.798, for the second variable 0.816 and both variables 0.876 this makes us mention that the instrument shown is applicable and reliable. Finally, the instruments were graded on the Likert scale. Likewise, the Rho Spearman correlation was 0.299, indicating that there is a low positive correlation level between both variables and with a bilateral significance value of the general hypothesis of $0.016 < 0.05$. Based on the evidence, it is concluded that there is a relationship between "Business Coaching and the quality of customer service at Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021".

Keywords: Business coaching, Quality of service, Inventory management, Feedback.

I. INTRODUCCIÓN

En un contexto internacional según Karen Villeda (2017) redacta en una publicación de su diario nos dice que un coach no presenta algo fuera de lo común, aun así, su estancia es una pieza fundamental que puede ayudar mucho más de lo que uno piensa.

Según Guido Cattaneo (2019) manifiesta que muchas organizaciones están constantemente preocupadas porque no tienen el talento adecuado para alcanzar el éxito, sobre todo cuando se trata de las áreas de liderazgo. La carencia de buen liderazgo es una de las falencias importantes que dañan a las empresas, tanto a día de hoy como pensando en el futuro. En medio de estas preocupaciones, el coaching ha aparecido en escena de forma todavía más predominante en los últimos años. El coaching ejecutivo a menudo se ve como una mezcla de fe e incredulidad. Asimismo, puede asignar un coach a los empleados parece ser una excelente manera de brindar oportunidades de desarrollo personalizadas tanto a los líderes actuales como a los aspirantes. Por otro lado, el coaching se ve como un tipo de “industria casera” donde las credenciales son cuestionables, los servicios son caros y el éxito es difícil de medir. Recientemente, American Management Association (AMA) junto con el Institute for Corporate Productivity han realizado una encuesta global sobre las prácticas de coaching en las organizaciones actuales. Analizaron dos muestras: una más grande compuesta por organizaciones de Norteamérica y otra más pequeña compuesta por organizaciones internacionales, ubicadas principalmente en Europa y Oriente Medio. Estas son las conclusiones clave de ese estudio: En la muestra de Norteamérica, el 52% de las empresas dicen haber implementado programas de coaching. En la muestra internacional el porcentaje es del 55%. Entre los encuestados que dicen que sus organizaciones aún no tienen programas de coaching, un porcentaje considerable (37% en la muestra norteamericana y 56% en la muestra internacional) dicen que dichos programas se implementarán en el futuro.

A nivel nacional de acuerdo lo que menciona Luis Imaña (2019) citado en la republica (2019) “El invertir en procesos de coaching en las empresas otorga un beneficio de 500%”. De igual manera recalco que el coaching es la manera más eficiente de poder lograrlo, mediante a esto se pueden plantear diversas ideas para

cooperar con los talentos destrozando esquemas psicológicos limitantes y gestionando propósitos de motivación hacia el desarrollo alcanzable de las metas.

A nivel local, Falfe glass S. A. C., es una empresa industrial y comercializadora de accesorios para vidrio, acero y complementos para los sectores de la edificación, sin embargo, actualmente debido a la pandemia covid 19 la empresa se vio afectado a reducir el personal a consecuencia de la caída de menor ingresos económicos y del poco poder adquisitivo de los clientes que afectan el bienestar de la empresa, en donde se vio forzado a entregar los productos con empaques de baja calidad en donde sufrían algunos desperfectos como: arañones, quiebres o quiñes, además la entrega se realizaba fuera de tiempo por el poco personal que laboraban en la empresa. Asimismo, la organización no cuenta con los productos específicos que solicita el cliente postergando para días después la adquisición de su producto. forzando a gestionar el coaching empresarial con el principal motivo de que los pocos colaboradores puedan auto motivarse y sacar a relucir todo su potencial en sus actividades como un equipo para que de esta manera puedan ofrecer una buena atención al servicio al cliente.

De proseguir con este problema la empresa Falfe glass S. A. C. estará en problemas a corto tiempo debido a que se perderá clientes habituales en el cual se les brindaba el servicio, no se venderán los accesorios que comúnmente se vendía y por lo tanto obtendrán menos ingresos, rotación de personal, despido de personal o cierre del local. Por lo tanto, el presente trabajo pretende demostrar la relación que influye coaching empresarial y la calidad de servicio al cliente de Falfe glass S. A. C.

La redacción al problema general del proyecto de investigación estuvo situada de la siguiente manera:

¿De qué manera se relaciona el coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., la victoria 2021?

Seguidamente se presentó los objetivos específicos que se planteó en la investigación:

- ¿Cuál es la relación entre el coaching empresarial y la calidad interna al cliente de Falfe Glass S.A.C., La victoria 2021?
- ¿Cuál es la relación entre el coaching empresarial y la calidad externa al cliente de Falfe Glass S.A.C., La victoria 2021?

En este punto a continuación se enuncio la justificación del proyecto de estudio como teórica, practica y metodológica por los cuales justifica el motivo de la investigación.

Justificación práctica, La investigación que se gestionó se dio de manera concisa en donde se pondrá a conocer si hay una relación al coaching empresarial y la calidad de servicio, podemos mencionar que debido a la pandemia covid 19 las organizaciones se vieron obligadas a reducir su personal a causa de los bajos ingresos y tuvieron que adaptarse al cambio para ofrecer un servicio poco habitual. Asimismo, la investigación se realizará con la finalidad de que el coaching empresarial pueda influir de manera positiva en la calidad de servicio de estos talentos.

Justificación teórica, El proyecto de investigación se redactó mediante bases teóricas e investigaciones que estén ligadas con las variables Coaching empresarial y calidad de servicio.

Justificación metodológica, El mencionado estudio de investigación se puso en práctica una metodología científica muy eficaz, se aplicó la metodología de encuesta para la recolección de información que arrojaron información muy importante para la empresa.

Justificación Social, El proyecto de investigación residió en calcular o medir la gestión de coaching y calidad del servicio. Estas 2 variables mencionadas anteriormente son de suma importancia para las organizaciones ya que el coach a través del coaching trata de elevar el potencial de uno mismo es decir auto superándose y de esta manera cooperar con los talentos para que así puedan trabajar en equipo logrando sus objetivos creando en ellos un buen clima laboral. Asimismo, puedan gestionar sus labores de manera eficiente ofreciendo una buena calidad de servicio al público, cliente o consumidor.

Por otra parte, el objetivo general que se menciona es el siguiente:

Explicar la relación entre el Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.

La investigación tuvo como objetivos específicos las siguientes:

- identificar la relación entre el coaching empresarial y la calidad interna al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.
- identificar la relación entre el coaching empresarial y la calidad externa al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.

En este estudio de investigación se redactó la siguiente hipótesis general:

Existe relación entre el Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.

De igual manera, la presente investigación conto con las siguientes hipótesis específicas:

- Existe relación entre el coaching empresarial y la calidad interna al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.
- Existe relación entre el coaching empresarial y la calidad externa al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Para continuar con el desarrollo del proyecto que se sostuvo sobre bases teóricas en donde se indago y plasmo diversos trabajos internacionales de investigación entre los cuales mencionaremos.

Grande y Nuñez (2018), en el espacio del artículo redacta "*The effects of coaching on employees and organizational performance: The Spanish case.*" Su objetivo a determinar y poner en práctica fue indagar la gestión personal y beneficio empresarial. Fue un tipo de investigación cuantitativo y descriptivo. El estudio muestra la siguiente población de 498 organizaciones en donde la muestra se plasmó a 174 empresas. El estudio tomo la encuesta como técnica y el instrumento se dio a través de un cuestionario. Los resultados hallados fueron que el 91% de las empresas demuestran programas formalmente en gestiones del coaching se vio reflejado de la siguiente manera sector industrial (39%), comercial y servicios (37%) y por último sector primario con un (24%). A través de este resultado se concluyó que tanto para las organizaciones como para los individuos es sumamente importante evaluar el beneficio del proceso del coaching ya que permite a las organizaciones analizar y diseñar un conjunto de técnicas e ideas enfocadas básicamente en la gestión empresarial.

Pedraza, Bernal, Verastegui y Lavin (2015), en su artículo de investigación "*La calidad del servicio: Caso UMF*". Su objetivo general fue determinar factores de la calidad del servicio sanitario. Fue un tipo de investigación cuantitativo, descriptivo, no experimental y transversal. En la investigación se aplicó una muestra de 150 participantes. La técnica aplicada se dio a través del método de encuesta y como instrumento el cuestionario. Los resultados se determinaron el indicador del cuestionario arrojo Alfa de Cronbach 0.968. $r = 0.668$ donde es aceptable y su paridad 0.000 Concluyeron que la calidad del servicio es diagnosticada desde la percepción de las personas en un nivel aceptable, donde el factor que mayormente que se solicita es atención de tiempos de espera, puesto que más del 50% del público objetivo califica de bueno a regular este componente.

Loza (2016), en la investigación de su proyecto "*La gestión administrativa y la calidad de los servicios en el gobierno autónomo descentralizado de cantón*

mera, 2016". Plasmó como el objetivo general la determinación de la estrategia de actividades en gestión en donde otorgara perfeccionar la calidad de los servicios a los usuarios del gobierno autónomo descentralizado de cantón mera, 2016. El tipo de estudio en la investigación fue cuantitativo nivel correlacional no experimental. Se tomó en cuenta en la población a 1,980 clientes en donde la muestra se reflejó en 60 usuarios. La técnica aplicada se dio a través del método de encuesta. Los resultados arrojaron en Spearman es $r = 0.583$ y la paridad de $=0,000$ se deduciría que es moderada y hay una conexión aceptable entre las variables. Se concluye en donde las características de las gestiones empresariales internamente del gobierno autónomo, otorga soluciones muy beneficiosas para así de esta manera perfeccionar y facilitar las actividades internas donde se ven comprometida la atención a sus clientes o usuarios.

Brulhart, Favoreu y Loufrani – Fedida (2019), en su artículo menciona "Team Competence and Team Performance: Exploring the Moderating Effect of Shared Leadership and Coaching". El principal objetivo que determinaron y entendieron acaparar eficientemente grupal en la gestión de manera colectiva colocando 2 variables liderazgo compartido y el coaching. Fue un tipo de estudio cuantitativa. La población y muestra fue de 735 personas que seguidamente fueron designados en equipos de 5 de 147 alumnos. La técnica que se aplicó fue método de encuesta utilizando como instrumento una base datos para la recolección de información. Los resultados reflejan mediante el coeficiente de cronbach 0.872 liderazgo compartido y el coaching 0.911 por lo que los resultados son de confiabilidad además para calcular la correspondencia que presentan estas dos variables, en la cual se gestionó el coeficiente de concordancia de Spearman, en donde se puede observar como dato 0.835 en donde nos proporciona un resultado acaparando una relación significativa. Los autores concluyeron que el liderazgo compartido y el coaching existe una relación significativa en donde aparecen como fuentes de acción a gestionar y así mejorar el crecimiento e impacto positivamente de la competencia grupal en el desarrollo y crecimiento del equipo.

Muñoz, Piloso y Bravo (2018), en su investigación "The effectiveness of organizational coaching in the management and development of human talent". Tuvo como objetivo analizar la efectividad que puede generar el coaching

organizacional en las actividades del desarrollo y gestión del talento humano de los funcionarios y directivos del servicio en las rentas internas de la ciudad de Portoviejo. la investigación fue método cuantitativo. La población se gestionó con 120 trabajadores. El estudio de la muestra se dio a 85 féminas 70.83% y 35 Varones 29.37%. El instrumento empleado se dio con el software Stata/SE 12.0. Los resultados rechazan la hipótesis nula ya que $p=0$ entonces mostrando la respuesta refleja que un menor nivel de significancia plasmada o acordada. Concluyeron que Existe pruebas estadísticas para deducir que el coaching empresarial tiene efectividad en establecer un buen clima laboral para las actividades y la gestión en el crecimiento del talento humano en la entidad.

Del mismo modo, se mencionan antecedentes de bases teóricas a nivel nacional que aportaran mucho conocimiento al proyecto de investigación.

Díaz y Zoleika (2019), en su investigación titulada *“El coaching empresarial y el desempeño laboral de los trabajadores en el banco Interbank – Huacho 2019”*. Tuvo como principal objetivo establecer la relación que existe entre el Coaching Empresarial y el Desempeño Laboral de los trabajadores en el Banco Interbank – Huacho 2019. Fue una investigación que contiene un enfoque cuantitativo, Formaron parte de este estudio 22 colaboradores se realizó un cuestionario en base a las 2 variables con 30 ítems en la escala de Likert. Se gestionó la estadística no paramétrica Rho de Spearman (p -valor = 0,000) es menor al (p -valor =0,05). Se concluye que, el Coaching Empresarial se relaciona de manera eficaz con el desempeño laboral de los Trabajadores en el Banco Interbank – Huacho 2019. Asimismo, la correlación de Rho de Spearman es (0,795) la escala de Likert menciona que la correlación es positiva y aceptable. Concluyeron que los talentos de dicha organización mencionan que el Coaching organizacional superara aceptablemente en la gestión organizacional de los colaboradores de dicha empresa.

Álvarez y Rivera (2018), en su investigación titulada "*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018*". Tuvo como principal objetivo general determinar la relación que presenta calidad de servicio y satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018. Su estudio fue transversal con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental, La investigación se dio a 339 clientes entre ellos mujeres y hombres que forman la muestra del presente estudio de trabajo. La técnica aplicada fue mediante el método de encuesta. El cuestionario contuvo 20 items distribuidas de la siguiente manera: 11 preguntas para la la calidad de servicio y 9 preguntas para satisfacción del cliente. La validez y la factibilidad del cuestionario las informaciones fueron gestionadas según el coeficiente de alfa de cronbach evidencio un resultado de 0.878 para el cuestionario de calidad de servicio y de 0.910 para la satisfacción del cliente; por lo que concluyeron que los instrumentos son viables y precisos. Para comparar dicha correspondencia que aplican las dos variables, donde se gestionó el coeficiente Rho Spearman, en donde se puede apreciar como resultado 0.841. Concluyeron que existe una relación significativa positiva alta entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire.

Bellota (2019), en su investigación "*Gestión del coaching empresarial y la inserción laboral de los egresados de Certus, San Juan de Lurigancho, 2019*". Tuvo como principal objetivo analizar si existe relación entre la gestión del coaching empresarial y la inserción laboral de los egresados de Certus, San Juan de Lurigancho, 2019. Fue un tipo de estudio cuantitativo de diseño y nivel de investigación no experimental correlacional, de corte transversal. Su población fue estuvo conformada por 90 egresados del instituto Certus sede San Juan de Lurigancho, Asimismo la muestra fue de 90 egresados de la misma casa de estudios. Se aplicó la técnica de encuesta como recolección de datos y como instrumento de estudio la elaboración del cuestionario, la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach con el software estadístico SPSS versión 21. Finalmente concluyeron, Si existe una correlación alta entre las variables (Rho de Spearman = 0,867), siendo el p valor significativo ($p = ,000 \leq 0.05$). El estudio argumenta la

relación que existe buena relación entre las variables del coaching empresarial e inserción laboral.

Fernández (2018), en su estudio *“Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, 2018”*. Tuvo como principal objetivo precisar si existe una relación entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario del centro de salud Characato, Arequipa 2018. Su estudio fue un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación fue descriptivo correlacional, el diseño de investigación fue no experimental, correlacional de corte transversal. La población estuvo constituida por 30 pacientes que reciben un servicio en el centro de salud Characato – Arequipa, del mismo modo la muestra fue no probabilística constituido por 30 clientes. La técnica aplicada fue el método de encuesta y como instrumento se elaboró el cuestionario para recopilar información de calidad de servicio y satisfacción del cliente. La veracidad de este estudio se basa en los siguientes datos según el coeficiente del Alfa de Cronbach y los resultados obtenidos fueron de Calidad de servicio 0.827 y Satisfacción del usuario 0.821. Alcanzo un coeficiente de correlación del Rho Spearman de 0.377, entonces el resultado p valor significativo ($p = 0.000 \leq 0.005$). Finalmente, se concluyó que si existe relación positiva baja entre la calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios del Centro de Salud de Characato, Arequipa.

Montalvo, Estrada y Mamani (2020), en su investigación *“Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado”*. El principal objetivo que menciona fue precisar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción de los pacientes en el área de traumatología del Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. La investigación fue de tipo de investigación cuantitativo, el diseño fue no experimental y el nivel correlacional. La población de investigación estuvo establecida por las personas que reciben un servicio en el área de traumatología, la muestra es presentada por 152 pacientes. Para la recolección de información se elaboró el cuestionario de calidad de servicio y satisfacción del Usuario. Los resultados encontrados Alfa de Cronbach (0.867) donde deducen que el cuestionario es bueno y aplicable. El coeficiente de correlación rho de Spearman arroja un resultado de (0,590) con un p-valor menor al nivel de significancia $p=0,000 < 0,05$.

Posteriormente concluyeron que existe relación positiva moderada entre calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el hospital santa rosa de puerto Maldonado.

Continuando con el análisis de investigación se consideró diversas definiciones de autores con relación al tema, en donde resaltarán mejor la teoría de la primera variable de investigación.

Asimismo, se pretendió conocer mucho más la teoría de coaching.

El coaching es la formación especializada de un coach en donde trata de elevar las capacidades y aptitudes de una persona a través de un proceso de aprendizaje y entrenamiento con la finalidad de que esta persona pueda sacar lo mejor de sí mismo auto motivándose y de esta manera elevando su propio potencial.

Según los estudios realizados en el Libro Blanco del Coaching, indican que:

El coaching apoya para que los/las coaches laboren a la par con sus coachees una agrupación de instrumentos que les conceden la esperanza para razonar por ellos mismos, hallar respuestas únicas y encontrar en su interior su aptitud, el sendero hacia su éxito, puede ser en el comercio, en los vínculos privados, el ejercicio, la ocupación, etc. Atravesando por preguntas y un sistema dilatadamente avanzado y aprobados (Asesco, 2018, p. 20)

Asimismo, Corbu (2016) menciona que los objetivos principales son las de la empresa y presumen esencialmente en el plan de modificar la estructura a través del cambio de los trabajadores que laboran en ella.

Según Alarcón (2018) redacta que el coaching laboral es una pieza fundamental que se realiza en las organizaciones para aportar de manera eficiente al capital humano con el propósito de que los colaboradores traten de elevar su propio potencial y sea vea reflejado mediante las actividades que realizan y de esta manera puedan automotivarse y comprometidos con las políticas de la empresa.

De igual manera Jiménez y Muñoz (2020) indican que el coaching empresarial en la actualidad se considera como una herramienta que permite potencializar lo mejor de una

Linares (2017) menciona el coaching empresarial puede definirse como el arte de laborar en una empresa para conseguir objetivos posiblemente comunes, incluso cuando solo beneficia a una de las partes. Podemos mencionar que la definición de coaching en el tiempo, se llega a la palabra en inglés to coach, que en español es entrenar.

De la misma manera, mencionaremos teorías correspondientes a la variable coaching organizacional.

En la primera dimensión: directivos. Según Asesco (2018) menciona que está dirigido por personas o cargos dirigentes en donde detallan la gestión de proyectos o equipos de la mejor manera productiva, utilizando una comunicación eficaz con el propósito de laborar en equilibrio con el personal de dirección. Asimismo, Corbu (2016) menciona que el coaching del que hablamos está enfocado a los de alto cargo para que puedan desenvolverse en armonía con los demás trabajadores obteniendo el crecimiento productivo dentro de la organización.

En la segunda dimensión: equipos. de acuerdo con Corbu (2016) Nos indica que se ocupa del desarrollo integral del empleado para que pueda trabajar óptimamente en la empresa, obteniendo así una mayor productividad del empleado y de la empresa.

Por ultimo en la tercera dimensión: empleados. Según Asesco (2018) En su libro nos pone en conocimiento que “Son aquellas personas o individuos que trabajan por cuenta ajena”. (p. 27)

Asimismo, en nuestra segunda variable se mencionará diversas teorías de autores ya que es de mucha importancia conocer la importancia de la calidad.

Sánchez (2019) manifiesta que La definición de calidad en los años 90 hasta la actualidad versa en lo llamado calidad total, en la cual hay una visión empresarial global, y de esta última, su objetivo es conocer el punto de vista del cliente. La calidad es una fuente de progreso para muchas empresas ya que es un componente imprescindible tanto en los productos como en los servicios.

Arapa (2017) Manifiesta que la escuela nórdica define al QoS(calidad de servicio) según la crítica del quien recibe el servicio usando 3 aspectos que son la calidad funcional, técnica y la imagen.

Payares (2017) También tenemos esta otra definición: "Argumentan que la QoS versa desde el grado de gozo de la clientela junto a la oferta intangible, de lo que se entiende de dicha definición podemos decir que se refiere al enlace entre la vivencia de un posible cliente y al uso del servicio.

Arapa (2017) Menciona que redactaron las dimensiones puras del servicio pues definieron que el servicio de calidad es como una organización entre la perspectiva antes de recibir el servicio y la captación del servicio porporcionado.

De igual manera mencionaremos algunas definiciones por autores acerca de las magnitudes de la variable calidad:

En la primera variable: calidad interna. Según Payares (2017) Indica la QoS (Quality of service) traducido al español calidad de servicio, la QoS interna cumple, en la empresa, un rol fundamental, ya que ellos son los que llevan a cabo las intervenciones en la empresa, también tienen que garantizar que la compañía haga correctamente el trabajo.

En la segunda variable: calidad externa. Según Duque Oliva J. (2015) En su revista Calidad de servicio externo y sus modelos de medición menciona lo siguiente "La calidad funcional o calidad técnica corresponde a rasgos específicos pragmáticos del servicio". (p.9)

Para entender mejor el desarrollo del proyecto de investigación se presentará a continuación algunas definiciones de términos básicos:

Perez y Gardey (2020) menciona que "La gestión viene a ser un conjunto de tramites en donde trata de resolver una cuestión, precisando un proyecto o administrando una organización o empresa". (p.3)

Rizo (2019, en su libro trinomio hacia Éxito que "La eficiencia es una capacidad en donde alguien dispone de algo para que pueda lograr un efecto especifico en un menor tiempo y con el menor de los recursos" (p. 4).

Según Rizo (2019) manifiesta que el ser eficaz es hacer las actividades muy bien en donde las tareas se realizan de la mejor manera para que guie a la consecución del planteamiento del resultado. Asimismo, Fernández (2020) indica lo siguiente: la productividad tiende a tener una relación mediante aquellos medios importantes para la gestión de producción y la gestión productiva estas definiciones aplicado a la organización va conllevar a un resultado en donde las acciones que fueron realizadas servirá para lograr el objetivo deseado de la organización o empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Enfoque

La investigación se efectuó mediante un enfoque cuantitativo en donde se recogió y se analizó al detalle los datos numéricos otorgados por nuestra encuesta.

Según Canive (2017) menciona lo siguiente que el enfoque cuantitativo se basa principalmente en números para examinar y constatar la información preciosa y concreta. De igual manera menciona que es un estudio empíricoanalista por eminencia. De igual manera Cano y Aguilar A. (2020) nos dicen que las ocasiones se generan por una relación de causa y efecto, comenzado de interrogantes cuantitativas. Es ahí donde entra a gestionar la ciencia de las estadísticas y matemáticas.

3.1.2 Tipo

La investigación fue de gestión aplicada aplicada, porque está principalmente basada a resolver significativamente las falencias o problemas que se encuentren en la empresa Falfe Glass S.A.C., La Victoria.

Según Rodríguez (2018) nos indica que la investigación aplicada conserva una larga relación con el estudio de la investigación básica ya que dependen específicamente de sus estudios, análisis y descubrimientos de este último en donde se beneficia de aquellas actividades de descubrimiento.

3.1.3 Nivel

Se gestionó el nivel correlacional, principalmente lo que se trata de indagar es calcular la relación que pueda existir entre estas 2 variables de estudio.

Godoy (2018) menciona que el estudio de investigación correlacional involucra cuantificar 2 variables y la evaluación de estas últimas presenciando la relación que pueda existir entre ellas sin la alteración de una variable autónoma o independiente.

3.1.4 Diseño

El estudio de investigación fue y obtuvo un diseño no experimental, porque se puede apreciar que las 2 variables del proyecto están en su estado normal. Seguidamente Raffino (2020) menciona que el estudio de investigación no experimental es un tipo de indagación que no recolecta sus propias conclusiones decisivas o sus informaciones de trabajo a través de una serie de actividades en un escenario apaciguado para obtener información con resultados en donde puedan ser interpretables.

Además, fue de corte transversal en donde se estudia una muestra significativa en un momento determinado. Asimismo, Mata (2019) menciona que los estudios de corte transeccional se genera cuando la información es recogida específicamente en un momento definido.

3.2 Operacionalización de variables

3.2.1 Coaching empresarial

Definición conceptual

Según Chavez (2012) Argumenta que el coaching empresarial es una gestión muy importante que realizan pocas organizaciones para mejorar el entorno del capital humano, por lo cual hace potenciar el desempeño del colaborador. Asimismo, de la Osa, J. C., López-Jurado, J. J., y Esteban, J. A. (2017) mencionan que la aplicación de esta herramienta del marketing genera bienestar en el centro laboral creando un clima organizacional optimo, donde se pueda transmitir mediante la inspiración un alto rendimiento con un aprendizaje continuo.

Definición operacional

La cuantificación de esta variable se desarrolló en base a la técnica de encuestas en donde se aplicará como instrumento un cuestionario de escala de Likert que estará conformado por 38 ítems. Asimismo, va dirigido a la cartera de clientes de Falfe glass S.A.C.

3.2.2 Calidad de servicio

Definición conceptual

Arapa (2017) Define que la calidad de servicio como el discernimiento general del cliente versando sobre "lo que esperan" " como fue "el producto que adquirieron".

Definición operacional

La medición de esta variable se desarrolló en base a la técnica de encuesta en donde se aplicará como instrumento un cuestionario de escala Likert que estará compuesta por 38 ítems. Por ende, está abocado a los clientes de Falfe glass S.A.C.

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

Estuvo integrado con aproximadamente 150 clientes que son el promedio según el rango histórico de la empresa Falfe Glass S.A.C. la Victoria. Además, esta población está considerado como una población finita.

Gómez, Villasís y Miranda. (2016) mencionan que la población está conformada por un conjunto de casos, accesibles donde estos datos serán referentes para la elección de la muestra. De igual manera Planner (2020) Aporta que la población finita es un grupo de individuos o elementos donde se puede conocer su tamaño y de la misma manera contabilizarse.

3.3.2 Criterios de Selección

3.3.2.1 Inclusión

En este estudio de análisis de investigación la actividad que se consideró y se tomó en cuenta son aquellas personas que pertenecen a la cartera de clientes de la empresa Falfe Glass S.A.C., la Victoria.

3.3.2.2 Exclusión

Para este estudio de investigación se excluyeron aquellas personas que no son clientes de la misma manera a personas que no hayan tenido experiencia de servicio con la empresa Falfe Glass S.A.C., la Victoria.

3.3.3 Muestra

Para este estudio se realizó el cálculo de la muestra para analizar el volumen de este mismo en donde se trabajará una parte de la población.

López (2018) menciona lo siguiente una muestra es un subconjunto de información que es una proporción de la población, donde está conformado por una cantidad numérica de observaciones en donde simboliza de manera oportuna el total de la información.

Según el cálculo de la población finita aplicando la fórmula con 1.96 de nivel de confianza y un 5% de error será de 62 clientes la muestra.

3.3.4 Muestreo

El estudio de investigación se obtuvo a consecuencia de un muestreo probabilístico ya que todos los participantes de la muestra tienen las mismas capacidades de poder conformarla.

El muestreo es un conjunto de personas o individuos donde son considerados importantes dentro a la organización en la cual pertenecen. Asimismo, Vitti (2019) menciona que el muestreo es una herramienta de estudio de investigación en donde su principal función es conocer detalladamente qué proporción de una población o universo debe analizarse e igualmente gestionar la información para que de esta manera se pueda inferir en ellas.

Según Carrasquedo (2017), manifiesta que los muestreos probabilísticos influyen principalmente en cada componente del universo obtiene probabilidades donde son conocidas y no son nulas de presentarse en la muestra, es decir, generalmente todos los componentes del universo están incluidos en formar y corresponder parte de la muestra.

3.3.5 Unidad de análisis

Se estimó como la unidad de análisis a cada uno de los clientes que acepta nuestros servicios tanto como dentro y fuera del establecimiento Falfe Glass S.A.C., la Victoria

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1 Técnica

Se realizó mediante encuestas para la Base de datos.

Para Bernal (2018), menciona que las encuestas están denominadas por un conjunto de preguntas con la finalidad específica de conocer las emociones y opiniones de las personas que acceden a un establecimiento para recibir un servicio, Asimismo también es fundamental mencionar que el utilizar este recurso permite conocer y medir la situación del escenario acerca de alguna actividad hecho en específico que se da en un determinado lugar.

3.4.2 Instrumento

El instrumento para el proyecto de investigación y para una obtención mayor de datos fue el cuestionario en donde estará conformado por 32 preguntas.

(Ver Anexo N° 2)

Según Meneses (2016), indaga que el cuestionario es una herramienta para recoger la información del escenario en donde se podría deducir que es una herramienta muy oportuna para plantear un agregado de preguntas para que de esta manera se pueda obtener información de los clientes bien al detalle.

Tabla 1.

Técnicas e instrumentos recolección de información

Variable	Técnica	Instrumento
Coaching Empresarial	Encuesta	Cuestionario
Calidad de servicio	Encuesta	Cuestionario

Validez

La validez se generó a través de las opiniones y críticas constructivas de expertos y conocedores del tema por parte de 3 docentes de la Universidad César Vallejo en donde estarán a cargo de validar del contenido y la congruencia del presente estudio de investigación con respecto a los instrumentos (cuestionarios).

Según Moreno (2017) La validez es un estudio que detalla la supervisión de la descripción del argumento, De igual manera las preguntas con sus respectivos indicadores (ítems) que cuantifican o miden las variables relevantes.

Tabla 2

Validación de juicios de expertos: Coaching empresarial

Criterios	Exp.1	Exp.2	Exp.3	Total
Claridad	87%	83%	87%	257%
Objetividad	88%	83%	88%	259%
Pertinencia	88%	83%	88%	259%
Actualidad	88%	83%	91%	262%
Organización	89%	83%	89%	261%
Suficiencia	88%	83%	88%	259%
Intencionalidad	88%	83%	90%	261%
Consistencia	88%	83%	88%	259%
Coherencia	88%	83%	88%	259%
Metodología	88%	83%	91%	262%
			TOTAL	2598%
			CV	86.6%

La tabla 2 se aprecia la aprobación por juicio de los expertos con un promedio de 86.60 % la cual hace mención a la primera variable del estudio ya que al cuestionario se considera como Bueno es decir apto para la gestión conveniente.

Tabla 3*Validación de juicios de expertos: Calidad de servicio*

Criterios	Exp.1	Exp.2	Exp.3	Total
Claridad	87%	84%	87%	258%
Objetividad	88%	84%	92%	264%
Pertinencia	88%	84%	90%	262%
Actualidad	88%	84%	89%	261%
Organización	89%	84%	91%	264%
Suficiencia	88%	84%	89%	261%
Intencionalidad	88%	84%	91%	263%
Consistencia	88%	84%	89%	261%
Coherencia	88%	84%	88%	260%
Metodología	88%	84%	92%	264%
			TOTAL	2618%
			CV	87.3%

La tabla 3 muestra la validez de los expertos con un promedio de 87.3% la cual pertenece a la segunda variable de estudio por la cual el cuestionario se consideró como Buena y viable para la investigación.

Tabla 4.*Información de los 3 expertos designados para la validación*

Experto N°	Información
Experto N° 01	Dr. La cruz Arango Oscar David
Experto N° 02	Dr. Bardales Cardenas Miguel
Experto N° 03	Mg. Aramburu Geng Carlos AbrahaM

Confiabilidad

La confiabilidad es un mecanismo mediante el cual se realiza a través del cálculo y medición con la finalidad que el resultado refleje una coherencia y consistencia en lo que específicamente se va a medir en el cuestionario. (ver Anexo N°)

Sena (2017), menciona que la confiabilidad es el análisis decisivo en el estudio este es de suma importancia para determinar el conocimiento y los sistemas de medición en este caso el cuestionario. Por lo tanto, el cuestionario será medido a través del alf

Tabla 5.

Escala de medición del coeficiente del alfa de cronbrach

Valores	Niveles
>0.9	Perfecto
>0.8	Bueno
>0.7	Aceptable
>0.6	Regular
>0.5	Baja
<0.5	Muy baja

Fuente: Adaptada de Hernández et al., (2014)

Tabla 6.

Estadísticas de fiabilidad general

Alfa de Cronbach	N de elementos
,876	38

Una vez realizado el Alfa de Cronbach de manera general obtuvimos como resultado el valor de 0.876, lo cual nos indica que el cuestionario es Bueno y son aplicables en la encuesta.

Tabla 7.

Alfa de Cronbach V1 coaching empresarial

Alfa de Cronbach	N de elementos
,798	38

Para la primera variable se obtuvo un resultado de 0.798, la cual refiere a que el cuestionario es aceptable, además tiene criterio para ser empleado en la encuesta.

Tabla 8.

Alfa de Cronbach V2 Calidad de servicio

Alfa de Cronbach	N de elementos
,816	38

Para la segunda variable el estudio de fiabilidad recolectado a través del Alfa de Cronbach es 0.816, esto nos dice que se puede aplicar el instrumento de medición ya que el cuestionario es bueno para ser utilizado en la encuesta.

3.5 Procedimientos

La Redacción del estudio de investigación se realizó desde la observación de la problemática que se presentó en la empresa Falfe Glass S.A.C, Posteriormente se empleó con la elaboración del título de investigación que constará de 2 variables cuantitativas específicamente para poder resolver la falencia que aqueja a esta empresa. Seguidamente se plasmó la introducción donde la descripción estuvo basado específicamente de la realidad problemática en un contexto internacional, nacional y local. Luego se redactó la elaboración del problema también la justificación del estudio de investigación donde estuvo conformada por justificación: teórica, práctica, metodológica y social. De igual

manera los detallados objetivos y la elaboración de la hipótesis. Posteriormente se efectuó el marco teórico que está conformado por bases teóricas en donde se indago y plasmo diversos trabajos internacionales y nacionales de investigación. Luego se redactó la metodología que está constituido por tipo y diseño de investigación que están conformado por enfoque, tipo, nivel correlacional y diseño. Seguidamente se precisó la población de estudio. Por otra parte, en el estudio se gestionó la técnica de encuesta al igual del cuestionario como instrumento para la obtención de datos e información. Mencionar que el cuestionario consto de 38 preguntas y será aplicada para aquellas personas que pertenecen a la cartera de clientes de la empresa Falfe Glass S.A.C. Los resultados que arrojará esta herramienta serán reflejados mediante esquemas como tablas, cuadros y figuras para su correspondiente interpretación. Finalmente se ejecutará aspectos administrativos que estará basado mediante tablas de los presupuestos y recursos que se ejecutará para la elaboración de este estudio de investigación.

3.6 Método de análisis de datos

El análisis de datos estará compuesto por la estadística descriptiva e inferencial donde detallaremos a continuación.

La metodología estuvo compuesta por la estadística descriptiva e inferencial donde detallaremos a continuación.

3.6.1. Estadística descriptiva

Este tipo de estadística permite al investigador tener un mejor análisis de los resultados a través de un conjunto de gráficas, tablas y técnicas. En estudio fue aplicado por el I programa estadístico SPSS donde nos permitió obtener información en conjunto hacia una fuente de datos con el propósito de plasmarla en esquemas a través de la información obtenida para que de esta manera la interpretación sea de manera óptima.

López (2020) menciona que es una disciplina donde se basa en recolectar la estadística descriptiva presenta una disciplina que se basa en: recolectar, organizar, almacenar, elaborar tablas o gráficos para determinar parámetros básicos sobre un conjunto datos.

3.6.2 Estadística Inferencial

Este tipo de estadística comprende hacer inferencias y deducciones donde se examinó la hipótesis a través de parámetros con la finalidad de obtener conclusiones.

Según Riquelme (2018) manifiesta que este tipo de estadística es también conocida como estadística analítica donde a través de muchos estudios de muestras puede procesar y elaborar conclusiones a partir de informaciones que se asimilara a través de la recolección de datos.

3.7 Aspectos éticos

La realización del estudio de investigación se proporcionó de fundamentos éticos, donde la información recolectada a través de instrumentos de investigación no será manipulada ni revelada en beneficio de otros. Asimismo, los datos de los clientes encuestados no serán evidenciados. El estudio de investigación estará redactado cumpliendo las normas APA. Finalmente, los derechos de auditoria se respetarán donde no se infringirán los principios de ética de los diferentes autores que se mencionan en el estudio.

IV. RESULTADOS

4.1. Estadística Descriptiva

4.1.1. Estadística descriptiva coaching empresarial

Tabla 9.

Resultado descriptivo del coaching empresarial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	12	18,8	18,8	18,8
Casi siempre	52	81,3	81,3	100,0
Total	64	100,0	100,0	

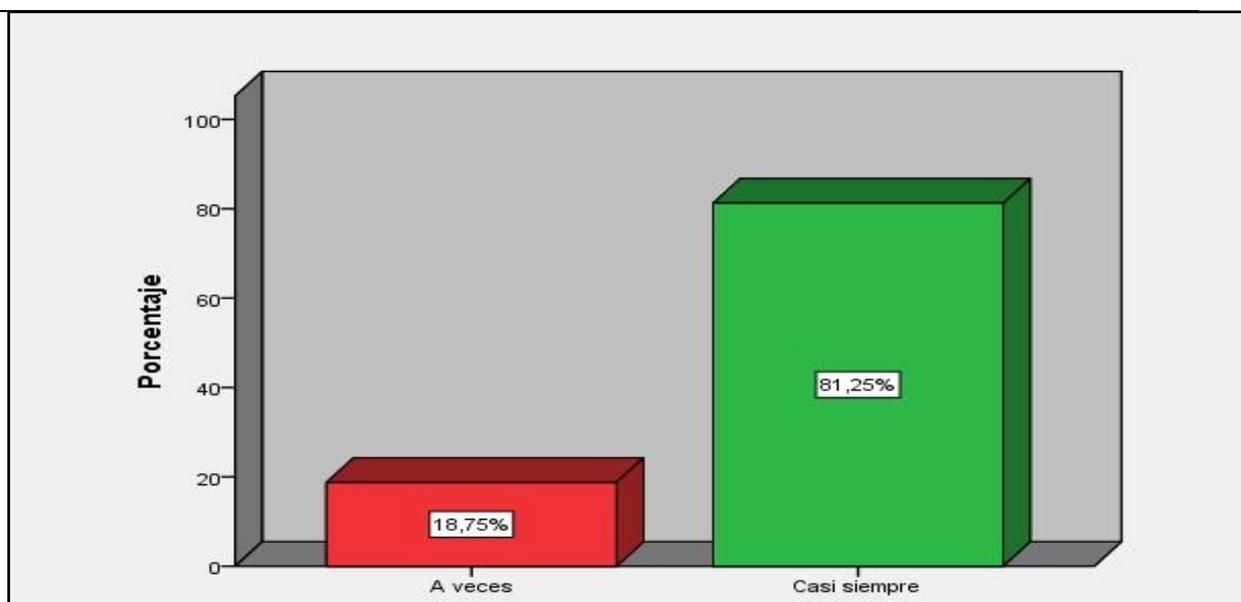


Figura 1. Coaching empresarial

Visto el resultado de la figura 1 y la tabla 9, en la muestra de 64 personas entre ellos los clientes de Falfe Glass S.A.C.; con respecto a la primera variable se aprecia que 52 personas que comprenden el 81,3%, consideran que si la aplicación del coaching empresarial se da casi siempre se obtendrá el mejoramiento de calidad del servicio, mientras tanto 12 personas que conforman el 18.8% indican que el coaching empresarial se da a veces.

Estadística descriptiva de fidelización del cliente

Tabla 10.

Resultado descriptivo de la calidad de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	2	3,1	3,1	3,1
Casi siempre	46	71,9	71,9	75,0
Siempre	16	25,0	25,0	100,0
Total	64	100,0	100,0	

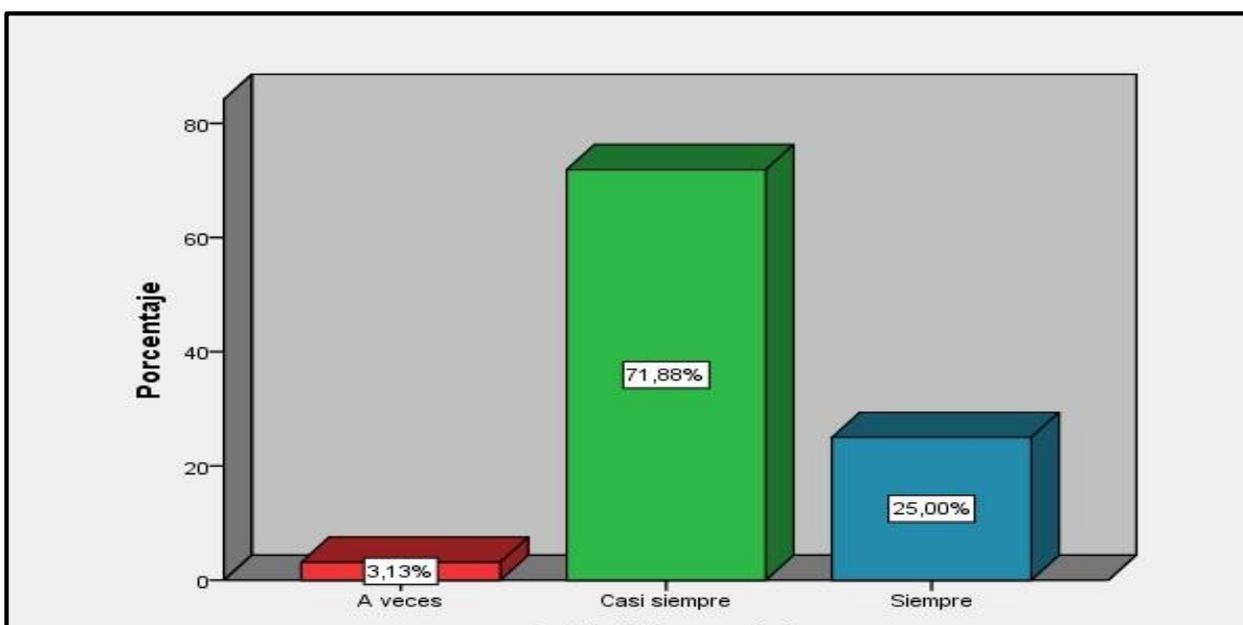


Figura 2. Calidad de servicio

Presenciando los resultados de la tabla 10 y la figura 2, en la muestra de la totalidad que son 64 personas entre ellos la cartera de clientes de Falfe Glass S.A.C. en el año 2021; con respecto a la segunda variable se aprecia que 46 personas que comprenden el 71,9% indicaron casi siempre, asimismo 16 personas que comprenden el 25% indicaron siempre, de igual manera 2 personas que comprenden el 3,1% plasmaron A veces. Asimismo, podemos concluir que si la empresa gestiona un buen servicio de calidad los clientes se sentirán identificados con la empresa.

Estadística descriptiva de directivos

Tabla 11.

Resultado descriptivo de directivos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	30	46,9	46,9	46,9
Casi siempre	28	43,8	43,8	90,6
Siempre	6	9,4	9,4	100,0
Total	64	100,0	100,0	

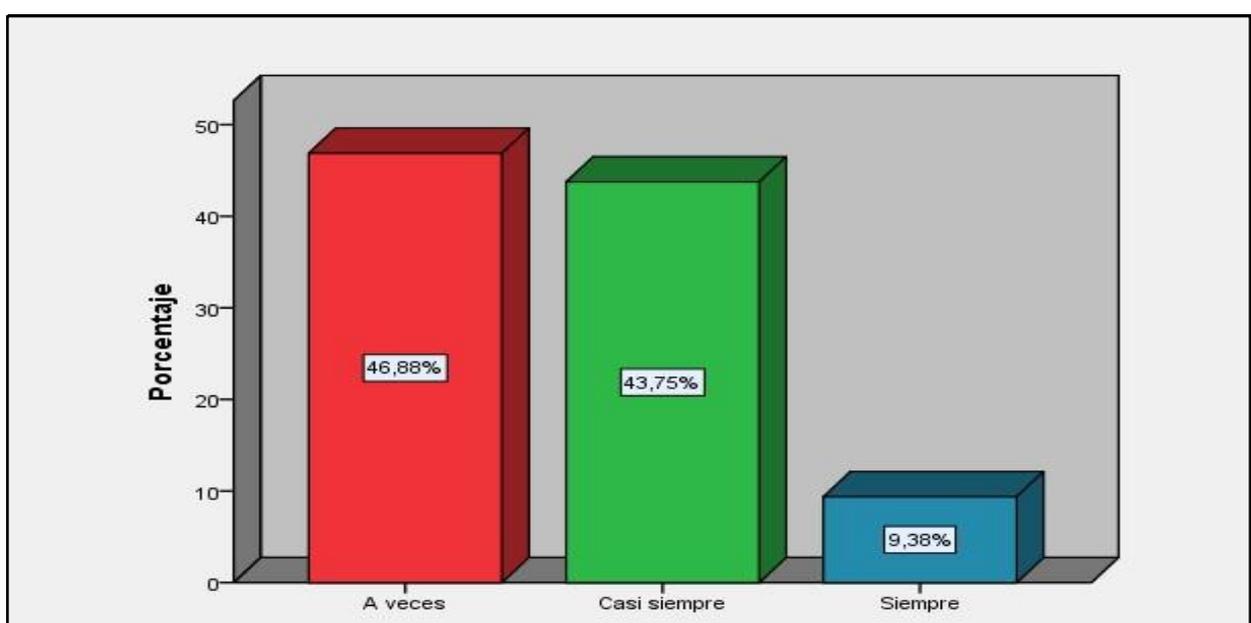


Figura 3. Directivos

Presenciando los resultados de la tabla 11 y la figura 3, en la muestra de la totalidad que son 64 personas entre ellos los clientes de Falfe Glass S.A.C. en el año 2021; donde 30 clientes que comprenden el 46,9% indicaron a veces, asimismo 28 personas que comprenden el 28% indicaron casi siempre, de igual manera 6 personas que comprenden el 6% plasmaron Siempre. Presenciando los resultados podemos evidenciar que los directivos no aplican de manera adecuada el coaching empresarial.

Estadística descriptiva de directivos

Tabla 12.

Resultado descriptivo de equipos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	8	12,5	12,5	12,5
Casi siempre	40	62,5	62,5	75,0
Siempre	16	25,0	25,0	100,0
Total	64	100,0	100,0	

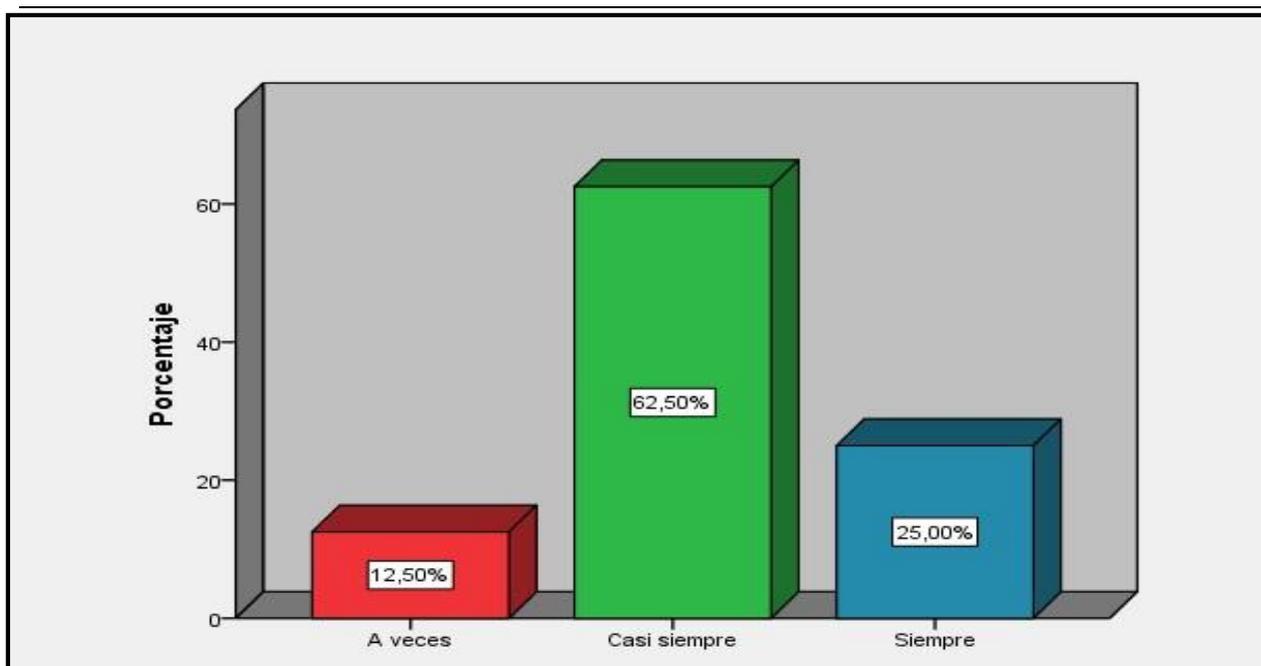


Figura 4. Equipos

Presenciando los resultados de la tabla 12 y la figura 4, en la muestra de la totalidad que son 64 personas entre ellos los clientes de Falfe Glass S.A.C. en el año 2021; donde 40 clientes que comprenden el 62,5% indicaron casi siempre, asimismo 16 personas que comprenden el 25% indicaron casi siempre, de igual manera 8 personas que comprenden el 12,5% plasmaron a veces. Observando los resultados podemos evidenciar si la empresa esta comprometida con sus equipos de trabajo el servicio que ofrecen será el adecuado para sus clientes.

Estadística descriptiva de empleados

Tabla 13.

Resultado descriptivo de empleados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi nunca	8	12,5	12,5	12,5
A veces	34	53,1	53,1	65,6
Casi siempre	22	34,4	34,4	100,0
Total	64	100,0	100,0	

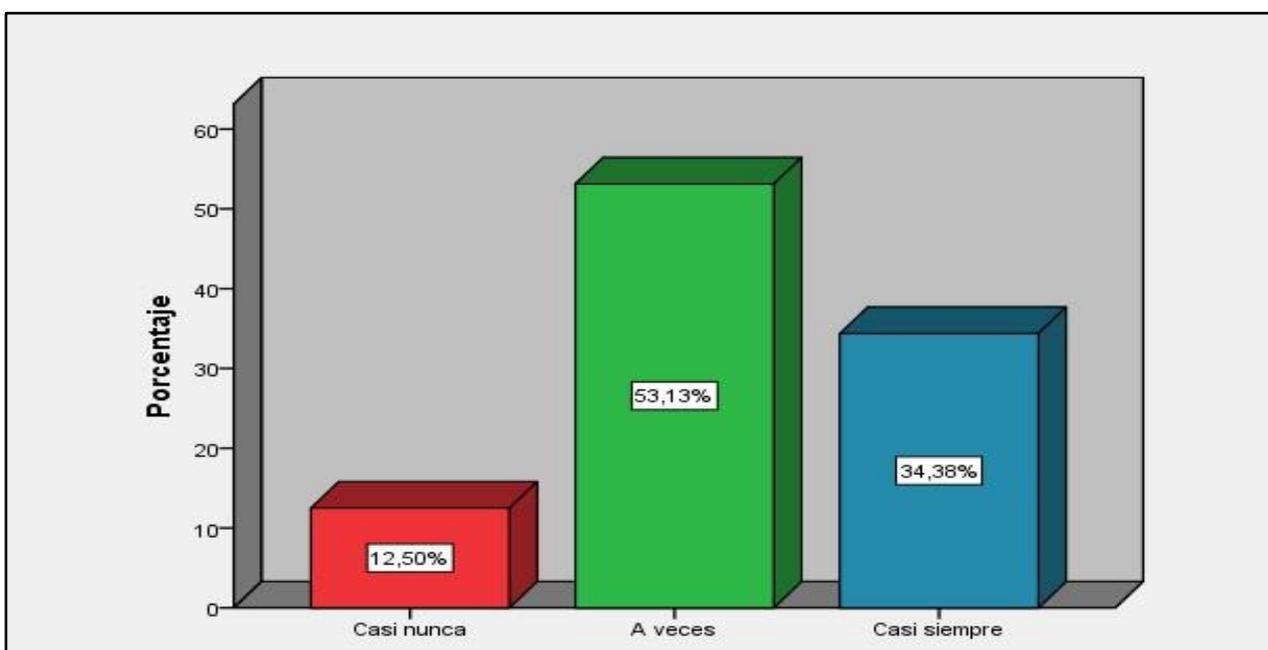


Figura 5. Empleados

Presenciando los resultados de la tabla 13 y la figura 5, en la muestra de la totalidad que son 64 personas entre ellos los clientes de Falfe Glass S.A.C. en el año 2021; donde 34 clientes que comprenden el 53,1% indicaron a veces, asimismo 22 personas que comprenden el 34,4% indicaron casi siempre, de igual manera 8 personas que comprenden el 12,5% plasmaron a veces. Observando los resultados podemos evidenciar si la empresa no capacita o entrena de manera

eficiente a sus empleados no tendrán un buen respaldo por partes la cartera de clientes de la empresa.

4.2. Estadística inferencial

4.2.1. Prueba de normalidad

Es fundamental saber que las informaciones recolectadas tengan un procedimiento de distribución estadística normal, donde se relacionó variables cuantitativas.

- H_0 : La distribución estadística de la muestra es normal.
- H_1 : La distribución estadística de la muestra no es normal.

Decisión:

- Sig. P Valor ≥ 0.05 se Acepta H_0
- Sig. P Valor < 0.05 se Rechaza H_0

Tabla 14.

Prueba de normalidad del Coaching empresarial y calidad del servicio

	Kolmogorov-Smirnov ^a		Shapiro-Wilk	
	Estadístico	gl	Estadístico	gl
Coaching empresarial	,496	64	,476	64
Calidad de servicio	,423	64	,648	64

a. Corrección de significación de Lilliefors

Reyna (2019) Se pone en práctica para evaluar si un conjunto de datos se ajusta o no a una distribución normal. Caso parecido en este caso a la aplicación del test Shapiro Wilk, pero la principal diferencia se basa en el número de muestras. Mientras que el test de Shapiro Wilk se puede aplicar máximo a 50 datos, el test de Kolmogorov Smirnov es preferible aplicarlo con más de 50 observaciones.

Por consiguiente, se utilizó como análisis de kolmogorov – Smirnov debido a tener una población mayor a 50 datos y como resultado se obtuvo de Sig. es 0,000 siendo menor a 0.05 por lo tanto se observa que existe una distribución normal de los datos de ambas variables, en consecuencia, se utiliza la evaluación no paramétrica de Rho de Spearman.

4.2.2. Prueba de Hipótesis

Se puso en práctica las hipótesis planteadas al comienzo del estudio para así de esta manera deducir si existe entre mis variables. De igual manera se da a conocer la tabla que evidenció el grado de correlación entre las hipótesis planteadas, la mención de la tabla nos permitió conocer en qué nivel se aprecia cada resultado que se obtuvo al momento de procesar la información de estudio en el programa SPSS V25.

Tabla 15.*Coeficiente de correlación*

Valor	Significado Correlación
-1	negativa grande y perfecta
-0,9 a -0.99	negativa Muy alta
-0,7 a -0.89	negativa alta
-0,4 a -0.69	negativa moderada
-0,2 a -0.38	negativa baja
-0,01 a -0.19	negativa muy baja
0	Nula
0,01 a 0,19	positiva muy baja
0,2 a 0,39	positiva baja
0,4 a 0,69	positiva moderado
0,7 a 0,89	positiva alta
0,9 a 0,99	positiva muy alta
1	positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández et al. (2014)

Prueba de hipótesis General

Prueba de correlación entre Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente

- H_0 : No existe relación entre el Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.
- H_1 : Existe relación entre el Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.

Estrategia de la prueba:

- Si el Valor Sig. Es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula

- Si el Valor Sig. Es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Tabla 16.

Prueba de hipótesis correlacional entre el coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente.

		Coaching empresarial	Calidad de servicio
Coaching empresarial	Coeficiente de correlación	1,000	,299*
	Sig. (bilateral)	.	,016
Rho Spearman	N	64	64
Calidad servicio	Coeficiente de correlación	* ,299	1,000
	Sig. (bilateral)	,016	.
	N	64	64

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

En la tabla 16 se evidencia que el valor de significancia (bilateral) es de 0.016, entonces es menor de $p < 0.05$. Por ello, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta, donde se presencia que existe relación entre el coaching empresarial y la calidad del servicio, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman =0.299 correlacion positiva baja.

Prueba de hipótesis Específica

Prueba de coaching empresarial y calidad interna.

- H_0 : No existe relación entre el Coaching empresarial y la calidad interna al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.

- H₁: Existe relación entre el Coaching empresarial y la calidad interna al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.

Tabla 17.

Prueba de hipótesis correlacional entre el coaching empresarial y la calidad interna al cliente

		Coaching empresarial	Calidad interna
Rho Spearman	Coaching empresarial	Coeficiente correlación	,324
		Sig. (bilateral)	,000
		N	64
	Calidad interna	Coeficiente correlación	,324
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	64	

*. La correlación es sig. en el nivel 0,05 (bilateral).

En la tabla 17 se evidencia que el valor de significancia (bilateral) es de 0.000, entonces es menor de $p < 0.05$. Por ello, se rechaza la H_0 y se acepta la hipótesis alterna, donde se presencia que existe relación el coaching empresarial y la calidad interna, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman =0.324 correlacion positiva baja.

Prueba de coaching empresarial y la calidad externa.

- H₀: No existe relación entre el Coaching empresarial y la calidad externa al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.
- H₁: Existe relación entre el Coaching empresarial y la calidad externa al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021.

Tabla 18.

Prueba de hipótesis correlacional entre el coaching empresarial y la calidad interna al cliente

		Coaching empresarial	Calidad Externa
Coaching empresarial	Coeficiente correlación	1,000	,210
	Sig. (bilateral)	.	,124
	N	64	64
Rho Spearman			
Calidad Externa	Coeficiente correlación	,210	1,000
	Sig. (bilateral)	,124	.
	N	64	64

En la tabla 18 se puede apreciar que el valor de significancia (bilateral) es de 0.124, donde es mayor de ≥ 0.05 . Por ello, se acepta H_0 y H_1 , donde indica que no existe relación entre el coaching empresarial y la calidad externa, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman =0.210 correlación positiva baja.

V. DISCUSIÓN

Por medio de la discusión se comparó la información de resultados que se recopiló a través de investigaciones previas del estudio de trabajo.

Según el objetivo general, Explicar la relación entre el Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021, La información obtenida en la tabla 16 se evidencia que el valor de significancia (bilateral) es de 0.016, entonces es menor de $p < 0.05$. Por ello, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta, donde se presencia que existe relación entre el coaching empresarial y la calidad del servicio, con un coeficiente de correlación de Rho Spearman =0.299 correlación positiva baja de Falfe Glass S.A.C., datos que al comparar con Brulhart, Favoreu y Fedida (2019), en su artículo menciona “Competencia y desempeño del equipo: exploración del efecto moderador del liderazgo y el coaching compartido”. quienes evidencian que obtuvieron un resultado positivo alta ($r=0.872$) con un nivel de significancia de $0.000 < 0,005$ el cual indico que, si existe correlación entre el efecto moderador del liderazgo y el coaching compartido. Con estos resultados se puede evidenciar que, existe relación significativa entre las variables de estudio, sin embargo, se discrepa el nivel de correlación al existir una diferencia tal y como se aprecia en la tabla 9 indica que, el 18.8% nos hace mención que a veces aplican un adecuado coaching empresarial en la empresa. Asimismo, Enae (2017), nos dice que el coaching empresarial trata de que no exista barreras entre los colaboradores desde los directivos hasta los operarios con la finalidad que la comunicación dentro de la organización sea más fluida y práctica. Mejorando el clima laboral, trasladando valores haciendo conocimiento de enseñanzas y gestiones desarrolladas.

Asimismo el primer objetivo específico, es analizar cuál es la relación entre el coaching empresarial y la calidad interna al cliente de Falfe Glass S.A.C., La victoria 2021, según la información de resultados reflejados en la tabla 17, se corrobora una correlación positiva baja Rho Spearman = 0.324 con un nivel de significancia de $0.000 < 0,005$ entre el coaching empresarial y la calidad interna, deduciendo de esta manera que el coaching empresarial guarda relación al ser el factor determinante en la gestión de calidad interna de Falfe glass S.A.C.;

resultados que al ser comparados con la investigación de Loza (2016), en su investigación "Gestión administrativa y calidad de los servicios en el gobierno autónomo descentralizado de cantón Mera 2016". Donde los resultados del coeficiente $\rho=0,583$ y la $\text{Sig.}=0,000$. Con la información ponen en evidencia la relación de factores de la gestión empresarial con la calidad de servicio hacia los clientes. Con estos resultados de información se corrobora que, el coaching empresarial se relaciona coincidentemente con la calidad interna en donde se demuestra descriptivamente en la tabla 10, donde el 71.9% hace mención que casi siempre se relaciona de manera favorable en el buen desempeño de los colaboradores a través del coaching empresarial., Además, Villagómez (2017), redacta que la calidad interna mejora internamente las operaciones de una organización. Su propósito es implementar una favorable descripción de cómo se organizan, hallar y fijar los funcionamientos negativos para poder ser subsanados.

El segundo objetivo específico, Cuál es la relación entre el coaching empresarial y la calidad externa al cliente de Falfe Glass S.A.C., La victoria 2021, como se aprecia en la tabla 18 se puede apreciar un coeficiente de correlación de Rho Spearman $=0.210$ que el valor de significancia (bilateral) es de 0.124, donde es mayor de ≥ 0.05 . se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, donde indica que no existe relación entre el coaching empresarial y la calidad externa, deduciendo de esta manera que el coaching empresarial no guarda relación con la calidad externa de la empresa Falfe glass S.A.C. resultados que al ser comparados con Fernández (2018), en su estudio "*Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del usuario en el centro de salud Characato, Arequipa, 2018*". La veracidad de este estudio se basa en los siguientes datos según el coeficiente del Alfa de Cronbach y los resultados obtenidos fueron de Calidad de servicio 0.827 y Satisfacción del usuario 0.821 un coeficiente de correlación del Rho Spearman de 0.377 y el resultado p valor significativo ($p = 0.000 \leq 0.005$). Comparando los datos se discrepa con el antecedente debido a que el antecedente si tiene relación con la variable y en la presente investigación no presencia una relación con la variables. De igual manera Villagómez (2017), nos hace mención que la calidad externa se basa en la satisfacción del cliente, es decir que una organización debe proporcionar productos o servicios que cumplan con las expectativas del consumidor con la finalidad de poder fidelizar a ese cliente y de

esa manera obtener un posicionamiento mejorando la participación de la empresa en el mercado laboral.

VI. CONCLUSIONES

Se redactan las siguientes conclusiones:

Primera. Se logró analizar que existe una correlación positiva baja con un coeficiente de correlación de Rho Spearman $=0.299$ y valor de significancia (bilateral) es de 0.016 entre el coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021. Asimismo, las estrategias del coaching empresarial directivos, equipos y empleados son primordiales para lograr a ofrecer una calidad de servicio esperado por los clientes de la empresa Falfe Glass S.A.C., por lo tanto, se concluye que al aplicar el coaching empresarial dentro de la organización se mejorara la comunicación entre departamentos al igual que sus potenciales y rendimiento en sus actividades, de la misma manera habrá una mejora en el trabajo en equipo con un clima laboral bueno, así alcanzar el logro de los objetivos. En todo este cambio se reflejará un trabajo firme e eficiente brindando un servicio de calidad hacia los clientes, donde la finalidad primordial en este estudio es lograr la fidelización de los clientes a través de nuestros productos y servicios ofrecidos.

Segunda. Se corrobora que existe una correlación positiva baja con un Rho Spearman $= 0.324$ con un nivel de significancia de $0.000 < 0,005$ entre el coaching empresarial y la calidad interna en Falfe glass S.A.C. por lo tanto, coaching empresarial través de socios, gerentes, jefes, compromiso, armonía y comunicación organizacional tomando en cuenta todo lo mencionado anteriormente generan un buen desempeño interno para mejorar el servicio hacia el cliente final., Por lo tanto, se concluyó que el coaching empresarial dentro de la empresa genera capacidades y habilidades técnicas a cada colaborador, asimismo permite definir las actividades que realiza o aplican, se generan autoconfianza a través de la motivación intrínseca .

Tercera. Se encontró que un coeficiente de correlación de Rho Spearman $=0.210$ que el valor de significancia (bilateral) es de 0.124 , donde es mayor de ≥ 0.05 . se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, donde indica que no existe relación entre el coaching empresarial y la calidad externa, Por lo tanto, se concluye de esta manera que el coaching empresarial no guarda relación con la calidad externa de la empresa Falfe glass S.A.C; Esto se da por que los

clientes tal vez no esperan o no quieren recibir un servicio distinto a lo que habitualmente se les otorga pues están acostumbrados a recibir el mismo servicio de siempre así sea bueno o malo, el cambio para ellos quizás signifique extender aún más el tiempo de compra y entrega de sus productos. La finalidad es mejorar los procesos, es decir ordenar y mejorar la calidad en cada actividad al servicio del cliente.

VII. RECOMENDACIONES

Se redacta algunas recomendaciones al respecto de los resultados recopilados:

Primera. Se obtuvo una correlación positiva baja con un coeficiente de correlación de Rho Spearman =0.299 y valor de significancia (bilateral) es de 0.016 entre el coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021. Se sugiere construir una retroalimentación, fomentar aún más la responsabilidad y compromiso de los colaboradores con las políticas de la empresa. De la misma manera brindar respuestas inmediatas a los clientes, mostrar empatía, realizar llamadas a los clientes de tal manera se pueda asegurar la calidad, luego de la post venta.

Segunda. Se aprecia que hay una correlación positiva baja con un Rho Spearman = 0.324 con un nivel de significancia de $0.000 < 0,005$ entre el coaching empresarial y la calidad interna de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021. Se recomienda fomentar la participación de los colaboradores en reuniones importantes cuando se quiere gestionar un cambio dentro de la organización, enfocarse directamente a la satisfacción del cliente. Asimismo, implementar o gestionar la mejora continua dentro de la empresa a través del enfoque basado en procesos.

Tercero. Se halló un coeficiente de correlación de Rho Spearman =0.210 que el valor de significancia (bilateral) es de 0.124, donde es mayor de ≥ 0.05 . se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna, donde indica que no existe relación entre el coaching empresarial y la calidad externa. Por lo tanto, para poder obtener una relación entre estos objetivos se puede contribuir algunas recomendaciones tratar de que los servicios ofrecidos cumplan con las expectativas del cliente, que la relación entre cliente y la empresa sea prospero en donde los productos y servicios ofrecidos se han tal cual como se han ofrecido en las redes. De igual manera a través del coaching los encargados a interactuar con los clientes deben tratar de relucir todo su potencial especializándose en principios de psicología y neurociencia para marketing y ventas así de esta manera poder posicionarse como expertos en el tema, aunque no lo parezca es decir creer en ellos mismos.

REFERENCIAS

- Asesco (2018). El libro blanco del coaching. Barcelona – España, Ed. Círculo rojo.
Recuperado de: <https://bit.ly/35yov0e>
- Alarcón, G. (2018). Coaching empresarial y desempeño laboral en los trabajadores de la empresa BBVA de Villa El Salvador – 2018 Tesis de pregrado, Universidad Autónoma del Perú. Recuperado de: <https://bit.ly/38IAXMR>
- Alcaide J.C. (2015), Calidad interna y externa, Fidelización de clientes (pp.170172). Madrid-España. esic editorial.
- Alvares y Rivera (2018). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire. Universidad Tecnológica del Perú. Lima- Perú. Recuperado de: <https://bit.ly/3lznryT>
- Arapa, E. J. (2017). Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho. Recuperado de: <https://bit.ly/35tdoWq>
- Arias-Gómez J, Villasís-Keever MÁ, Miranda-Novales MG. (2016). Revista Alergia México. El protocolo de investigación III: la población de estudio, Volumen 62(2): pp 201-206. Recuperado de: <https://bit.ly/3lzSjW7>
- Bellota J. A. (2019). Gestión del coaching empresarial y la inserción laboral de los egresados de Certus, San Juan de Lurigancho, 2019. Recuperado de: <https://bit.ly/3ktw9xj>
- Bernal (2018). Técnica de encuesta. Tipo de encuesta. Recuperado de: <https://bit.ly/38lzAOd>
- Braun, M., Kahrman, B., & Ecker, F. (2020). The package barrier to user adherence: Comparative analysis of various types of opening instructions on the ease of opening comprising effectiveness, efficiency and user satisfaction. British Journal of Clinical Pharmacology, 10, 1982. Recuperado de: <https://bit.ly/35wR1iV>
- Brulhart, Favoreu y Loufrani – Fedida (2019). L'influence de la compétence collective sur la performance d' équipe: analyse du rôle modérateur du leadership partagé et du coaching. Recuperado de: <https://bit.ly/3f1N8pa>

Bellota, J. A. (2019). Gestión del coaching empresarial y la inserción laboral de los egresados de Certus, San Juan de Lurigancho, 2019. Recuperado de: <https://bit.ly/3ktw9xj>

Castro, K. V., Altamirano, K. A., & Erazo Álvarez, J. C. (2020). Gestión De Talento Humano Para La Mejora Laboral en El Banco Solidario. Revista Telos, 22(1), 184–203. Recuperado de: <https://bit.ly/35ydjkh>

Cattaneo. (2019). El futuro del coaching en las empresas a nivel global. Guido Cattaneo. Recuperado de: <https://bit.ly/3nuOKeh>

De Talento Humano Para La Mejora Laboral en El Banco Solidario. Revista Telos, 22(1), 184–203. Recuperado de: <https://bit.ly/35ydjkh>

Cano-Aguilar, A. (2020). Investigación cuantitativa en una práctica universitaria de intervención en comunidad en el norte de México. Prospectiva, 29, 207–130. Recuperado de: <https://bit.ly/3nrdqnl>

De la Osa, J. C., López-Jurado, J. J., & Esteban, J. A. (2017). Aportaciones del Coaching

Profesional: ¿Se puede dar el bienestar en las organizaciones? Capital Humano, 30(326), 66–69 Corbu, A. (2016). Coaching, una revisión teórica desde la psicología. Tesis de pregrado, Universitat Jaume, España. Recuperado de: <https://bit.ly/38G4mYd>

Fernández. (2020). ¿Qué es la productividad? Economía TIC. Recuperado de: <https://bit.ly/36DaZHT>

Hernández, R; Fernández, C.; Baptista, P. 2014. Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill Educación, 6ta. Edición, p. 200 <https://bit.ly/36DaZHT>

Imaña. (2019). El invertir en procesos de coaching en las empresas otorga un beneficio de 500%. La República, p.- 3. Recuperado de: <https://bit.ly/3IBwa3E>

- Linares, A. C. (2017). Coaching empresarial como herramienta estratégica para incrementar la productividad en entidades públicas. Recuperado de: <https://bit.ly/3nnemtm>
- Loza (2016). Tesis de grado previo a la obtención del título de: ingeniera en administración de empresas y negocios. Universidad Regional Autónoma de los Andes. Puyo – Ecuador. Recuperado de: <https://bit.ly/2UGwm5T>
- Molina, Mariño, Rojas, Molina, Sanz, & Prada. (2020). Calidad del servicio de alimentación según las expectativas y percepción de los usuarios. Revista GICOS, 5(1), 27–36.
- Gómez (2017). Investigación cuantitativa. Características del método cuantitativo. Sinnaps. Recuperado de: <https://bit.ly/35u0SGb>
- López (2019). Estadística descriptiva. Economipedia Recuperado de: <https://bit.ly/3lyng6S>
- Loza (2016). Tesis de grado previo a la obtención del título de: ingeniera en administración de empresas y negocios. Universidad Regional Autónoma de los Andes. Puyo – Ecuador. Recuperado de: <https://bit.ly/2UGwm5T>
- Lugo (2018). Población y muestra. Diferenciador, (P. 1). Recuperado de: <https://bit.ly/3pvxTtG>
- Linares, A. C. (2017). Coaching empresarial como herramienta estratégica para incrementar la productividad en entidades públicas. Recuperado de: <https://bit.ly/3nnemtm>
- Meneses, J., & Rodríguez-Gómez, D. (2011). El cuestionario y la entrevista. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Montalvo, S., Estrada, E., & Mamani. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado. Recuperado de: <https://bit.ly/38HEbQH>
- Núñez, Utrilla¹, Grande & Lorenzo (2015). The effects of coaching in employees and organizational performance: The Spanish Case. Recuperado: <https://bit.ly/36GzoMM>

Pedraza, Bernal, Verastegui y Lavin. (2015). La calidad del servicio: Caso UMF.

Recuperado: <https://bit.ly/3390SJY>

Payares, K. M., Berdugo, A. D. J., Caridad, M. J., y Navarro Manotas, E. D. J. (2017). Endomarketing y calidad de servicio interno en las pequeñas y medianas empresas del sector salud. Recuperado de: <https://bit.ly/35wY9vJ>

Planner. (2020). Plan de negocios Perú. Pasos para calcular tamaño de la muestra. Recuperado de: <https://bit.ly/3lzl4fc>

Riquelme (2018). Metodología de la investigación pautas para hacer tesis. Que es la validez en una investigación de tesis. Recuperado de: <https://bit.ly/3lBpSAT>

Steiner, P. M., Wong, V., & Society for Research on Educational Effectiveness

(SREE). (2016). Analyzing Empirical Evaluations of Non-Experimental Methods in

Field Settings. In Society for Research on Educational Effectiveness. Society for

Research on Educational Effectiveness. Recuperado de: <https://bit.ly/3nuPC2x>

Valencia, D. A. J., & García, S. M. M. (2020). Implementación de Herramientas de

Coaching Empresarial a los Instructores del programa de “Articulación con la

Media” del CTPI SENA Regional Cauca, como estrategia didáctica para el fortalecimiento pedagógico. Recuperado de: <https://bit.ly/3prJ4U2>

Valle, LI. (2019). Coaching empresarial: Definición, modelos y programas. Una revisión teórica. (Trabajo de investigación, Universidad Peruana Unión). Recuperado de: <https://bit.ly/3pu6BUn>

Villeda (2017). Coaching empresarial: el último jalón que necesitas. Entrepreneur.

Recuperado de: <https://bit.ly/32HikoM>

Vitti (2019). ¿Qué es el muestreo?. encuesta.com? Recuperado de: <https://bit.ly/2UsDFOf>

<https://bit.ly/2UsDFOf>

ANEXOS

ANEXO 1:

Matriz de operacionalización del coaching empresarial

VARIABLE 1	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Coaching empresarial	Alarcon(2018), Indica que el coaching empresarial es una herramienta que utilizan las empresas para mejorar el entorno del capital humano, por lo cual hace potenciar el desempeño del colaborador.	La medición de esta variable se va a desarrollar en base a la tecnica de encuesta en donde se aplicara como instrumento un cuestionario de escala Likert que estara conformado por 19 ítems.Por lo tanto va dirigido a todo el personal de Falfe glass S.A.C.	Directivos Equipos Empleados	Socios Gerentes Jefes Compromiso Armonia Comunicaión Desembolvimiento Motivación	Ordinal Medición: Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre

ANEXO 2:

Instrumento de recolección de datos

Cuestionario del coaching organizacional

La investigación del coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021. Tiene como objetivo medir la relación de las variables estudiadas. Así mismo agradecemos a cada uno de los clientes de la empresa por el apoyo y recalcar que este cuestionario es totalmente confidencial.

INSTRUCCIONES:

Marque con un aspa (X) el número que mejor lo identifica:

1. Nunca	2. Casi nunca	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre
-------------	------------------	---------------	--------------------	---------------

Coaching empresarial		1	2	3	4	5
Directivos	Gestión					
	1	¿El personal a cargo que le atendió está capacitado para la gestión de negocio ?				
	2	¿Los recursos que utiliza la empresa son suficientes para satisfacer sus necesidades?				
	Toma de decisiones					
	3	¿Las prioridades que toma la empresa al realizar un cambio lo consulta con usted?				
	4	¿la empresa tiene un plan de trabajo para solucionar sus problemas?				
Equipos	Democracia					
	5	¿Respetan las opiniones de los clientes para una mejora en la empresa?				
	6	¿El trato que le otorgan a usted es de manera imparcial a comparación con otros clientes?				
	Compromiso					
	7	¿Se siente identificado usted con nosotros?				
	8	¿Siente usted que al elegirnos tiene un impacto positivo en el logro de sus objetivos?				
Equipos	Armonía					
	9	¿La empresa toma en cuenta sus opiniones en la toma de decisiones?				
	10	¿Presencia usted si existe una buena relación entre los propios trabajadores de la empresa?				
Comunicación						

	11	¿Usted cree que si la comunicación es óptima entre trabajadores generara una mejor atención al cliente?					
	12	¿el personal de recepción de llamadas telefónicas atiende amablemente y satisfactoriamente?					
Desenvolvimiento							
	13	¿Con el servicio y producto que ofrecemos cumple eficientemente sus gestiones?					
	14	¿Con la información laboral que le brindan a usted se siente satisfecho?					
Empleados	Motivación						
	15	¿Usted recibió en algún momento un valor agregado de su producto?					
	16	¿Al realizar sus consultas alguna vez se sintió ofendido?					
	17	¿Se gestiona alguna actividad para que usted reciba descuentos?					
	18	¿Recibió algún detalle en fechas importantes por parte de la empresa?					
	19	¿Al llegar a la empresa el personal de recepción le atiende amablemente?					

Cuestionario de la calidad del servicio

Coaching empresarial y la calidad del servicio al cliente de Falfe Glass S.A.C., La Victoria 2021. Tiene como objetivo medir la relación de las variables estudiadas. Así mismo agradecemos a cada uno de los clientes de la empresa por el apoyo y recalcar que este cuestionario es totalmente confidencial.

INSTRUCCIONES:

Marque con un aspa (X) el número que mejor lo identifica:

1. Nunca	2. Casi nunca	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre
-------------	------------------	---------------	--------------------	---------------

Calidad de servicio		1	2	3	4	5
Aplicabilidad						
20	¿Se tiene en cuenta si el producto o servicio es de gran utilidad para el consumidor?					
21	¿Se toma en cuenta los posibles perjuicios del producto?					
Precisión						
22	¿Se toma en cuenta las características del servicio o producto que está solicitando?					
23	¿Se tiene en cuenta los niveles de satisfacción de nuestros posibles clientes?					
25	¿Se realizan pruebas de prototipos del producto para que en su versión final este lejos de causar daño a los consumidores?					
Seguridad						
26	¿La empresa le orienta lo que puede ocasionarle la mala práctica de nuestro producto en contra de su salud?					
27	¿Se suelen utilizar objetos no dañinos en la producción de accesorios?					
28	¿Se realizan seguimientos post venta de la calidad del servicio?					

	29	¿La garantía que ofrecemos cumple sus expectativas?					
Calidad Externa	Estabilidad						
	30	¿La capacidad y calidad del producto son buenos?					
	31	¿Existe una buena relación entre la empresa y los clientes ?					
	32	¿Presentarle productos que no presentan riesgos es algo bueno para el consumidor?					
	Expectativas						
	33	¿Se realizan pruebas a los prototipos del producto para que en su versión final este lejos de causar daño a los consumidores?					
	34	¿El producto final logra cumplir con lo que se propuso desde el comienzo?					
	35	¿Se logra satisfacer a los nuevos clientes y clientes habituales con la compra del producto?					
	Lealtad						
	36	¿El Servicio que ofrecemos es tal como se observa en la publicidad?					
	37	¿El producto final guarda relación con lo que se ofrece?					
	38	¿Recomienda los servicios que se le brinda a terceros?					
39	¿Se identifica usted con la empresa por la calidad del servicio que ofrecemos?						

ANEXO 3:

Validez y confiabilidad del instrumento.



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. LA CRUZ ARANGO ÓSCAR DAVID

I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV

I.3. Especialidad del experto: Investigación

I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario

I.5. Autor del instrumento: Bautista Oscco Edwin

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					87
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					88
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					88
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					88
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					89
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					88
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					88
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					88
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					88
PROMEDIO DE VALORACIÓN						88%

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: Coaching empresarial

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

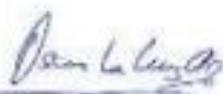
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

88%

Ate, 04 de mayo del 2021



Firma de experto informante
 DNI N° 09499298

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. LA CRUZ ARANGO ÓSCAR DAVID
 1.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
 1.3. Especialidad del experto: Investigación
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 1.5. Autor del instrumento: Bautista Oscco Edwin

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					87
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					88
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					88
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					88
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					89
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					88
INTENCIONALIDAD	Estimo las estrategias que responde al propósito de la investigación					88
CONSISTENCIA	Considero que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					88
COHERENCIA	Considero la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considero que los ítems miden lo que pretende medir.					88
PROMEDIO DE VALORACIÓN						88%

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: Calidad de servicio

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

88%

Ate, 04 de mayo del 2021



Firma de experto informante
DNI N° 09499298

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. BARDALES CÁRDENAS MIGUEL
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV
 I.3. Especialidad del experto: Administración
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: Bautista Oscco Edwin

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					83
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					83
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					83
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					83
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					83
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					83
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					83
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					83
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					83
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					83
PROMEDIO DE VALORACIÓN						83

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: Coaching empresarial

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

83 %

Ate, 24 de abril del 2021



Dr. MIGUEL BARDALES CÁRDENAS
DNI N° 08437636

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. BARDALES CÁRDENAS, MIGUEL
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Completo - UCV
 I.3. Especialidad del experto: Administración
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: Bautista Oscco Edwin

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					84
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					84
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					84
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					84
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					84
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					84
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					84
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					84
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					84
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					84
PROMEDIO DE VALORACIÓN						84

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: Calidad de servicio

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			



13	✓				
14	✓				
15	✓				
16	✓				
17	✓				
18	✓				
19	✓				

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

84 %

Ate, 24 de abril del 2021

Dr. MIGUEL BARDALES CÁRDENAS
DNI N° 08437636

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. ARAMBURÚ GENG CARLOS ABRAHAM
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
 I.3. Especialidad del experto: Investigación
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: BAUTISTA OSCCO EDWIN,

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					87
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					88
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					88
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					91
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					89
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					88
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					90
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					88
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					91
PROMEDIO DE VALORACIÓN						89%

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: COACHING EMPRESARIAL

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. **PROMEDIO DE VALORACION:**

89%

Ate, 05 de mayo del 2021



Firma de experto informante
DNI N° 44075484

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. ARAMBURÚ GENG CARLOS ABRAHAM
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
 I.3. Especialidad del experto: Investigación
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: BAUTISTA OSCCO EDWIN,

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					87
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					92
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					90
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					89
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					91
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					89
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					91
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					89
COHERENCIA	Considera la estructura del presente Instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					92
PROMEDIO DE VALORACIÓN						90%

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: CALIDAD DEL SERVICIO

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			

III. **OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

90%

Ate, 05 de mayo del 2021



Firma de experto informante

DNI N° 44075484

ANEXO 4:

Matriz de datos Coaching empresarial y la calidad de servicio

Variable		COACHING EMPRESARIAL																			
Dimensiones		Directivos						Equipos						Empleados							
Indicadores		Gestión		Toma de Decisiones		Democracia		Compromiso		Armonía		Comunicación		Desenvolvimiento		Motivación					
Preguntas		Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3	Pregunta 4	Pregunta 5	Pregunta 6	Pregunta 7	Pregunta 8	Pregunta 9	Pregunta 10	Pregunta 11	Pregunta 12	Pregunta 13	Pregunta 14	Pregunta 15	Pregunta 16	Pregunta 17	Pregunta 18	Pregunta 19	
PARTICIPANTES	1	3	4	2	3	2	4	4	5	1	3	4	1	3	2	2	3	2	3	1	
	2	5	4	4	4	5	3	4	3	3	5	5	3	3	4	2	2	4	4	5	
	3	4	3	3	2	4	4	5	5	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	
	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	1	3	3	5	
	5	4	3	3	3	4	3	5	4	3	5	5	3	3	3	2	1	3	3	5	
	6	4	3	3	2	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	1	3	3	4
	7	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5
	8	4	3	2	3	4	3	3	3	3	1	5	5	3	3	1	1	3	2	4	
	9	5	5	5	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	1	4	5	5
	10	4	5	4	3	3	3	4	4	3	5	5	4	4	5	1	1	5	5	4	
	11	4	4	2	3	3	4	5	5	3	5	5	4	4	3	2	2	1	3	5	
	12	3	3	2	2	3	3	4	5	3	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	
	13	3	4	2	3	3	4	5	5	4	4	5	3	3	2	3	3	3	3	5	
	14	4	4	2	3	4	5	5	5	4	5	5	3	4	3	2	3	2	3	4	
	15	4	3	3	3	3	4	5	5	3	3	5	4	3	4	2	3	3	3	4	
	16	5	3	3	2	2	3	3	3	4	5	5	3	4	3	3	1	3	5	5	
	17	5	5	3	4	4	3	5	5	4	3	5	4	3	3	3	3	3	4	5	
	18	4	5	3	5	3	5	4	5	3	5	4	5	4	3	2	3	5	4	5	
	19	5	5	2	3	3	5	5	5	2	5	5	5	5	4	2	1	4	4	5	
	20	3	4	2	4	1	3	5	5	3	5	5	5	5	4	2	3	3	3	5	
	21	5	5	2	3	2	5	5	5	3	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	
	22	5	4	5	3	5	3	5	4	4	5	5	3	4	5	2	1	3	4	4	
	23	4	3	2	2	3	5	5	5	3	5	5	3	4	3	3	2	3	3	5	
	24	5	5	3	3	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	3	2	4	3	5	
	25	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2	2	2	2	3	
	26	4	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	3	3	4	2	2	3	3	5	
	27	5	5	3	2	4	5	5	5	2	5	5	3	4	3	2	1	2	3	5	
	28	5	4	3	2	1	4	2	2	1	3	2	5	3	2	1	3	2	3	3	
	29	5	4	3	4	3	5	5	5	2	4	5	4	3	3	2	2	3	2	5	
	30	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	3	5	3	3	4	4	5	
	31	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	5	5	
	32	3	3	2	4	2	5	5	3	2	5	5	3	3	3	2	2	2	3	5	

Variable		CALIDAD DE SERVICIO																		
Dimensiones		Calidad Interna									Calidad Externa									
Indicadores		Aplicabilidad		Precisión			Seguridad				Estabilidad			Espectativas			Lealtad			
Preguntas		Pregunta 20	Pregunta 21	Pregunta 22	Pregunta 23	Pregunta 24	Pregunta 25	Pregunta 26	Pregunta 27	Pregunta 28	Pregunta 29	Pregunta 30	Pregunta 31	Pregunta 32	Pregunta 33	Pregunta 34	Pregunta 35	Pregunta 36	Pregunta 37	Pregunta 38
PARTICIPANTES	1	5	4	3	3	3	3	5	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5
	2	5	4	4	3	4	3	5	2	3	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5
	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
	4	3	3	4	4	3	1	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
	5	5	4	5	2	3	3	4	3	3	5	5	5	3	4	5	3	5	4	5
	6	3	4	4	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5
	7	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
	8	5	2	5	1	3	1	3	1	3	4	3	5	3	5	4	4	4	5	4
	9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3
	10	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5
	11	5	3	3	3	4	3	3	5	3	3	5	4	5	5	3	5	4	4	5
	12	4	3	4	3	3	4	4	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4
	13	4	3	3	3	4	3	3	5	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5
	14	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	2	5	4	5	5	5	4	5
	15	5	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5
	16	3	4	2	5	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5
	17	4	3	4	4	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
	18	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
	19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	20	5	4	5	5	4	5	2	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	22	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
	23	4	3	4	3	4	3	5	2	3	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5
	24	5	3	5	3	4	3	5	5	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5
	25	4	3	3	4	5	3	5	5	3	4	3	5	4	3	4	5	5	2	3
	26	5	4	4	2	4	3	5	2	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
	27	5	3	4	3	4	3	5	2	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
	28	4	3	5	3	4	3	5	5	4	5	2	5	4	4	5	4	5	3	2
	29	4	3	4	3	4	3	5	2	3	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5
	30	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
	31	3	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
	32	5	4	4	3	3	3	5	2	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5

ANEXO 5:

Autorización para recolección de información



FALFE GLASS S.A.C.

FABRICACIÓN DE ESTRUCTURAS EN ACERO INOXIDABLE, PUERTAS,
ENCHAPES, ACCESORIOS PARA CRISTALES TEMPLADOS, OBRAS CIVILES,
PÚBLICAS Y PRIVADAS, FABRICACIÓN DE MOBILIARIO DECORACIÓN

La Victoria, 08 de mayo del 2021.

SEÑORES:

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CESAR
VALLEJO

Presente:

Tengo el agrado de dirigirme hacia usted con el propósito de hacerle mención que el Sr. **Edwin Bautista Oscco**, estudiante de la Universidad Cesar Vallejo que ustedes representan, ha sido aprobado para que realice sus encuestas al personal de la empresa Falfe Glass S.A.C. a la cual represento, Asimismo aquellas personas quienes conforman nuestra carteras clientes, con la finalidad de que pueda culminar de manera satisfactoria su trabajo de tesis que viene realizando.

Sin otro particular, me despido y agradezco su comprensión y consideración lógica.



Dr. Magno Caycho
ADMINISTRACIÓN
Vº Bº

Parque Chicama Nº 1448 - 1450 - La Victoria - Lima - Teléfonos: 470-7599 / 471-2330 RPM: *129984 / #973124
Correos: administración@falfeglass.com / falfeglass_peru@hotmail.com / magnoc@falfeglass.com