



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**El coaching y la atención de los trabajadores de la empresa
Dynamicall S.A., Independencia, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Fernández Rivas, Jesús Alberto Ernesto (ORCID: 0000-0002-3253-4686)

Huayhua Rojas, Bertha (ORCID: 0000-0001-6903-5488)

ASESOR:

Mgtr. Fernández Bedoya, Víctor Hugo (ORCID: 0000-0002-2464-6477)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

A dios y a nuestras familias por todas las oportunidades brindadas y que dieron lo mejor de sí para que nuestra educación alcanzara al nivel deseado por el apoyo en cada momento y por ser el motor y motivo para salir adelante. A los profesores por todo el conocimiento que impartieron en las aulas de clases. Hoy puedo decir que nos llevamos algo importante de cada uno.

Agradecimiento

Agradecemos a nuestros profesores y asesores por el conocimiento brindado, así como también estamos muy agradecidos con la universidad por brindarnos la oportunidad de avanzar y alcanzar nuestras metas soñadas.

Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenido.....	iv
Índice de Tablas.....	vi
Índice de gráficos y figuras.....	viii
Resumen	ix
Abstract.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1 Tipo y diseño de Investigación	16
3.2 Variables y operacionalización	16
3.3 Población, muestra y muestreo	20
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	21
3.5 Procedimientos	22
3.6 Métodos de análisis de datos	22
3.7 Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS	24
V. DISCUSIÓN	31
VI. CONCLUSIONES.....	35
VII. RECOMENDACIONES.....	36
VIII.REFERENCIAS	37
ANEXOS	
Anexo N° 1: Matriz operacional	
Anexo N° 2: Cuestionario	
Anexo N° 3: Matriz de Consistencia	

Anexo N° 5: Declaratoria de consentimiento informado.

Anexo N° 6: Ficha de validación de expertos.

Anexo N° 7: Resultados de validez: Aplicabilidad por juicio de expertos

Anexo N° 8: Resultados de validez: Cálculo de V. de Aiken.

Anexo N° 9: Resultados de validez: Coeficientes de V. de Aiken.

Anexo N° 10: Resultados de fiabilidad: Coeficiente Alfa de Cronbach General, dimensión e indicador

Anexo N° 11: Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Dos mitades de Guttman.

Anexo N° 12: Resultados de fiabilidad: Coeficiente de alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento.

Anexo N° 13: Cálculo de la muestra

Anexo N° 14: Base de datos

Anexo N° 15: Resultados descriptivos ítem por ítem

Anexo N° 16: Resultado de TURNITIN

Anexo N° 17: Diapositivas de defensa de tesis

Índice de Tablas

Tabla 1 Variables a estudiar	16
Tabla 2 Normalidad: Kolmogórov-Smirnov	24
Tabla 3 Estadísticos descriptivos generales	25
Tabla 4 Resultados descriptivos ítem por ítem	26
Tabla 5 Prueba de Hipótesis: Rho de Spearman	29
Tabla 6 Validez por juicio de expertos	
Tabla 7 Coeficientes de V. de Aiken	
Tabla 8 Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach	
Tabla 9 Alfa de Cronbach general	
Tabla 10 Resumen del procesamiento de los casos	
Tabla 11 Alfa de Cronbach por variable	
Tabla 12 Alfa de Cronbach por dimensión	
Tabla 13 Coeficiente de dos mitades de Guttman general	
Tabla 14 Alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento	
Tabla 15 Estadísticos descriptivos para la pregunta 1: En tu centro Laboral incentivan tu autoestima	
Tabla 16 Estadísticos descriptivos para la pregunta 2: La empresa te plantea objetivos en corto en corto Plazo	
Tabla 17 Estadísticos descriptivos para la pregunta 3: Usted cumple con los objetivos planteados	
Tabla 18 Estadísticos descriptivos para la pregunta 4: La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral	
Tabla 19 Estadísticos descriptivos para la pregunta 5: En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño	
Tabla 20 Estadísticos descriptivos para la pregunta 6: En su centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos.	
Tabla 21 Estadísticos descriptivos para la pregunta 7: Se practican los valores en el momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente	
Tabla 22 Estadísticos descriptivos para la pregunta 8: La empresa realiza reuniones	

para motivar a los trabajadores

Tabla 23 Estadísticos descriptivos para la pregunta 9: La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar

Tabla 24 Estadísticos descriptivos para la pregunta 10: Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio

Tabla 25 Estadísticos descriptivos para la pregunta 11: Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente

Tabla 26 Estadísticos descriptivos para la pregunta 12: La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe las llamadas

Tabla 27 Estadísticos descriptivos para la pregunta 13: La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada

Tabla 28 Estadísticos descriptivos para la pregunta 14: En su centro Laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento

Tabla 29 Estadísticos descriptivos para la pregunta 15: Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente

Tabla 30 Estadísticos descriptivos para la pregunta 16: La empresa tiene comprensión con sus clientes

Tabla 31 Estadísticos descriptivos para la pregunta 17: Usted es Paciente con todos los clientes en el momento de la atención

Tabla 32 Estadísticos descriptivos para la pregunta 18: La organización de su empresa te familiariza con el producto y servicio que brindas como trabajador

Tabla 33 Estadísticos descriptivos para la pregunta 19: Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden

Tabla 34 Estadísticos descriptivos para la pregunta 20: Tiene credibilidad prestando servicios

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. Detalle gráfico de hipótesis planteadas	4
Figura 2. Detalle gráfico de modelo de GROW	8
Figura 3. Detalle gráfico de Principios del coaching	10
Figura 4. Detalle gráfico de Procedimientos del coaching	11
Figura 5. Detalle gráfico de Principios de calidad de atención al cliente.....	12
Figura 6. Gráfico de Proceso de atención al cliente.....	13
Figura 7. Gráfico de Características de calidad de servicio	14
Figura 8. Gráfico de dimensiones de la atención	14
Figura 9. Gráfico de distribución de ítems	21
Figura 10. Gráfico de Prueba de Hipótesis	30

Resumen

Esta investigación su objetivo fue determinar la relación que existe entre el coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A. en el distrito de Independencia en el año 2020. El estudio fue enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, nivel descriptivo y relacional, diseño no experimental con corte transversal. Con una población de 86 colaboradores en la empresa mencionada, con una muestra de 70 (muestreo probabilístico). La técnica que se utilizó fue la encuesta de forma virtual. El instrumento tuvo 20 ítems en total, validado cuantitativamente y cualitativamente, avalados por 7 jueces expertos y el coeficiente V. Aiken de 1,00; los resultados de confiabilidad arrojaron valores de 0,980 de alfa de Cronbach general y 0,961 y 0,959 de dos mitades de Guttman. Los resultados de normalidad se calcularon de manera correcta, así como también, los estadísticos descriptivos generales e individuales, además de inferenciales. Se concluyó que el coaching incide positiva y alta en relación a la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A. en el distrito de Independencia, año 2020 ($p. < 0,05$; $r = 0,863$), al igual que sus dimensiones ($p. < 0,05$; $r = 0,818$; $0,825$; $0,742$).

Palabras clave: Coaching, Calidad de Atención, Atención al cliente.

Abstract

This research was aimed at determining the relationship between coaching and the care of the employees of the company Dynamicall S.A. in the district of Independencia in the year 2020. The study was quantitative approach, applied type, descriptive and relational level, non-experimental design with cross section. With a population of 86 employees in the mentioned company, with a sample of 70 (probability sampling). The technique used was a virtual survey. The instrument had 20 items in total, validated quantitatively and qualitatively, endorsed by 7 expert judges and the V. Aiken coefficient of 1.00; the reliability results showed values of 0.980 of general Cronbach's alpha and 0.961 and 0.959 of two Guttman halves. The normality results were calculated correctly, as were the general and individual descriptive statistics, as well as inferences. It was concluded that coaching has a positive and high impact in relation to the attention of the workers of the company Dynamicall S.A. in the district of Independencia, year 2020 ($p. < 0.05$; $r = 0.863$), as well as its dimensions ($p. < 0.05$; $r = 0.818$; 0.825 ; 0.742).

Keywords: Coaching, Quality of Service, Customer Service.

I. INTRODUCCIÓN

La realidad problemática de esta investigación se enfocó en las organizaciones que requieren de métodos y estrategias para afrontar a sus competidores y para ello se basa en el mayor rendimiento de sus colaboradores para hacer frente a los servicios y/o productos que demande sus potenciales clientes con una atención eficiente y de calidad mediante el coaching, específicamente en el rubro de call center. Por ejemplo, la revista Contact Center HUB (2020), publicó un artículo donde menciona las lecciones que están teniendo las empresas es la importancia de la experiencia del cliente, con una entrevista a Pedro Lozano director general de la empresa Sitel España comentó que con el uso de su aplicación de Speech y un equipo de trabajo bien preparado lograron generar un impacto positivo en el CSAT con un 2% en un inicio se logró elevar a un 2,5%, que uno de los principales fundamentos para lograr el éxito que tuvieron con sus estrategias con los cliente fue la preparación y capacitación de su equipo de trabajo del área de atención al cliente y una de los más importantes herramientas fue utilizar el Coaching Online. Por otro lado, esta realidad es evidente en sector empresarial peruano como lo sustentan el periódico El Comercio (2018) son su artículo de los call center, indica que, a través del tiempo a la evolución en el uso de diversos canales de atención, que el canal más utilizado es por vía telefónica con 87%, quien lo sigue es el back office con 12% y por ultimo las redes sociales con 1%. La mano de obra empleada por los centros de contacto (call center), por lo general, es joven y equivale a un 70% del total de sus empleados, por lo tanto, la transformación digital, no se les es complicada. Incluir herramientas de capacitación con el fin de mejorar la experiencia de la atención al cliente prosigue sin crear conflictos laborales. Así mismo, en los últimos tiempos se crean 4.000 puestos de trabajo formales al año que equivale a 330 puestos al mes, continua el ritmo de aumento anual de ingresos aproximadamente entre un 9% y 12%. Finalmente, la empresa Dynamicall S.A. lugar donde se realizó el estudio de esta investigación, ha sido creada para ofrecer soluciones de centro de contacto. Se enfoca principalmente servicio de atención y a gestión de ventas a los clientes. Esto facilita a los clientes enfocarse en la competencia distintiva, así podrá aprovechar la economía, disminuyendo la inversión en tecnología y mejorando el costo de venta. La empresa tiene como recurso humano grandes habilidades y capacidades (know-how) en las áreas de telecomunicaciones y financieras. La problemática se manifiesta en los datos

obtenidos por el área de calidad que se realiza de forma mensual. Estos datos indicaron que un 45% de los clientes se sienten insatisfechos con la atención y servicio brindado por los trabajadores. En el primer semestre se redujeron las ventas en 15% en comparación al semestre anterior debido al mal servicio post venta. Además, en la última encuesta realizada por recursos humanos para conocer el clima organizacional resulto con más del 45% de los trabajadores están inconformes con elementos esenciales como la satisfacción laboral y motivación ocasionado por la elevada rotación del personal de trabajo y bajo desempeño en el talento humano, que influyen en el desempeño de los trabajadores.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) un problema bien planteado está medio resuelto; a más claridad retribuye más probabilidades de conseguir un resultado satisfactorio. El investigador debe tener la facultad no sólo de apreciar el problema, sino también de describirla de forma clara, precisa y accesible.

En tal sentido, el problema general fue ¿Qué relación existe entre el coaching y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de Independencia, año 2020? Y en cuanto a los problemas específicos fueron los siguientes: ¿Qué relación existe entre el desarrollo personal y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020?; ¿Qué relación existe entre el desarrollo de potencialidades y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020?; ¿Qué relación existe entre el entrenamiento y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020?

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) para poder indicar el porqué de la investigación explicando sus razones es que se realiza la justificación y por este mismo medio se debe demostrar que el estudio es importante y necesario. El nivel de importancia para esta justificación que tiene esta investigación para la empresa Dynamicall, son las siguientes: En lo social, Esta investigación busca que el personal este plenamente identificado con su empresa, que tenga presente el desarrollo y entrenamiento sus potenciales que brinda la entidad, que este comentado y sea parte de sí misma. De la misma vez la empresa busca conocer en fondo las principales necesidades de todos los colaboradores, de tal manera logran la confiabilidad de todas las áreas, el desempeño laboral es ampliamente beneficio para dar una excelente calidad de servicio. La finalidad esta investigación es general mayor desenvolvimiento

en lo personal y con el entorno, en la aplicación y el buen uso de la variable, además de fortalecer a la empresa colaborar el desempeño de su gestión empresarial. En lo económico, permitirá aumentar la rentabilidad de todas las áreas de la empresa de esa manera se podrá reducir los costos de sobre tiempo. Al renovar los procedimiento tanto interno y externo, utilizando método de estrategias sociales, se alcanzará a tener colaboradores altamente calificados y motivados donde se reflejará la productividad. De igual manera se buscará retener y atraer nuevos clientes el en sector privado y público, donde los trabajadores plenamente capacitados y comprometido con la filosofía de su entidad, dando un servicio de excelente calidad, teniendo la total aceptación cliente con la finalidad de crecer e incrementar el porcentaje de cliente y lo más impórtate las utilidades para el bienestar de la empresa. En lo teórico, esta investigación, ayudara a ser como referencia para realizar futuras investigaciones y estudios, así como también, diseñar proyectos y planes de Coaching, dirigidos al trabajador; enfocando el desempeño a potenciar sus estrategias sociales y el rendimiento del talento humano. (Barranco F., 2000, p.57). En lo práctico, se realizó esta investigación porque se halla la necesidad de mejorar el nivel de desempeño en la atención de los trabajadores hacia los clientes en diversas organizaciones, mediante el coaching que brinde el área de recursos humanos para una buena evaluación de desempeño. En lo metodológico, esta investigación buscó la relación que existe entre el coaching y la atención de los trabajadores mediante el método hipotético – deductivo, esta situación puede ser investigada y una demostrado su veracidad, fiabilidad y confiabilidad podrá ser utilizados en otros trabajos de investigación y en otras instituciones con finalidades educativas.

Como menciona Hernández, Fernández y Baptista (2014), los objetivos de investigación muestran a lo que se desea en la investigación y deben declararse con claridad, pues son las guías del estudio. En tal sentido, el objetivo general fue determinar la relación entre el Coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S. A., distrito de Independencia, año 2020. Y en cuanto a los problemas específicos fueron los siguientes: Determinar la relación entre el desarrollo personal ya atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020; Determinar la relación entre el desarrollo de potencialidades y con la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020; Determinar la relación entre el entrenamiento y la atención

de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) La hipótesis son guías para un estudio o investigación. Las hipótesis señalan lo que queremos probar y se conceptualizan como demostraciones del fenómeno investigado. Es decir, son respuestas provisionales a las preguntas del estudio o investigación. En tal sentido, la hipótesis general fue, si existe relación entre el coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020. Y en cuanto a las hipótesis específicas fueron los siguientes: Existe relación entre el desarrollo personal y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020; Existe relación entre el desarrollo de potencialidades y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020; Existe relación entre el entrenamiento y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020. A continuación, se muestra en la Figura 1 se detalla en un gráfico las hipótesis planteadas.

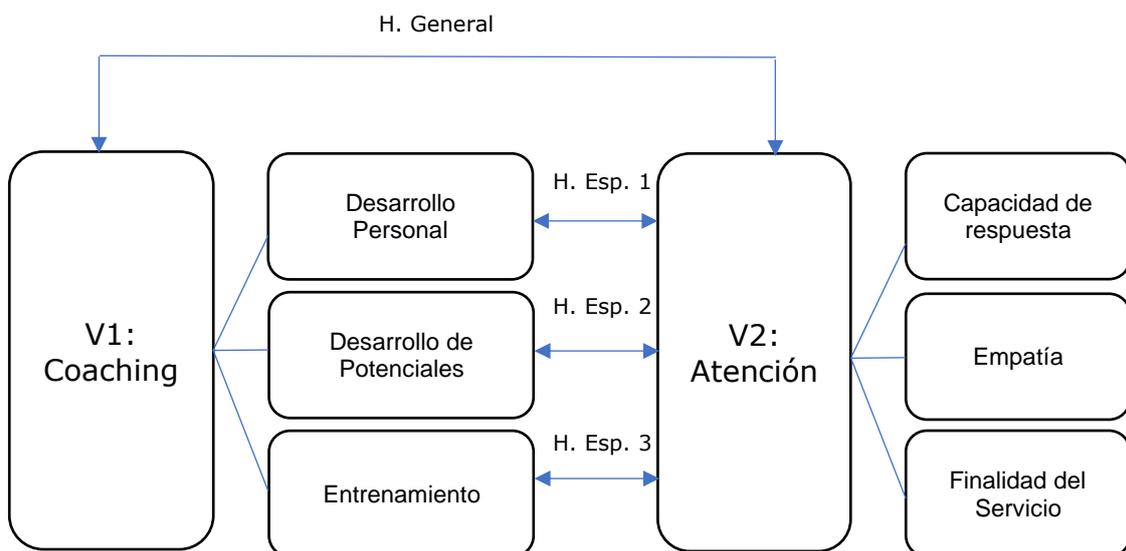


Figura 1. Detalle gráfico de hipótesis planteadas

Fuente: El autor

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentó los siguientes antecedentes internacionales en cual conforma los principales trabajos previos de esta investigación:

Dentro del contexto internacional referente a las variables de estudio, se encuentra investigaciones en países como Ecuador, donde Peña (2018), en su estudio establecido como general determinar como el coaching empresarial aporta a fortalecer la cultura organizacional de las pymes del sector calzado de la provincia de Tungurahua. Para ello utilizo como metodología un enfoque mixto, es decir tanto cuantitativa como cualitativa y el nivel de estudio fue exploratorio y descriptivo, por otro lado, su población se conformó por 2200 empresas de la provincia de Tungurahua y la muestra se determinó por un muestreo probabilístico estratificado el cual fue de 327 pymes. En la investigación, el autor llega a concluir que un 88.1% nunca ha pasado hasta ahora un proceso de coaching, otro dato destacable es que 52.6% considera que siempre el coaching es una herramienta que apoya a las personas a conseguir mejores resultados en lo personal, profesional y empresaria, además un alto 82.6% considera que nunca practica el coaching, y finalmente un 46.5% percibe que siempre al aplicar herramientas de coaching empresarial ayudará a fortalecer la cultura organización.

Así mismo, Vargas (2017), en su investigación determino como objetivo general investigar la incidencia del coaching en el empoderamiento de los colaboradores de una empresa, por lo cual ejecuto una investigación bajo un enfoque mixto, y un tipo de investigación exploratorio, descriptivo y explicativo; en tanto su población se conformó por 80 empleados de la empresa Carrocería Patricio Cepeda en Ambato, provincia Tungurahua, y además no empleo una muestra, por lo contrario aplico un censo, La recolección de datos se aplicó a la totalidad de la población mediante el cuestionario de tipo Likert – Ordinal. El investigador llega concluir mediante el estadístico de Chi Cuadrado que la variable coaching incidirá en el empoderamiento de los colaboradores de la Carrocería Patricio Cepeda ($\chi^2_{\text{real}}=80.601$; $\chi^2_{\text{teórico}}= 12,59$).

Al respecto, en Colombia se realizó el estudio de Casique (2018), quien busco determinar el impacto del Coaching Organizacional en el desarrollo de competencias laborales del talento humano, por ello en su método de investigación se desarrolló

bajo un enfoque mixto, con un diseño no experimental y se apoyó en un nivel de investigación explicativo – causal. Su población a estudiar se conformó por 75 grandes empresas de la ciudad de Manizales, a quienes se llegó entrevistar y encuestar a los representantes de cada una de ellas. Los resultados arrojan que un 42% de los encuestados considera tener un conocimiento regular sobre el coaching organizacional, un 44% de los encuestados afirma que recomendaría la implementación del Coaching a otras organizaciones para el desarrollo de competencias laborales del talento humano y finalmente un 20.83% le interesaría tener un proceso de coaching en su organización, se concluye que el mencionado estudio se muestra una efectividad que tiene la implementación del Coaching en las organizaciones, quienes buscan el desarrollo de competencias de su talento humano.

De la misma manera, se presentó los siguientes antecedentes nacionales en cual conforma los principales trabajos previos de esta investigación:

De acuerdo al estudio realizado por Chávez (2018), busco determinar si existe una relación entre el coaching y la motivación laboral en Enel; para ello, empleo una metodología de investigación hipotética deductiva, con un diseño no experimental de corte transversal y un nivel estudios correlacional y descriptivo. Su población a estudiar se conformó por 172 empleados de la mencionada empresa eléctrica en la sede de Barranca, y en tanto su muestra fue determinada mediante un muestreo aleatorio simple, dando así los sujetos a considerar en dicha muestra a 121 empleados. La investigadora llegó a concluir que existe evidencia sustancial que permite afirmar una correlación positiva media entre las variables de estudio en la empresa eléctrica analizada, y se sostiene ello mediante el estadístico de correlación de Rho de Spearman ($Rho=0.690$; $sig.=0.015$).

Por otro lado, Ureta (2018), en su tesis de investigación planteó como objetivo principal determinar la relación existente entre coaching empresarial y el desarrollo de competencias en los colaboradores de una empresa textil. Su estudio se caracterizó por tener un diseño de investigación no experimental dado que no se manipulan las variables y además de corte transversal, en tanto el nivel de investigación fue descriptivo y correlacional, por la naturaleza del estudio que pretende medir el grado de asociación entre sus variables. La población de estudio se conformó por 175 empleados de la empresa Textil Chavín S.A.C.; de los cuales se escogieron mediante el muestreo aleatorio simple a 108 colaboradores para que conformen la muestra de

estudio, quienes respondieron a las interrogantes del cuestionario tipo Likert – ordinal. La autora del mencionado estudio, llegar a concluir que existe evidencia sustancial que corrobora una correlación positiva muy fuerte entre las variables antes mencionadas, y ello lo sustenta mediante la prueba correlaciones de Rho Spearman ($Rho=0.940^{**}$; $sig.=0.000$).

Así mismo, Arévalo (2017), con el fin de obtener su título profesional en administración realizó su trabajo de investigación centrándose como objetivo general determinar la influencia del coaching en el desempeño laboral en una empresa del rubro educativo denominado Trilce en el distrito de Comas. La metodología del estudio giro en un entorno de un método hipotético – deductivo, además bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental – transversal, y un destacable nivel explicativo – causal, además el estudio fue un tipo de investigación aplicada. La población total de la organización estudiada de conformo por 240 trabajadores de los cuales 148 fueron escogidos de forma aleatorio simple para conformar la muestra, y a quienes se les encuestó mediante el instrumento que fue el cuestionario (Likert – Ordinal). La conclusión más relevante es que se llegó a comprobar mediante la regresión lineal que existe un grado de relación positiva muy fuerte y además significativa (R de Pearson = 0.922; $sig.= 0.000$) y sobre todo que el coaching influye en un 85% sobre la variable desempeño laboral.

En concordancia a las anteriores investigaciones está el estudio de Vega (2018), quien plasmó como objeto de estudio determinar el grado de asociación entre la atención y la satisfacción laboral de un Municipio. Para lograrlo empleó una metodología de investigación con diseño no experimental y su vez de un corte transversal, y como también siendo un nivel de investigación descriptiva y correlacional. Con el fin de recolectar los datos, ejecutó un cuestionario con escala de medición ordinal, la misma que se aplicó a los 100 colaboradores de la Municipalidad Provincial de Santa. El estudio concluye con la demostración estadística de la prueba Chi-Cuadrado de Pearson, el cual llegó a un valor 55,531 ($sig.= 0.000$) y el mismo cayó en la zona de rechazo para la hipótesis nula y con ella aceptando la hipótesis alterna, donde se afirma la existencia de una relación entre las variables estudiadas en la mencionada entidad edil.

Y finalizado con trabajos previos nacionales, se encuentra el estudio de Chalco (2018), quien estableció como objeto general de su investigación determinar el grado

de afectación de la calidad de servicio de atención en la satisfacción del cliente en un centro comercial del departamento de Tacna. La investigación de Chalco (2018) fue de tipo básica, además de poseer un diseño de investigación no experimental y transversal, en tanto el nivel de estudio fue explicativo – causal. La población de estudio se realizó a los clientes que suelen acudir a la Asociación Centro Comercial Mercadillo Bolognesi de Tacna, y de los cuales se llegó determinar una muestra de 385 clientes de dicho centro comercial, a quienes se les llegó encuestar mediante un cuestionario tipo Likert. Se llega concluir del estudio que, mediante el estadístico de Resumen de Modelo, que la variable calidad de servicio de atención afecta en un 63.2% a la variable dependiente calidad del servicio de atención.

Así mismo, para las teorías relacionadas, se realizó una verificación de la argumentación científica para cada variable, en primer lugar, se menciona las teorías que definirán la variable Coaching, que apoyan esta investigación son las siguientes:

Los investigadores del presente estudio, revisaron la literatura respecto a la variable Coaching, de lo cual se citaron los siguientes autores:

Según Piqueras (2015), manifiesta que el modelo GROW de Jonh Whitmore es utilizado por muchos coaches de manera consciente o inconsciente ya que es un recurso para que el cliente tenga una adecuada atención y así se encuentren siempre satisfechos a sus requerimientos, por lo tanto, tienen la última decisión en donde pueden consumir o utilizar servicios, además, tener presente en complacerlos en lo que necesiten y tener una dedicación de atención hacia ellos. Los Coach que deciden ejecutar el modelo de GROW, realizan cuatro pasos con su cliente haciendo diversas y distintas indagaciones en sus estadios, tal como se muestra en la siguiente figura:



Figura 2. Detalle gráfico de modelo de GROW

Fuente: Piqueras (2015).

Indica Arroyo (2012), “es un proceso sumamente intensivo de una combinación con el empowerment o empoderamiento, para desarrollarse en un entorno específico, aplicando las bases necesarias para lograr alcanzar los objetivos trazados. Son herramientas para dar a ejercer, como visualizar, observar, preguntar, escuchar y demostrar con el ejemplo llenar de ideas en el entorno. El empowerment es fase de estrategias que su finalidad es ayudar interactuar una relación de socios en la organización y su colaborador, es así que aumenta la confianza, el respeto, solidaridad y compromiso brindado al cliente” (p. 210).

Así mismo, Jiménez (2011) “El coaching está basado en proceso para poder emplearlo en el entorno social, es un reforzamiento efectivo que guían a un desempeño eficiente así el futuro” (p.234).

Harvard Business School (2006), lo entiende como aquel que contribuye en el desarrollo de las personas cuando comparten conocimientos, experiencias que fortalezcan su potencial, con la finalidad de que la persona logre sus metas propuestas. Podemos decir que el Coaching vendría ser un medio importante para alcanzar un aprendizaje y desenvolvimiento de la persona” (p. 5).

De igual forma, Menéndez (2011), lo menciona como aquel que contribuye con la obtención de resultados que pueden satisfacer a la persona, con el logro de sus objetivos. Este proceso se basa en profundizar y mejorar el aprendizaje, así como sus competencias el cual le brindara una mejor calidad de vida. Por ello el coach deberá de direccionar la atención a la conversación, a través de la escucha, observaciones y algunas preguntas dirigidas. Considerar un coaching ayudara al oyente, a enfocarse solo en asuntos de gran importancia que impacten a su persona, en sus objetivos, de esta manera tomara conciencia de las oportunidades que tiene, a través del reconocimiento de su realidad (p. 20).

Al respecto, Mumford (2010), lo comprendo como un intercambio de ideas que facilitara el logro a la vida que uno desee (p. 10).

Mencionan Villa y Caperán (2010), que es el proceso por el cual el aprendizaje, entrenamiento será base principal para que la persona reconozca el hecho del presente y a largo plazo una diferencia “(p. 19).

Como también, Zenger y Stinnett, K. (2013) la interpretan como interacciones importantes, ya que ayudaran a la persona a tener una mayor amplitud de las cosas que lo rodean, de esta manera descubrirá soluciones para la toma de sus decisiones.

El resultado del coaching puede ser de dos formas primero será como resultado de dicho proceso, o después de recibir la retroalimentación por parte un superior. La finalidad es que la persona se dé cuenta de su situación y descubra sus propias soluciones. El Coaching deberá de implementar el seguimiento a plazos establecidos de las acciones que se hayan planificado (p. 35).

A continuación, se mencionarán los Principios del coaching:

Afirma Kapatoco (2013), la terminología referente al coaching deriva del verbo siglas en inglés (To Coach), que se refiere entrenar. En el ámbito empresarial y personal es un proceso de interacción mutua en un ambiente donde el coach o instructor y la persona enfatizan el camino para lograr los objetivos determinados, mediante crecimiento de sus propios recurso y habilidades. El coaching es la herramienta muy útil que ayuda a la gente trazarse metas con objetivo de cumplir en un determinado campo, no importa de nivel personal, empresarial, espiritual y laboral.

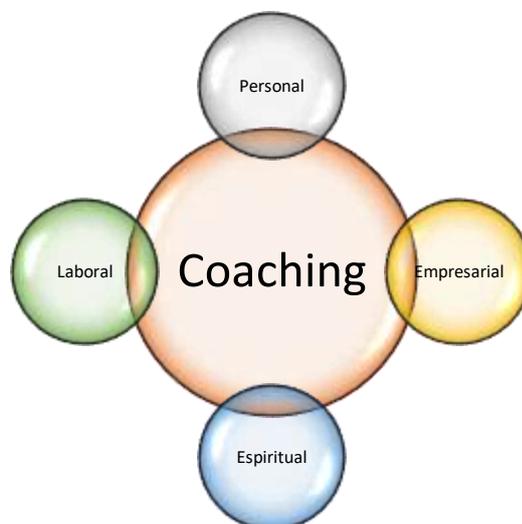


Figura 3. Detalle gráfico de Principios del coaching

Fuente: Elaboración propia adaptado Kapatoco (2013).

De la misma manera, Rincón, Domínguez, y Guzmán (2009), afirma que es un procedimiento que comprender de conceptos, herramientas, estructuras, procesos de trabajo y mecanismo de evaluación; también es una forma de liderazgo, que da a la selección de gente o forman grupo de personas con el fin de desarrollar habilidades. A si mismo ayuda a los colaboradores a mejorar su capacidad en su entorno de trabajo para verificar su desempeño mediante la retroalimentación positiva basada en observación.

Se puede decir que el coaching es una herramienta que ayuda el desenvolvimiento de la persona, que involucra por lo menos dos personas como el supervisor y el colaborador; también en algunas circunstancias puede ser el supervisor y su equipo. En este concepto no es la definición del coaching, pero es que al menos tubo un cambio positivo. El coaching es más una herramienta que facilita individuo o también al grupo a intercambiar experiencias y comentar de qué manera se socializa con la sociedad mediante preguntas, estas preguntas lo realizan el coach, es quien permite y facilita determinadas preguntas. También se puede decir que es una manera dar un consejo o apoyar a una persona que tiene un problema específico, brindándole su experiencia y habilidades en esa situación. El coaching no solo es de cuestionar atreves de preguntas en una entrevista es más que eso, ayuda a descubrir su propia habilidad de qué manera se relaciona con su entorno, desarrollando su potencial como un líder a seguir positivamente sus objetivos.



Figura 4. Detalle gráfico de Procedimientos del coaching

Fuente: Elaboración propia adaptado Rincón, Domínguez, y Guzmán (2009).

De igual manera, se presenta las teorías que definirán la variable Atención, que apoyan esta investigación y al igual que lo mencionados párrafos atrás, se decidió buscar diversos autores sobre conceptos y teorías respecto a la variable atención, tal como se menciona a continuación:

Según Trujillo, Carrete y García (2010), es un conjunto de herramienta y aspectos de productos y servicios en si tienen vinculo para brindar un servicio útil para la necesidad y satisfacción del cliente. En esta definición de calidad de brindar un servicio está basada en los clientes. Los usuarios siempre buscar un buen servicio para cubrir esa necesidad” (p. 23).



Figura 5. Detalle gráfico de Principios de calidad de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia adaptado Trujillo, Carrete y García (2010)

Por otro lado, Stoner (1996), indica que la calidad, en el trabajo no solo se basa en fabricar el producto de mejor calidad del mejor precio, es también innovar y ser competitivo al brindar el servicio y/o producto, esto evita cometer errores para después corregirlos y ocasionar un malestar al cliente. Antes de tomar en cuenta como las entidades planifican para ofrecer un excelente servicio a sus clientes y lograr la satisfacción. Los elementos como calidad y atención son la base fundamental para poder organizar y planificar una gestión de alto nivel de calidad.

Según Pérez (2006), se trata de un proceso que se guía a satisfacer consecuentemente todas las necesidades y requerimientos del cliente. Esto otorgará la fidelización de los clientes a conocer los productos ofrecidos, atraer más clientes partiendo del conocimiento de productos o servicios brindados, atraer más clientes partiendo de la experiencia compartida de persona a persona y así diferenciaran la entidad de la competencia directa.



Figura 6. Gráfico de Proceso de atención al cliente

Fuente: Elaboración propia adaptado Pérez (2006).

Conforme lo indica la norma ISO 9000, define como calidad al “grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”, comprendiéndose por requisito “necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria”. A partir de este concepto, la norma ISO 9001 menciona un enfoque de la gestión de la calidad que se basa en un sistema que consta de varios elementos, interrelacionados entre sí, es decir, que interactúan entre sí y que esta gestión de forma definida, documentada y estructurada, permitirá lograr que el nivel calidad pueda alcanzar satisfacer al cliente (p. 25).

Desatruck (1990), indica que la atención al cliente está compuesta por la siguientes características: la misión debe ser institucional con capacidad de respuesta efectiva, disposición de tiempo y con empatía; el trabajador debe ser abierto, no continuar ajeno al público que lo necesita; el público se molesta considerablemente cuando el trabajador que tiene en cara no habla con claridad y utiliza un léxico técnico para expresar las cosas; se debe pretender ajustar el lapso de servir no a su mismo tiempo, sino al tiempo que dispone el interesado, es decir, poseer rapidez; es considerablemente conveniente concentrarse en lo que pide el consumidor, si hay señal de imperfección, solicitar corrección sin reticencia; el consumidor agradecerá el que quiera ser accesible con él; la organización debe exponer estrategias que le permita lograr sus metas, recibir dinero y distinguirse de los competidores; y también las organizaciones deben proporcionar las expectativas de sus clientes, reduciendo en lo permitido la discrepancia entre la situación del servicio y las expectativas del consumidor (p. 99).



Figura 7. Gráfico de Características de calidad de servicio

Fuente: Elaboración propia adaptado Pérez (2006).

Así mismo, Drucker (1990) “consolida que la calidad de atención no solo está en el interior de un servicio, es donde el cliente obtiene la calidad y está dispuesto a pagar. Por lo habitual, el cliente califica la importancia y el desempeño al momento de comprar y cuan satisfecho esta con lo adquirido, la mayor parte de los clientes buscar las 5 dimensiones para evaluar la atención percibida: fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta; empatía; intangibilidad” (p. 41).



Figura 8. Gráfico de dimensiones de la atención

Fuente: Elaboración propia adaptado Drucker (1990)

Según Casaus (2015), el coaching es la herramienta que ayuda a focalizar nuestro aprendizaje y nos da la mano para poder alcanzar nuestros metas. De esa manera nosotros quienes estamos recorriendo el camino y nos encontramos con barreras que enfrentamos con optimismo y fuerza. De tal manera el coaching es un valioso aliado del emprendedor, nos alternativas para poder tomar las mejores decisiones, dándole más claridad y positivismo y generando en él los recursos necesarios para afrontar

con éxito los múltiples retos que se le van a presentar en todo el recorrido del camino del emprendedor. En la actualidad las gerentes capacitan a su personal en su identidad empresarial, para brindar el mejor servicio al cliente.

la revista *Desarrollo personal* (2017), menciona que para identificar muestras fortaleza y deseo de superación, el coaching nos da determinados procesos para conocer las oportunidades y nos dan ventajas para visualizar en el desenvolvimiento de nuestro trabajo en campo profesional, por lo tanto, de esa manera podemos determinar y conocer los beneficios de nuestros logros y objetivos específicos. Con esto determinamos las fortalezas, desarrollando las expectativas y teniendo resultados favorables. Estableciendo retos y metas para que cada colaborador pueda lograr sus objetivos propuestos, donde cada colaborador calificara un desenvolvimiento en su determinado campo, de esa manera no solo costa de capacitación si también que cada uno se interese en mantener sus fortalezas activas, y motivar a su equipo durante el proceso de coaching.

Cardona (2020), menciona que, en la actualidad, se ve que muchas profesiones están sumando al desarrollo del coaching, se podría decir diferentes antecedentes académicos y profesiones, de diversas culturas y punto de vista muy diferentes. Por el momento no existe un conocimiento concreto que define el alcance de esta profesión. Pero podría mencionar un fin de concepto que su final es el compromiso de su propio desarrollo. Conocer nuestro compromiso es estar en constante desarrollo personal y sabe que el principio, pero saber que no tiene un final. Mucho menos para un profesional que, como el coach, ya que se encuentra precisamente en promover ese desarrollo en los demás.

Así mismo, Gutiérrez (2017), menciona que los capacitadores realizan preguntas precisas para verificar la conducta y de qué manera se está desarrollando en sus actitudes en la producción. El objetivo es conocer su porcentaje de conductas de entre las ejecutadas en cada jornada de trabajo para el crecimiento y contribución constante y reducir la probabilidad de incidentes y accidentes en campo. Ayudándolo a recapacitar sobre sus mejores opciones para alcanzar en crecimiento profesional en cada una de su escalera de objetivos propuestos. Cada uno es merecedor de su propio esfuerzo y felicidad de alcanzar y pasar cada obstáculo en el camino de aprendizaje y descubrimiento de nuestras habilidades.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de Investigación

El enfoque de nuestra investigación fue cuantitativo, tipo aplicada, de nivel descriptivo y correlacional, de diseño no experimental y corte transversal.

El enfoque fue cuantitativo, como lo sustentan Hernández, Fernandez y Baptista (2014), es aquel estudio que emplea la matemática y la estadística para poner a prueba las hipótesis planteadas (p. 4).

Esta investigación fue de tipo aplicada, en donde Ibáñez (2015) también la denomina como tecnológica, que busca como finalidad la aplicación práctica de forma inmediata; es decir solucionar problemas concretos (p. 42).

El diseño fue no experimental y de corte transversal; en la cual Martínez y Benítez (2016) mencionan que son aquellos estudios donde el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren de manera natural, sin intervenir en su desarrollo [...] las investigaciones transversales son las más empleadas en las ciencias sociales y se caracteriza en recolectar datos en un momento único. (p. 70)

El nivel fue descriptivo y correlacional, donde Martínez y Benítez (2016) proponen que son aquellos estudios donde detallan las propiedades y características de las variables de estudio y, además, se pretenden encontrar el grado de asociación entre ellas, mas no indica el nivel de causa y efecto, de una sobre la otra (p. 96).

El método fue hipotético – deductivo, como lo señala Bernal, es un método que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca afirmar o falsear tales hipótesis, suponer de ellas conclusiones que deben examinar con los hechos (p. 60).

3.2 Variables y operacionalización

Debido a que el estudio es de nivel relacional, se presentan dos variables Coaching y la Atención el cual se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1
Variables a estudiar

Variables	
Variable 1	Coaching
Variable 2	Atención

Fuente: El autor

En esta investigación cuenta con la variable 1 “Coaching” y la variable 2 “atención” en el cual se definirán de manera conceptual y operacional. Cabe resaltar que las variables Coaching y Atención son cualitativas, por lo que serán cuantificadas a través de la escala Likert de cinco opciones, y medida ordinal.

La variable Coaching y su definición conceptual según Zenger y Stinnett (2013), el coaching ayuda al individuo a mejorar y ampliar sus capacidades en relación de las cosas, a descubrir medidas de soluciones para implementar al momento de tomar la decisión, el coach dar herramienta de desarrollo personal, donde permitirá el desarrollo de potencialidades permitiendo crecer en sus valores y actitudes, fortalecer sus habilidades en un contante entrenamiento, otra manera puede ser escuchando consejos y recibir medidas de sugerencias como llegar por un camino eficiente que será por parte del jefe, se cree que su un coachee llega a identificar un problema en su entorno descubre la manera de solucionar, aprende más en proceso de capacitación, llegando a formase un líder en campo. (p. 11).

Y la definición operacional: Según Zeus y Skiffington (2004), a través de la definicional operacional se busca que el colaborador interactúe con el coach para que reconozca sus capacidades, habilidades con la implementación de un entrenamiento, para potenciar sus habilidades, que les permitan trabajar en equipo y los resultados sean productivos. Y en cuanto sus dimensiones son los siguientes: Dimensión desarrollo personal, Dimensión desarrollo de potencialidades y dimensión de entrenamiento el cual corresponden a la variable Coaching, así también, la dimensión de capacidad de respuesta, dimensión de empatía y dimensión de fiabilidad el cual se definirán a continuación con sus respectivos indicadores.

Dimensión desarrollo personal: Según Herrán (2020), indica que son conjuntos de actividades, políticas que tiene cada organización, con la finalidad de identificar las competencias de los colaboradores y de esta manera mejorarlas, para lograr satisfacción y compromiso por parte de ellos hacia la organización. El objeto es mejorar el potencial profesional de los colaboradores, así como la motivación que tiene en la empresa. En cuanto a sus indicadores se enfocó en autoestima, metas y objetivos el cual Software DELSOL (2020), los define a continuación: autoestima, Es brindarse un amor propio y aceptarse tal cual uno es; Metas, trazarse nuestros propios objetivos que al futuro deseamos alcanzar, teniendo una mente netamente positiva para lograr a cumplir cada una de las acciones de deseamos conseguir y Objetivos,

meta o finalidad, utilizando algunas herramientas.

Dimensión desarrollo de potencialidades: La Universidad de Manizales (2019), sostiene en el respeto por la dignidad del hombre, distingue que el trabajador es un ser con un potencial capaz de desarrollarse hasta límites inesperados. En la organización de estudio, mediante la observación se detectó la interiorización y aplicación de sus valores, actitudes, conocimientos y las habilidades que tienen los colaboradores. De esta manera presidiremos una buena gestión, desempeño y obtención de resultados enfocados al contexto laboral.

En cuanto a sus indicadores se enfocó en habilidades, experiencia y valores que se definen a continuación: habilidades, capacidad para utilizar creativamente conocimientos y hábitos en el proceso teórico o práctico; experiencia, es el conocimiento o habilidad, que proviene de la observación, vivencia de algún suceso, de mayor importancia o por su trascendencia y valores, Principios que permite la orientación del comportamiento de las personas.

Dimensión entrenamiento: Según Javier (2020), menciona que las actividades que se harán para desarrollar las habilidades, conocimientos, actitudes de sus colaboradores, el cual les permitirán desempeñarse de forma eficiente en sus puestos de trabajo. En cuanto a sus indicadores se consideró en motivación, liderazgo y capacitaciones los cuales Prado (1998), los define de la siguiente manera: motivación, es la pasión por vivir que vendría ser la recompensa por nuestro desempeño efectivo; liderazgo, es la capacidad de comunicación en un grupo de personas, que se influyen a través de emociones, ideas que ejecutan acciones para el logro de uno o varios objetivos y capacitaciones, actividad que se realizan dentro de las organizaciones. Se da de acuerdo a sus necesidades, con la finalidad de mejorar las actitudes, habilidades, conocimientos de los colaboradores.

Ahora continuamos con la segunda variable Atención y su definición conceptual: Según Trujillo, Carrete y García (2010), es un conjunto de herramienta y aspectos de productos y servicios en si tienen vinculo para brindar un servicio útil para la necesidad y satisfacción del cliente. En esta definición de calidad de brindar un servicio está basada en los clientes. Los usuarios siempre buscar un buen servicio para cubrir esa necesidad” (p. 23).

Así como también, su definición operacional: Según Serna (2006) la atención al cliente es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer, mejor

que su competencia, las expectativas y necesidades de sus clientes externos (p. 19). La atención ayuda a medir en buen trato hacia el cliente, donde tendremos resultados cuantitativos a través de encuestas, el cual estará relacionado con el servicio que se brinda, para cubrir las todas la necesidad de los clientes, ellos mismos analizan la fiabilidad del servicio que se les otorga, la capacidad de respuesta del vendedor, la seguridad en los conocimientos que manejan, así como la empatía el cual ayuda a comprender al cliente y elementos que se utilizan para otorgarles una calidad de atención eficiente, y sus dimensiones que fueron tomados para esta investigación son:

Dimensión capacidad de respuesta: Según serna (2006), menciona que la capacidad de respuesta es la actitud que mostramos para la atención oportuna a los clientes y de esta manera una atención rápida; es importante considerar los tiempos establecidos para evitar contratiempos. La empresa deberá estar a disposición del cliente, es decir, las posibilidades de contacto que tenga el cliente –Empresa. En cuanto a sus indicadores se enfocó en disposición de tiempo, voluntad de ayuda y dimensión de ayuda el cual se definen a continuación: disposición de tiempo, el tiempo establecido para la atención personalizada; voluntad de ayuda, ayuda en todas las inquietudes que tengan los clientes.

Dimensión empatía: Según Londoño (2006), indica que la disposición de atención que tiene la empresa con sus clientes, considerando el cuidado, la atención personalizada, la cortesía y la seguridad, que contribuirán para la fidelización de los Clientes (p. 46). En cuanto a sus indicadores se enfocó en la amabilidad y comprensión de ayuda el cual se definen a continuación: Amabilidad, Es la primera impresión de las relaciones sólidas y duraderas con los clientes. Debemos diferenciar a nuestra empresa con la aplicación de los principios del relacionamiento humano, que nos acercara a los clientes y fomentara interacciones cálidas, agradables y positivas. Y Comprensión, para diferenciar a nuestra empresa debemos saber escuchar atentamente el requerimiento de nuestros clientes, de esta manera sabremos sus necesidades y lograremos una comunicación efectiva.

Dimensión fiabilidad: Según serna (2006), son facultades que las empresas deben poseer para la prestación de servicio el cual se deberá de otorgar de forma confiable, segura y prolija. Se deberá de incluir la puntualidad el cual es un elemento importante que el cliente observa, así como la capacidad y los conocimientos profesionales de cada empresa. Por ello debemos ser fiables desde el inicio del servicio (p. 22). En

cuanto a sus indicadores se enfocó en el conocimiento del servicio y credibilidad de ayuda el cual se definen a continuación: Conocimiento del servicio, Conocedor del servicio a fondo y los de la competencia. Ofrece productos de forma comprensible, hace distinción de los atributos del Producto a través de sus beneficios. Y credibilidad: Acciones de diferenciación ante situaciones, a través de la medición de lo verdadero o falso en varios ejemplos, con la finalidad de hacer una comparación. (ver en Anexo 03).

3.3 Población, muestra y muestreo

Según Hernández, Fernandez y Baptista (2014), la población es un conjunto de todos los casos que coincidan con una serie de características (p. 174). Por lo tanto, nuestra población estuvo conformada por la totalidad de 86 colaboradores en el Área de Operaciones de la organización Dynamicall S.A. de atención de cliente del sector de servicio en Independencia, 2020. El criterio de inclusión fue todos los trabajadores que tienen contacto con los clientes en la empresa Dynamicall SA en el 2020, y el criterio de exclusión son todos los trabajadores de la empresa Dynamicall SA que no tienen contacto con el cliente en el año 2020.

En cuanto a la muestra según Hernández, Fernandez y Baptista (2014), la muestra es, en pocas palabras, un subconjunto de la población. Es decir, que es un subgrupo de componentes que corresponden a ese conjunto definido explicado en sus características al que llamamos población. Por lo tanto, en nuestra investigación se consideró como unidad de análisis al conjunto total de 70 colabores del Área de Operaciones de la empresa Dynamicall S.A.

Como lo propone Huamanchumo y Rodríguez (2015), es aquel procedimiento de investigación para estudiar a la totalidad de los elementos de la población. (p. 132). Para la presente investigación se utilizará el tipo de muestra probabilística, tomando en cuenta la fórmula para calcular el tamaño de muestra conociendo el tamaño de la población. (ver en anexo 04).

En el cual se procedió a reemplazar los datos en la formula mencionada dando como resultado que la muestra “n” equivale a 70 personas a entrevistar.

Así mismo, el muestreo es probabilístico según Hernández, Fernandez y Baptista (2014), las muestras probabilísticas todos los componentes de la población tienen la misma probabilidad de ser seleccionados y se consigue detallando las características

de la población y el tamaño de la muestra, y mediante de una extracción aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. La unidad de análisis es cada persona que coincida con la misma característica extraídos de la población que conforma nuestra muestra: todos los trabajadores de la empresa Dynamicall SA que tienen contacto con los clientes en el año 2020.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica fue por medio de la encuesta, según Buendía (1998), la encuesta es el “método de investigación capaz de resolver problemas tanto en relación de variables como en términos descriptivos, tras la recolección de información, según un diseño establecido previamente que asegure la veracidad de la información obtenida” (p.120).

Como instrumento se empleará al cuestionario, el cual lo comprende Hernández, Fernandez y Baptista (2014), está compuesta de preguntas respecto de una o más variables que se pretende medir (p. 217) **(ver anexo 02)**.

A continuación, se grafica la distribución de ítems:

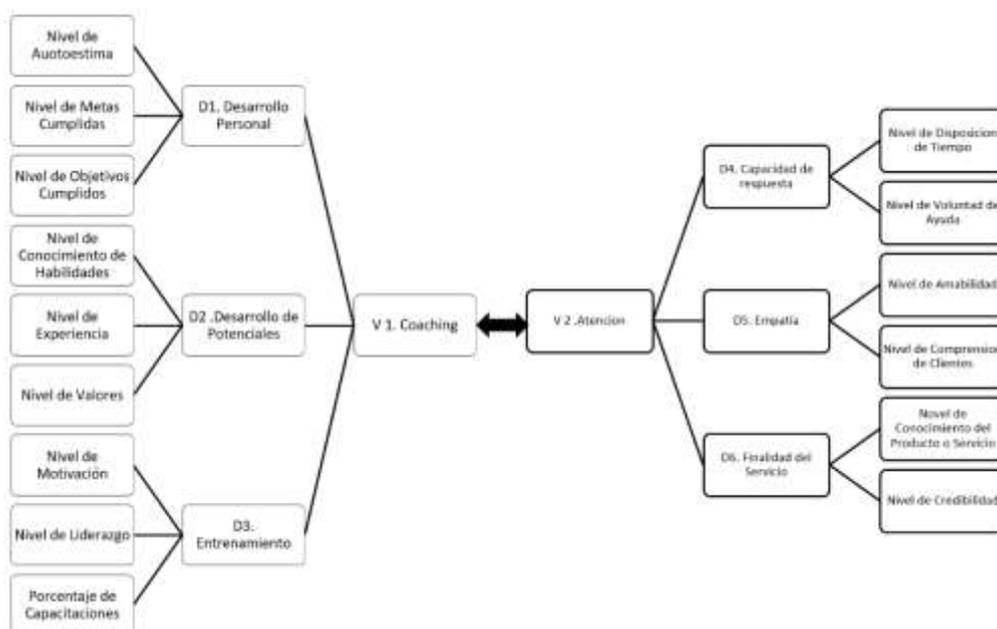


Figura 9. Gráfico de distribución de ítems

Fuente: El autor

Para otorgarle la validez al instrumento, se realizó mediante el juicio de cuatro expertos, quienes dieron su opinión respecto a la elaboración de las preguntas que conforman el instrumento. Se dio por concluido que el cuestionario es aplicable, ya que se basa en opinión dada por los expertos mencionados **(ver anexo 06)**.

Se pudo obtener una muestra cuantitativa de la ficha de expertos, cuyo ítem se evaluó de la siguiente manera; 1 si es que el experto lo aprueba y 0 si es que lo desaprueba, los resultados se ponderaron en la formula V. de Aiken (Aiken, 2003). Cabe mencionar que el resultado se acerque más al valor 1 es más valido, caso contrario si se acerca a 0 tendrá menos validez, tal como se muestra en la siguiente tabla N° 2 **(ver anexo 9)**.

La confiabilidad se le otorgará al instrumento mediante la prueba de Alfa Cronbach, el mismo que determinará el grado de confianza del cuestionario para su ejecución.

La prueba de Alfa Cronbach es un indicador de confiabilidad de un test o escala de medida, que permite estimar la fiabilidad a través de un conjunto de ítems. Desde sus inicios, distintos autores intentaron darle un valor al coeficiente de Alfa de Cronbach, para esta tesis se utilizó lo propuesto por Chávez – Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018), en el cual se detalla en la siguiente Tabla N° 3 **(ver anexo 10)**.

Se vio beneficioso ejercer la prueba de dos mitades de Guttman, con la finalidad de obtener una segunda opinión de confiabilidad, obteniendo el valor de 0,979 el cual es aceptable **(ver anexo 11)**.

3.5 Procedimientos

La información fue recolectada de manera presencial y virtual a los trabajadores del área de operaciones de la Empresa Dynamicall SA que se encuentra ubicada en el distrito de independencia en el año 2020, el cual, un trabajador con el cargo de supervisor quien prefirió estar en anonimato para esta investigación nos facilitó el ingreso a su centro de labores concediéndonos el permiso de la empresa para realizar esta investigación, por ende, esta información presentada puede ser pública **(ver anexo 4)**.

Al término de la acumulación de datos, se transcribirán en una hoja de cálculo de MS Excel 2019, en la cual se formará una base datos que será procesada en el programa estadístico SPSS versión 25, y con ello se podrá trabajar la parte descriptiva e inferencial correspondiente a las hipótesis planteadas. Es decir, usaremos el método estadístico probabilístico aleatorio simple.

3.6 Métodos de análisis de datos

Se realizó la prueba de normalidad, de Kolmogórov-Smirnov, ya que nuestra

muestra es de 70 personas, se adoptó este tipo de prueba porque es la que más se adecua a nuestra investigación, ya que, supera 40 personas, también mencionar, que se debe tener en cuenta para esta prueba es un procedimiento de bondad de ajuste, es decir, permite determinar el nivel de concordancia que existe en la distribución teórica específica. El valor de significación asintótica es menor a 0,050 los valores serán no normales tal como se mostrará en los resultados.

Se especificaron datos descriptivos generales, los cuales se observa la media, el rango, el valor mínimo y máximo, la Desviación y Varianza.

Finalmente se realizó la prueba de hipótesis, por medio del estadístico rho Spearman, ya que nuestra variable de estudio con cualitativas con una frecuencia no normal y se desea encontrar la relación que existe entre las variables.

El grado de correlación se pudo medir mediante la interpretación del coeficiente de correlación de Spearman que fue propuesta por Martínez y Campos (2015), quien detalla con un valor desde -1 como correlación negativa grande y perfecta hasta 1 correlación positiva grande y perfecta como se muestra en la tabla 10. **(ver anexo 8).**

3.7 Aspectos éticos

El desarrollo del presente estudio requiero diversos conocimientos de autores, los cuales fueron debidamente citadas bajo el formato APA, en tal sentido se rechaza cualquier intento de copio intelectual en la presente investigación, como parte de los aspectos éticos establecidos por APA, se citaron y se realizaron la bibliografía que corresponden a los documentos, artículos científicos y libros que se utilizaron para esta investigación.

Se respetó la identidad de las personas encuestadas, no se manipuló ni adulteró los resultados recolectados mediante la encuesta realizada, es decir, que la base datos recolectados y los resultados de las tablas son verídicas.

Los datos e información adquirida en esta investigación no serán divulgados al público solo se utilizará que para fines académicos.

Se les recalco a los participantes que esta investigación es totalmente voluntaria y con ello expresó de la manera más veraz posible su perspectiva acorde a las variables de estudio y el objetivo de la investigación enmarcados en el cuestionario otorgados a cada participante y finalmente, con la originalidad, cabe mencionar que se utilizó la herramienta del TURNITIN con el fin de no incurrir en coincidencias.

IV. RESULTADOS

Prueba de Normalidad

Con respecto a los resultados, se aplicó la prueba de normalidad, ya que según Bernal (2010) se ejerce para saber la frecuencia de distribución de datos. En la tabla N° 2 se visualiza los resultados que se realizó con la prueba Kolmogórov-Smirnov.

Tabla 2
Normalidad: Kolmogórov-Smirnov

		V1 Coaching	V2 Atención
N		70	70
Parámetros normales ^{a,b}	Media	3,79	3,84
	Desviación Típica	1,141	1,125
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,317	,298
	Positivo	,198	,178
	Negativo	-,317	-,298
Estadístico de prueba		,317	,298
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

Fuente: SPSS versión 25

Podemos observar en la tabla 2 que la sig. asintótica (bilateral) es menor a 0,05, esto quiere decir, que los datos no son normales; por lo tanto, la variable 1 “Coaching” no presenta datos normales ya que su coeficiente de Kolmogórov-Smirnov fue de 0,000; de igual manera, la variable 2 “Atención” también presentó características no normales, puesto que su coeficiente de Kolmogórov-Smirnov fue de 0,000.

Tabla 3

Estadísticos descriptivos generales

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	Varianza
	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Estadístico	Desv. Error	Estadístico
1. En tu centro Laboral incentivan tu autoestima	70	4	1	5	3.83	0.145	1.215
2. La empresa te plantea objetivos en corto en corto Plazo	70	4	1	5	3.66	0.144	1.202
3. Usted cumple con los objetivos planteados	70	4	1	5	3.70	0.154	1.289
4. La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral.	70	4	1	5	3.71	0.144	1.206
5. En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño	70	4	1	5	3.71	0.158	1.320
6. En su centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos.	70	4	1	5	3.67	0.146	1.224
7. Se practican los valores en el momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente.	70	4	1	5	3.67	0.145	1.213
8. La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores	70	4	1	5	3.67	0.152	1.271
9. La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar	70	4	1	5	3.76	0.150	1.256
10. Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio	70	4	1	5	3.64	0.155	1.297
11. Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente	70	4	1	5	3.87	0.139	1.166
12. La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe las llamadas	70	4	1	5	3.84	0.152	1.270
13. La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada	70	4	1	5	3.71	0.158	1.320
14. En su centro Laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento.	70	4	1	5	3.64	0.154	1.286
15. Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente	70	4	1	5	3.71	0.152	1.276
16. La empresa tiene comprensión con sus clientes	70	4	1	5	3.71	0.150	1.253
17. Usted es Paciente con todos los clientes en el momento de la atención	70	4	1	5	3.80	0.149	1.246
18. La organización de su empresa te familiariza con el producto y servicio que brindas como trabajador	70	4	1	5	3.67	0.143	1.201
19. Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden	70	4	1	5	3.73	0.136	1.141
20. Tiene credibilidad prestando servicios.	70	4	1	5	3.83	0.138	1.154
D1 Desarrollo Personal	70	3	2	5	3.87	0.145	1.215
D2 Desarrollo de Potenciales	70	4	1	5	3.63	0.140	1.169
D3 Entrenamiento	70	4	1	5	3.71	0.143	1.193
D4 Capacidad de respuesta	70	4	1	5	3.86	0.138	1.158
D5 Empatía	70	4	1	5	3.87	0.145	1.215
D6 Finalidad del Servicio	70	4	1	5	3.77	0.124	1.038
V1 Coaching	70	3	2	5	3.79	0.136	1.141
V2 Atención	70	3	2	5	3.84	0.134	1.125
N válido (por lista)	31						

Fuente: SPSS versión 25

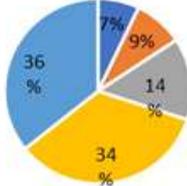
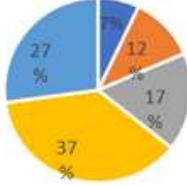
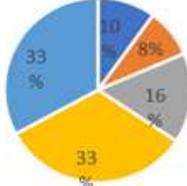
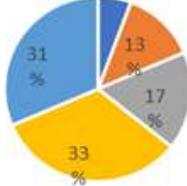
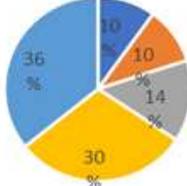
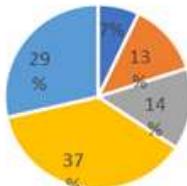
En la tabla N° 3, se puede visualizar el promedio de respuesta con la Variable Coaching fue de 3.79 y de la Variable atención fue de 3.84 y con respecto a los ítems el promedio más alto es de 3.87 que corresponde a la pregunta 11 con el anuncio “Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente”.

Los **resultados descriptivos ítem por ítem**, se pueden observar en la Tabla 4, el

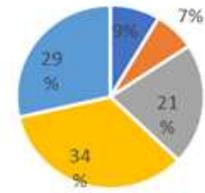
cual se detalla la pregunta con la respuesta más alta. Cabe mencionar que, en la gráfica, el color celeste representa “siempre”, el color amarillo “casi siempre”, el color gris “a veces”, el color naranja “casi nunca” y por último el color azul con “nunca”, Dicha información se encuentra con mayor detalle en el **anexo 15**.

Tabla 4

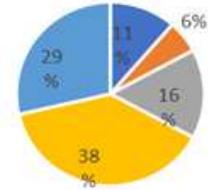
Resultados descriptivos ítem por ítem

ITEM	PORCENTAJE												
<p>Pregunta 1.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de Siempre con un 36% con el enunciado "En tu centro Laboral incentivan tu autoestima"</p>	 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Siempre</td><td>36%</td></tr> <tr><td>Casi Siempre</td><td>34%</td></tr> <tr><td>A veces</td><td>14%</td></tr> <tr><td>Casi Nunca</td><td>9%</td></tr> <tr><td>Nunca</td><td>7%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Siempre	36%	Casi Siempre	34%	A veces	14%	Casi Nunca	9%	Nunca	7%
Respuesta	Porcentaje												
Siempre	36%												
Casi Siempre	34%												
A veces	14%												
Casi Nunca	9%												
Nunca	7%												
<p>Pregunta 2.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de Siempre con un 27% con el enunciado "La empresa te plantea objetivos en corto en corto Plazo"</p>	 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Siempre</td><td>27%</td></tr> <tr><td>Casi Siempre</td><td>37%</td></tr> <tr><td>A veces</td><td>17%</td></tr> <tr><td>Casi Nunca</td><td>12%</td></tr> <tr><td>Nunca</td><td>7%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Siempre	27%	Casi Siempre	37%	A veces	17%	Casi Nunca	12%	Nunca	7%
Respuesta	Porcentaje												
Siempre	27%												
Casi Siempre	37%												
A veces	17%												
Casi Nunca	12%												
Nunca	7%												
<p>Pregunta 3.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de Siempre con un 33% con el enunciado "Usted cumple con los objetivos planteados"</p>	 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Siempre</td><td>33%</td></tr> <tr><td>Casi Siempre</td><td>33%</td></tr> <tr><td>A veces</td><td>16%</td></tr> <tr><td>Casi Nunca</td><td>8%</td></tr> <tr><td>Nunca</td><td>10%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Siempre	33%	Casi Siempre	33%	A veces	16%	Casi Nunca	8%	Nunca	10%
Respuesta	Porcentaje												
Siempre	33%												
Casi Siempre	33%												
A veces	16%												
Casi Nunca	8%												
Nunca	10%												
<p>Pregunta 4.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de Siempre con un 31% con el enunciado "La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral."</p>	 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Siempre</td><td>31%</td></tr> <tr><td>Casi Siempre</td><td>33%</td></tr> <tr><td>A veces</td><td>17%</td></tr> <tr><td>Casi Nunca</td><td>13%</td></tr> <tr><td>Nunca</td><td>6%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Siempre	31%	Casi Siempre	33%	A veces	17%	Casi Nunca	13%	Nunca	6%
Respuesta	Porcentaje												
Siempre	31%												
Casi Siempre	33%												
A veces	17%												
Casi Nunca	13%												
Nunca	6%												
<p>Pregunta 5.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de Siempre con un 36% con el enunciado "En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño"</p>	 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Siempre</td><td>36%</td></tr> <tr><td>Casi Siempre</td><td>30%</td></tr> <tr><td>A veces</td><td>14%</td></tr> <tr><td>Casi Nunca</td><td>10%</td></tr> <tr><td>Nunca</td><td>10%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Siempre	36%	Casi Siempre	30%	A veces	14%	Casi Nunca	10%	Nunca	10%
Respuesta	Porcentaje												
Siempre	36%												
Casi Siempre	30%												
A veces	14%												
Casi Nunca	10%												
Nunca	10%												
<p>Pregunta 6.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de Siempre con un 29% con el enunciado "En su centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos."</p>	 <table border="1"> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Siempre</td><td>29%</td></tr> <tr><td>Casi Siempre</td><td>37%</td></tr> <tr><td>A veces</td><td>14%</td></tr> <tr><td>Casi Nunca</td><td>13%</td></tr> <tr><td>Nunca</td><td>9%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Siempre	29%	Casi Siempre	37%	A veces	14%	Casi Nunca	13%	Nunca	9%
Respuesta	Porcentaje												
Siempre	29%												
Casi Siempre	37%												
A veces	14%												
Casi Nunca	13%												
Nunca	9%												

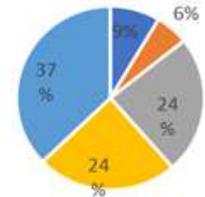
Pregunta 7.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 29% con el enunciado "Se practican los valores en el momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente."



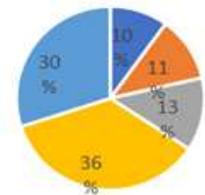
Pregunta 8.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 29% con el enunciado "La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores"



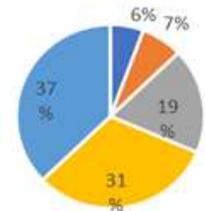
Pregunta 9.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 37% con el enunciado "La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar"



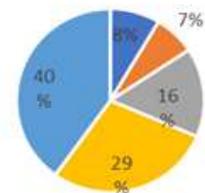
Pregunta 10.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 30% con el enunciado "Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio"



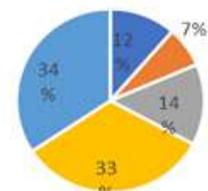
Pregunta 11.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 37% con el enunciado "Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente"



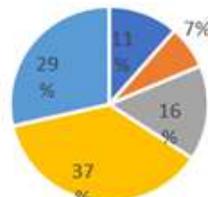
Pregunta 12.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 40% con el enunciado "La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe las llamadas"



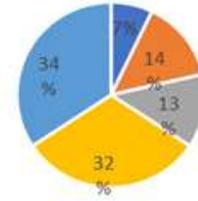
Pregunta 13.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 34% con el enunciado "La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada"



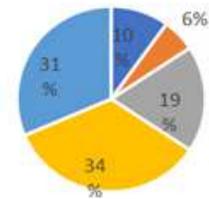
Pregunta 14.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 29% con el enunciado "En su centro Laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento."



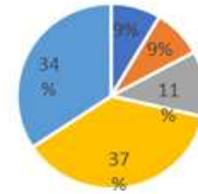
Pregunta 15.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 34% con el enunciado "Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente"



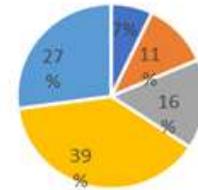
Pregunta 16.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 31% con el enunciado "La empresa tiene comprensión con sus clientes"



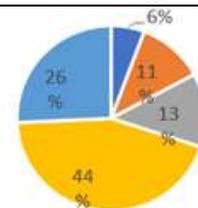
Pregunta 17.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 34% con el enunciado "Usted es Paciente con todos los clientes en el momento de la atención"



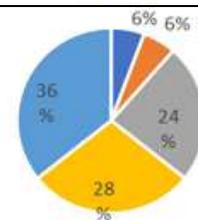
Pregunta 18.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 27% con el enunciado "La organización de su empresa te familiariza con el producto y servicio que brindas como trabajador"



Pregunta 19.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 26% con el enunciado "Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden"



Pregunta 20.-El total de los encuestados se observa que la respuesta fue de **Siempre** con un 36% con el enunciado "Tiene credibilidad prestando servicios."



Fuente: El Autor

- Celeste: Siempre 
- Amarillo: Casi siempre 
- Gris: A veces 
- Naranja: Casi nunca 
- Azul: Nunca 

Prueba de Hipótesis

Tabla 5

Prueba de Hipótesis: Rho de Spearman

		V1 Coaching	V2 Atención	D1 Desarrollo Personal	D2 Desarrollo de Potenciales	D3 Entrenamiento	
Rho de Spearman	V1 Coaching	Coefficiente de correlación	1,000	,863**	,800**	,887**	,840**
		Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000
		N	70	70	70	70	70
	V2 Atención	Coefficiente de correlación	,863**	1,000	,818**	,825**	,742**
		Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000
		N	70	70	70	70	70
	D1 Desarrollo Personal	Coefficiente de correlación	,800**	,818**	1,000	,740**	,678**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000
		N	70	70	70	70	70
	D2 Desarrollo de Potenciales	Coefficiente de correlación	,887**	,825**	,740**	1,000	,770**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000
		N	70	70	70	70	70
	D3 Entrenamiento	Coefficiente de correlación	,840**	,742**	,678**	,770**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.
		N	70	70	70	70	70

Fuente: SPSS versión 25

Según lo observado en Tabla 4, se puede visualizar los siguientes resultados:

La Variable 1 “Coaching” presentó correlación significativa con la Variable 2 “Atención”, este sustentado en el resultado de significación asintótica bilateral de 0,000. Así mismo, al grado de correlación fue de 0,863, lo cual es considerado como correlación positiva alta.

También se observa que la Variable 2 “Atención” presentó correlación significativa con la Dimensión 1 “Desarrollo Personal”, lo cual está sustentado en el resultado de significación asintótica bilateral de 0,000. En cuanto al grado de correlación, este fue de 0,818, lo cual es considerado como correlación positiva alta.

La Variable 2 “Atención” también presentó correlación significativa con la Dimensión 2 “Desarrollo de Potenciales”, lo cual está sustentado en el resultado de significación asintótica bilateral de 0,000. En cuanto al grado de correlación, este fue de 0,825, lo cual es considerado como positiva alta.

La Variable 2 “Atención” también presentó correlación significativa con la Dimensión 3 “Entrenamiento”, lo cual está sustentado en el resultado de significación asintótica bilateral de 0,000. En cuanto al grado de correlación, este fue de 0,742, lo cual es considerado como positiva alta.

Aquí se muestra la siguiente figura donde se puede visualizar nuestra hipótesis con los resultados obtenidos.

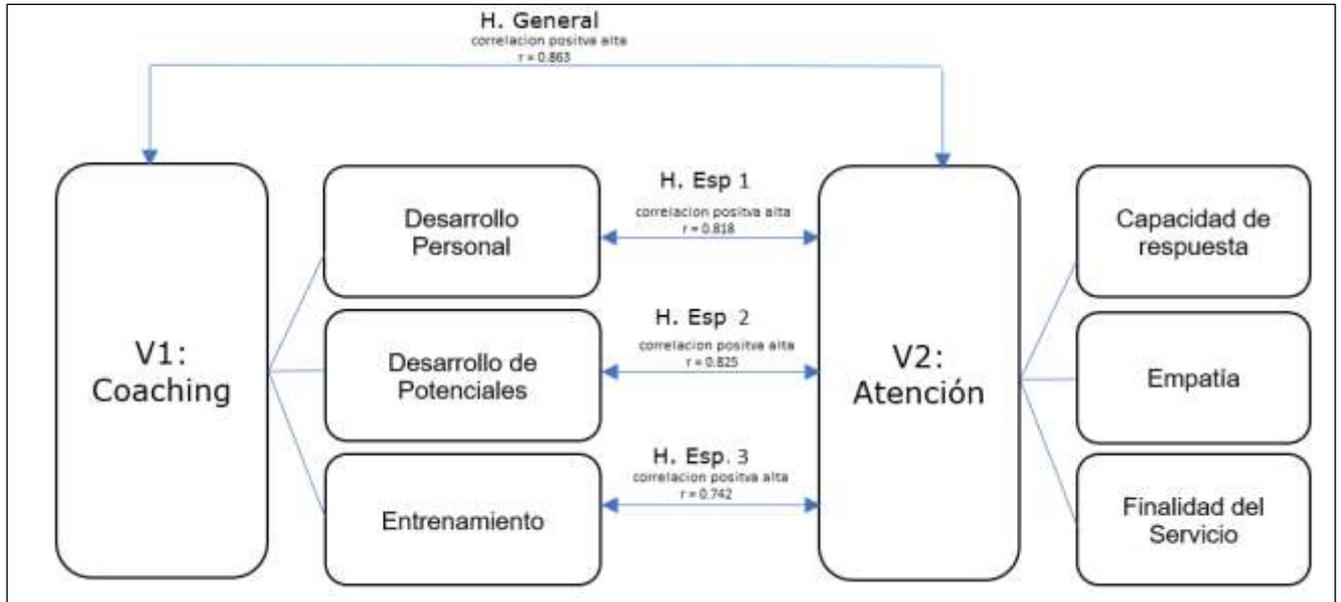


Figura 10. Gráfico de Prueba de Hipótesis

Fuente: El autor

V. DISCUSIÓN

En el trabajo de Chávez (2018) estableció como objetivo determinar la relación entre el coaching y la motivación laboral; en tanto, el presente estudio planteo determinar la relación entre coaching y la atención. En cuanto al contexto analizado de Chávez (2018), su estudio se realizó en una empresa eléctrica de la ciudad de Barranca; por otro lado, esta investigación se enfocó en una empresa del giro call center, ubicada en Lima. La muestra considerada por Chávez (2018), fue de 75 empleados pertenecientes a la empresa eléctrica, mientras la muestra del presente estudio se conformó por los 70 colaboradores del área de operaciones de la empresa Dynamicall S.A. Es de destacar que ambas investigaciones se empleó el estadístico de correlación de Rho de Spearman, siendo significativa en cada estudio al ser inferiores que 0.05; sin embargo, el presente estudio se destaca un valor de correlación positiva alta (0.863), mientras la investigación de Chávez (2018) obtuvo un grado de asociación entre sus variables positiva moderada (0.690). Por lo tanto, se puede llegar a concluir que los resultados obtenidos en esta investigación son más determinantes, dado que los valores obtenidos en la significancia bilateral son más elevados que las de Chávez (2018), probablemente los resultados de la muestra recolectada en el contexto del rubro call center tiene a presentar valores más determinantes a los del contexto evaluado por Chávez (2018), lo cual puede llegar a ser validado posteriormente en otras investigaciones.

Por otro lado, en la investigación de Ureta (2018) busco determinar dentro de sus objetivos específicos la relación entre desarrollo de competencias y la capacitación, lo cual es similar al presente estudio pues dentro de sus objetivos específicos busco identificar el grado de asociación entre el desarrollo de potenciales y la atención. Para la investigación de Ureta (2018) se ejecutó en una empresa textil ubicada en San Juan de Miraflores y en el presente estudio fue empresa del giro call center que se encuentra en el distrito de Independencia. En el estudio de Ureta (2018) se consideró como población a 175 empleados y en tanto la presente se conformó por un grupo menor de 86 empleados que tiene contacto con los clientes. La muestra en ambos estudios es semejante, pues fue obtenida mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple; sin embargo, es de destacar que en el estudio de Ureta (2018) fue mayor al de presente, considerando el tamaño de su población. Así mismo, se puede

detallar que la investigación de Ureta (2018) se constituyó por 54 ítems y en la presente investigación para medir las variables de estudio se conformó por 20 ítems, y en ambos estudios midieron la confiabilidad del instrumento mediante el estadístico de Alfa de Cronbach dando valores de una muy alta confiabilidad, pero en esta investigación se obtuvo un coeficiente de confiabilidad superior de 0.961 frente a un 0.931 perteneciente al estudio de Ureta (2018). También se llegó emplear la prueba de normalidad en cada investigación para identificar el tipo de distribución que mantuvieron los datos recolectados, siendo una distribución no normal medido mediante el estadístico de Kolmogorov-Smirnov, pues la muestra de estudio para ambos casos fue mayor a 50 y el valor de la significancia en cada investigación fue menor a 0.05; tanto así entender que estas investigaciones procedieron a utilizar pruebas estadísticas no paramétricas. En tal sentido, el tipo de prueba empleado para medir correlaciones entre sus variables de estudio fue el Rho de Spearman, siendo la investigación de Ureta (2018) con mayor grado de correlación positiva (0.918**) frente al del presente estudio, que obtuvo un grado de correlación positiva (0.825**). Por ende, se puede mencionar que lo más probable es que el contexto analizado por Ureta (2018), sus resultados tengan un valor más determinante a los recolectados en la muestra de este estudio, lo cual podría ser corroborado en futuras indagaciones.

Tomando en consideración la tesis de Arévalo (2017) que propuso como objetivo determinar la influencia del coaching en el desempeño laboral, y en tanto esta investigación como antes ya mencionado busco determinar la relación entre coaching y la intención que brinda los empleados, ambos estudios son semejantes en cierto grado pero tiene diferencias marcadas respecto al tipo de organización que buscaron analizar, en la de Arévalo (2017) se enfocó en estudiar en un colegio privado ubicada en el distrito de Comas y en esta investigación se enmarco en una empresa de rubro call center; por lo cual es imprescindible mencionar que su población mantuvieron características distintas, siendo en la investigación de Arévalo (2017) conformado por 240 empleados y en la presente investigación fue mucho menor con 86 colaboradores; y en tanto la muestra en ambas investigaciones fue mediante un muestreo aleatorio simple pero diferentes en el tamaño de sus muestras, siendo la más grande la de Arévalo (2017), pues se conformó por 148 empleados. En términos de metodología de investigación mantuvieron ciertas semejanzas, ambas mantiene un estudio con enfoque cuantitativo y también un diseño de investigación no experimental y de corte

transversal, pues no manipularon las variables y se recolectaron los datos en un solo momento, los estudios se diferencian en el nivel de investigación, en la Arévalo (2017) buscó un estudio con nivel explicativo y causal, a diferencia de la presente investigación que busco un estudio a nivel descriptivo y correlacional. Al respecto, ambas investigaciones emplearon estadísticas diferentes, Arévalo (2017) aplicó las pruebas de resumen de modelo, ANOVA, coeficientes y la estimación de una ecuación para explicar la variación de su variable dependiente por causas de la variable independiente, pero se destaca además la prueba de correlación de R de Pearson, pues Arévalo (2017) en un primer momento busca determinar primero la correlación entre las variables para luego indagar la influencia de una variable sobre la otra mediante las pruebas paramétricas de regresión lineal, en cambio el presente estudio por su naturaleza de nivel de investigación se buscó la correlación mediante pruebas no paramétricas, siendo el caso de correlación de Rho Spearman. Buscando un punto de comparación entre las pruebas de correlación en la investigación de Arévalo (2017) descubrió un coeficiente de asociación superior y positivo de 0.922* entre sus variables, en cambio en este estudio se encontró un coeficiente de correlación de 0.863**, cabe destacar que es significativamente bilateral al ser menor de 0.05 en ambos casos de estudio. Lo cual se puede llegar a concluir que lo más probable es que los datos recolectados en la investigación de Arévalo (2017) tengan valores más determinantes que en esta investigación, lo cual puede llegar a ser atractivo para realizar una investigación posteriormente.

De acuerdo a la teoría empleada en la investigación para la variable coaching se decidió considerar como dimensiones al “desarrollo personal”, el “desarrollo de potenciales” y al “entrenamiento”, las mismas que son propuestas por los autores Zenger y Stinnett (2013), y estas llegan a ser coherentemente respaldadas por la estadística descriptiva general realizada, pues los datos recolectados reflejan un promedio de respuestas altas (desarrollo personal=3.87; desarrollo de potenciales=3.63; y entrenamiento=3.71), mismas que estuvieron en una escala ordinal de tipo Likert, siendo el valor 1 equivalente a Nunca, el 2 igual a casi nunca, el 3 representa a veces, el valor de 5 equivale a casi siempre y finalmente el valor 5 representa a siempre.

Además, la teoría presentada por los autores Trujillo, Carrete y García (2010) respecto a la variable atención, se constituyó por tres dimensiones, las cuales fueron

“capacidad de respuesta”, la “empatía”, y la “finalidad del servicio”. Esta teoría tubo una aceptación alta en los promedios de las respuestas recolectadas (capacidad de respuesta=3.86; empatía= 3.87 y finalidad de servicio=3.77), en donde sus indicadores de cada dimensión fueron medidas en una escala ordinal de tipo Likert con 5 categorías de respuesta, donde el valor 1 equivalente a Nunca, el 2 igual a casi nunca, el 3 representa a veces, el valor de 5 equivale a casi siempre y finalmente el valor 5 representa a siempre.

VI. CONCLUSIONES

Tal como menciona Lam (2016), las conclusiones son generalidades que derivan de los resultados y conforman las contribuciones, así como también, las innovaciones de la investigación realizada. A continuación, se detallan las conclusiones que se determinó en este informe.

1. Existe relación entre coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de Independencia, año 2020; el mismo que fue validado a través de la prueba de Rho de Spearman (significación asintótica bilateral = 0,000; grado de correlación = 0,863).
2. Existe relación entre el desarrollo personal y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020; el mismo que fue validado a través de la prueba de Rho de Spearman (significación asintótica bilateral = 0,000; grado de correlación = 0,818).
3. Existe relación entre el desarrollo de potencialidades y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020; el mismo que fue validado a través de la prueba de Rho de Spearman (significación asintótica bilateral = 0,000; grado de correlación = 0,825).
4. Existe relación entre el entrenamiento y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020; el mismo que fue validado a través de la prueba de Rho de Spearman (significación asintótica bilateral = 0,000; grado de correlación = 0,742).

VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a la compañía en donde se realizó esta investigación, reforzar la aplicación del Coaching a todos sus trabajadores con más frecuencia, ya que el informe presentado logró determinar que existe una alta relación entre el coaching y la atención, por cuanto, a los trabajadores, su desarrollo personal se reflejará mediante el coaching. Se debe hallar la mejor manera en donde haya talleres donde los trabajadores puedan reconocer su personalidad con el propósito de familiarizarse con los clientes consiguiendo el mayor rendimiento de los trabajadores en cuanto a su desarrollo del equilibrio profesional y como resolver conflictos personales sin reflejar a los clientes.

A compañías del mismo rubro, se recomienda también reforzar el coaching en sus trabajadores, en esta investigación se obtuvieron los resultados que han sido dados a través de la prueba de Rho de Spearman, cuyos resultados de esta prueba estadística pueden ser inferenciados, es decir, pueden ser aplicados en otros contextos; entonces, si es que presentasen realidades problemáticas similares o superiores, estos casos podrán ser solucionados con esta propuesta.

A otros estudiantes de posgrado y pregrado e investigadores del campo de gestión de organizaciones, se da toda disposición la información recolectada en esta investigación, implicancias prácticas resueltas, recopilación de teorías, y finalmente modelos metodológicos utilizados, con la finalidad, que puedan ser utilizados con fines académicos. Por último, se recomienda el análisis de las variables empleadas con el propósito de comenzar discusión.

VIII. REFERENCIAS

- Arroyo, R. (2012). *Habilidades gerenciales*. Bogotá: Editorial ECOE.
- Arévalo, M. (2017). *El coaching empresarial y su influencia en el desempeño laboral en la Empresa TRILCE, Comas, Año 2017* (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/12214>
- Aiken, L. (2003). *Tests Psicológicos y evaluación*. (11a ed.). México: Leticia Gaona Figueroa.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3era ed.). Colombia. Recuperado de <http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Buendía, L., Colas, P. y Hernández, F. (1998). *Métodos de Investigación en Psicopedagogía*. Madrid. Recuperado de <file:///C:/Users/pc/Downloads/2301-4762-1-PB.pdf>
- Casaus, M. (2015). Talent Management.Ch entrepreneur,24. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=8&sid=bf012f37-70bb-4ac4-81d8-98cadf3ab855%40sessionmgr4006>
- Casique, L. (2018). *Impacto del coaching organizacional en el desarrollo de competencias laborales del talento humano de empresas manizaleñas, una mirada desde sus directivos* (tesis de posgrado). Universidad Nacional de Colombia, Manizales, Colombia. Recuperado de <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/68692/1090398867.2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cardona, P. (2020). Professional Growth. *Commitment to self-development*, N°353, 112-115. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=24&sid=fb7ebc18-5ecd-4c7c-9f6d-a42d6fd7a12c%40sdc-v-sessmgr01>
- Chalco, R. (2018). *La calidad del servicio de atención y la satisfacción del cliente de la asociación centro comercial mercadillo Bolognesi de Tacna. periodo 2017* (tesis de pregrado). Universidad Privada de Tacna, Tacna, Perú. Recuperado de <http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/727/1/Chalco-Chaina-Rosa.pdf>
- Chávez, D. (2018). *El coaching y su relación con la motivación laboral de la empresa Enel Barranca, 2018* (tesis de pregrado). Universidad San Pedro, Barranco, Perú. Recuperado de http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/11591/Tesis_61085.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Desatríck, R. (1990). *Cómo conservar su Clientela*. El Secreto del Servicio. Editorial Legis IESA. Caracas.

- Drucker, P. (1990). *El Ejecutivo Eficaz*. Editorial Sudamericana: Buenos Aires.
- Gutiérrez, J. (2017). Ergonomics and Psychosociology. *Coaching Master* 2, N°146,5-6. Recuperado de <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=b542830b-eeea-4306-bc52-3c41b1aa8fa8%40pdc-v-sessmgr03>
- Harvard Business School (2006). *Como hacer Coaching*. Santiago: Editorial Donnelley
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6^{ta} ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.
- Herrán, V. (2020). Éxito, Desarrollo-Personal, Psicología. *10 puntos en los que trabajar para fomentar mi desarrollo personal*. Recuperado de <https://www.psicologiaveronicaherran.com/2014/06/25/10-puntos-en-los-que-trabajar-para-fomentar-mi-desarrollo-personal/>
- Huamanchumo, H., Rodríguez, J.(2015). *Metodología de la investigación en las Organizaciones*. Perú: Summit.
- Ibáñez, C. (2008). *Metodologías de la investigación en las Ciencias Sociales: fases, fuentes y selección de técnicas*. Bogotá, Colombia.
- Javier, O. (20.11.2020). *Capacitación y entrenamiento del personal*. De cómo nunca dejar de aprender, lleva al éxito total [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/capacitacion-entrenamiento-personal/>
- Jiménez, D. (2011). *Manual de Recursos Humanos*. (2° ed.). Madrid: Editorial ESIC.
- Kapatoco (2013). *El Coaching*. Recuperado de <https://www.clubensayos.com/Negocios/El-Coaching/816067.html>
- Lam, R. (2016). *La redacción de un artículo científico*.32. Recuperado de <http://www.revhematologia.sld.cu/index.php/hih/article/view/309/218>
- Londoño, C. (2006). *Atención al cliente y Gestión de reclamaciones*. Madrid: Fundación confemetal. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=jHLLP2fNHakC&pg=PA4&lpg=PA4&dq=Londo%C3%B1o+2006+atencion>
- Management, (2017). *5 Tips for Effective Coaching*, 12. Recuperado de <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=11&sid=fb7ebc18-5ecd-4c7c-9f6d-a42d6fd7a12c%40sdc-v-sessmgr01>

- Martínez, R., Campos, F. (31 de agosto 2015). *Correlación entre Actividades de Interacción Social Registradas con Nuevas Tecnologías y el grado de Aislamiento Social en los Adultos Mayores*. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-95322015000300004
- Martínez, R., Benítez, L. (2016). *Metodología de la investigación social I*. México.
- Mumford, J. (2010). *Coaching para Dummies*. Barcelona: Editorial Grupo Planeta.
- Menéndez, J. (2011). *Principios del Coaching*. España: Editorial bubok.
- Norma Internacional ISO 900 (15 de septiembre de 2015). *Sistemas de Gestión de la Calidad Fundamentos y vocabulario*. Disponible en <http://www.umc.edu.ve/pdf/calidad/normasISO/ISO%209000-2015.pdf>
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención del cliente*. Vigo. Editorial Ideas.
- Peña, M. (2018) *El coaching empresarial en la cultura organizacional de las PYMES del sector calzado de la Provincia de Tungurahua* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28195/1/495%20O.E..pdf>
- Piqueras, C. (2015). *Aprender Coaching Es Fácil*. España: profit.
- Prado, L. (1998). *Liderazgo y gestión de personal*. Printed in Argentin. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <http://online.aliat.edu.mx/adistancia/Liderazgo/LecturasFalt/liderazg.pdf>
- Rincón, H., Domínguez, Y. y Guzmán, H. (2009). *El Coaching Como Herramienta Para Aumentar El Desempeño De Los Empleados En Las Empresas De Producción (Caso L&Dm Dominicana Cxa)* (tesis de pregrado). Universidad Autonoma de Santo Domingo, Dominicana.
- Saldarriaga, J. (09.10.2018). *Call centers: Las contrataciones ya han caído en 1.800 posiciones al mes*. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/call-centers-nueva-reglamentacion-avance-tecnologico-retan-industria-noticia-565552-noticia/>
- Serna, H. (2006). *Servicio al Cliente Métodos de auditoria y medición*. (2a ed.). Santafé de Bogota, Colombia.
- Software DELSOL (2020). *Desarrollo personal ¿Qué es y cuáles son sus ventajas?* - tipo de actividades para mejorar la calidad de vida [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.sdelisol.com/blog/tendencias/desarrollo-personal/>

Storner, J., Freeman, E. y Gilbert, D. (1996). *Administración*. (6a ed.). México: editorial assistant.

Redacción Contact Center Hub. (21.05.2020). *Los beneficios de Speech Analytics en un entorno de incertidumbre - speech analytics* [Mensaje en un blog]. Recuperado de

<https://contactcenterhub.es/los-beneficios-de-speech-analytics-en-un-entorno-de-incertidumbre-2020-21-27001/>

Trujillo, A., Carrete, L., Vera, J. & García, S. (2010). *Servir con calidad en México*. México: Lid Editorial Mexicana.

Universidad de Manizales. (2019). División de Desarrollo Humano. *Desarrollo de potencial humano*. Recuperado de

https://desarrollohumano.umanizales.edu.co/?page_id=30

Ureta, Y. (2018). *El coaching empresarial y el desarrollo de competencias en los colaboradores en la empresa textil chavín - San Juan de Miraflores* (tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Perú, Lima, Perú. Recuperado de

<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/839/1/Ureta%20Anaya%2c%20Yeni%20Mischel.pdf>

Vargas, E. (2017). *El coaching en el empoderamiento de los colaboradores de la carrocería patricio cepeda cía. lta. del cantón Ambato, provincia de Tungurahua* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador. Recuperado de

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25738/1/2300477441%20Evelin%20Nathaly%20Vargas%20Pico.pdf>

Vega, M. (2018). *Relación Entre la Atención y Satisfacción del Cliente en el Área Administrativa de la Municipalidad Provincial del Santa En El Año 2018* (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Chimbote, Perú. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39042/Vega_LMY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villa, J., Caperán, J. (2010). *Manual de Coaching*. Barcelona: Editorial Profit.

Zenger, J., Stinnett, K. (2013). *El coach extraordinario*. Barcelona: Editorial Profit.

Zeus, P., Skiffington, S. (2004). *Coaching práctico en el trabajo*. Madrid, España : McGraw-Hill Interamericana.

Zenger, J., Stinnett, K. (2013). *El coach extraordinario*. México: Profit.

ANEXOS

Anexo N° 1: Matriz operacional

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítem		Instrumento	Escala de Medición
			Ubicación de preguntas en el cuestionario	N° de preguntas		
Variable Independiente: Coaching	Desarrollo Personal	Nivel de Autoestima	1	1	Cuestionario Tipo Likert	Ordinal
		Nivel de Metas Cumplidas	2, 3	2		
		Nivel de Objetivos Cumplidos	4	1		
	Desarrollo de Potenciales	Nivel de Conocimiento de Habilidades	5	1		
		Nivel de Experiencia	6	1		
	Entrenamiento	Nivel de Valores	7	1		
		Nivel de Motivación	8	1		
		Nivel de Liderazgo	9	1		
		Porcentaje de Capacitaciones	10	1		
		Nivel de Disposición de Tiempo	11, 12	2		
Capacidad de respuesta	Nivel de Voluntad de Ayuda	13	1			
	Empatía	Nivel de Amabilidad	14, 15	2		
Nivel de Comprensión de Clientes		16, 17	2			
Finalidad del Servicio		Novel de Conocimiento del Producto o Servicio	18, 19	2		
	Nivel de Credibilidad	20	1			

Fuente: El Autor

Anexo N° 2: Cuestionario

ENCUESTA DE EVALUACIÓN

“EL COACHING Y LA ATENCIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DYNAMICALL S.A., DEL DISTRITO DE INDEPENDENCIA, 2020.”

En este cuestionario encontrará las siguientes preguntas ante las cuales deberá colocar una “X” la opción que usted crea conveniente como colaborador de la empresa.

- 1 = Nunca
- 2 = Casi Nunca
- 3 = A veces
- 4 = Casi Siempre
- 5 = Siempre

		1	2	3	4	5
1	En tu centro Laboral incentivan tu autoestima					
2	La empresa te plantea objetivos en corto en corto Plazo					
3	Usted cumple con los objetivos planteados					
4	La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral.					
5	En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño					
6	En su centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos.					
7	Se practican los valores en el momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente.					
8	La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores					
9	La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar					
10	Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio					
11	Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente					
12	La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe las llamadas					
13	La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada					
14	En su centro Laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento.					
15	Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente					
16	La empresa tiene comprensión con sus clientes					
17	Usted es Paciente con todos los clientes en el momento de la atención					
18	La organización de su empresa te familiariza con el producto y servicio que brindas como trabajador					
19	Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden					
20	Tiene credibilidad prestando servicios.					

Anexo N° 3: Matriz de Consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
GENERAL	¿Qué relación entre el coaching y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de Independencia, año 2020?	Determinar la relación entre el Coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S. A., distrito de Independencia, año 2020.	Existe relación entre el coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020.	Variable 1: El Coaching Variable 2: La Atención
ESPECÍFICOS	¿Qué relación existe entre el desarrollo personal con la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020?	Determinar la relación entre el desarrollo personal ya atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020.	Existe relación entre el desarrollo personal y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020.	
	¿Qué relación existe entre el desarrollo de potencialidades con la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020?	Determinar la relación entre el desarrollo de potencialidades y con la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020.	Existe relación entre el desarrollo de potencialidades y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020.	
	¿Qué relación existe entre el entrenamiento con atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020?	Determinar la relación entre el entrenamiento y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020.	Existe relación entre el entrenamiento y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., distrito de independencia, año 2020.	

Fuente: El Autor

Anexo N° 4: Carta de Autorización de la empresa // Detalle de la empresa anonimizada.



CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA

Lima, 20 de noviembre del 2019

Señor(es)

Universidad César Vallejo-Sede Lima Norte

De mi mayor consideración

La empresa Dynamicall cuya razón Social es BPO CONSULTING S.A.C., con RUC 20525011993 autoriza a Fernandez Rivas Jesús Alberto Ernesto identificado con DNI 45821848 y Huayhua Rojas, Bertha, identificado con DNI 41705116, estudiante de la facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Administración , para que dé inicio a las investigaciones necesarias para el desarrollo del informe de Investigación titulado: El Coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., Independencia, 2020.

Por medio de la presente, se deja constancia de lo antes señalado.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Beltrán Cornejo Enrique", written over a horizontal line.

Beltrán Cornejo Enrique
DNI: 09867858
Gerente General

Anexo N° 5: Declaratoria de consentimiento informado.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Carta de consentimiento informado para participantes del CUESTIONARIO para el informe de Investigación “El Coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., Independencia, 2020”

Nuestros Nombres son Fernández Rivas, Jesús Alberto Ernesto y Huayhua Rojas, Bertha nos encontramos desarrollando una evaluación para conocer la relación del Coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A.

Estamos realizando una encuesta que busca conocer los puntos de vista de todos los trabajadores que brinden servicios de atención al cliente en la empresa Dynamicall S.A., con respecto al Coaching, así como sobre aquellas acciones que podrían coadyuvar a incentivarlo. Por ello estamos invitando a todos los trabajadores que brindan atención al cliente a participar contestando un cuestionario.

Si usted está de acuerdo en participar en este estudio, queremos invitarlo a que conteste este cuestionario que tiene una aplicación de alrededor de 5 minutos. En el mismo vamos a preguntarle algunos datos sociodemográficos, posteriormente preguntaremos asuntos relacionados al coaching y su relación con la atención de los trabajadores.

Su participación en esta encuesta no tiene costo alguno y es totalmente voluntaria. Es decir, no tiene que participar si no lo desea y puede suspender su participación en el momento que usted decida, sin que haya ninguna consecuencia. El hecho de que decida participar o no en el estudio, así como el hecho de expresar libremente sus opiniones, cualesquiera que estas sean, no tendrá ninguna repercusión negativa para usted o su puesto de trabajo o estudio.

La información se reportará de manera general, es decir, se eliminará cualquier dato que le pudiera identificar a usted. Todos los datos serán registrados directamente en una base de datos, y únicamente los investigadores responsables podrán tener acceso a los mismos mediante claves de seguridad.

Si está de acuerdo en participar en el estudio, por favor escriba “Sí estoy de acuerdo en participar” en la parte inferior de la encuesta, además de su firma.

¡Muchas gracias por su participación!



Beltrán Cornejo Enrique
DNI: 09867858
Gerente General



Fernandez Rivas, Jesus Alberto Ernesto
DNI: 45821848



Huayhua Rojas Bertha
DNI: 41705116

Anexo N° 6: Ficha de validación de expertos.

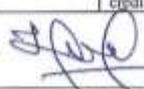
MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: El Coaching y la Atención de los trabajadores de la Empresa Dynamical S.A, Distrito de Independencia, 2019							
Apellidos y nombres del investigador:							
FERNANDEZ RIVAS, JESUS ALBERTO ERNESTO HUAYHUA ROJAS, BERTHA							
Apellidos y nombres del experto: <i>Dr. CALAFUZA SAAVEDRA AGUIA HUI</i>							
ASPECTOS POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS/ PREGUNTA	CATEGORIAS	SI CUMPLE	NO CUMPLE	Observaciones/Sugerencias
Variable Independiente: Coaching	Desarrollo personal	Nivel de autoestima	En tu centro laboral incentivan tu autoestima	1= Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre	/		
		Nivel de metas cumplidas	La empresa te plantea objetivos en corto plazo Usted cumple con los objetivos planteados		/		
		Nivel de Objetivos cumplidos	La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral		/		
	Desarrollo de Potenciales	Nivel de conocimiento de habilidades	En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño		/		
		Nivel de experiencia	En tu centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos		/		
		Nivel de Valores	Se practican los valores al momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente		/		
	Entrenamiento	Nivel de Motivación	La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores		/		
		Nivel de liderazgo	La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar		/		
		Porcentaje de capacitaciones	Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio		/		

Variable Dependiente : Atención	Capacidad de respuesta	Nivel de disposición de tiempo	Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe llamadas	/		
		Nivel de voluntad de ayuda	La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada	/		
	Empatía	Nivel de amabilidad	En su centro laboral diseñar estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente	/		
		Nivel de comprensión de clientes	La empresa tiene comprensión con sus clientes Usted es paciente con todos los clientes en el momento de la atención	/		
	Finalidad del servicio	Nivel de conocimiento del producto o servicio	La organización de su empresa te familiariza con el producto o servicio que brinda como trabajador Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden	/		
		Nivel de credibilidad	Tiene credibilidad prestando servicios	/		
	Firma del experto	<i>Aguiá Hui</i>	Fecha: 18/11/19			

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: El Coaching y la Atención de los trabajadores de la Empresa Dynamical S.A, Distrito de Independencia, 2019							
Apellidos y nombres del investigador: FERNANDEZ RIVAS, JESUS ALBERTO ERNESTO HUAYHUA ROJAS, BERTHA							
Apellidos y nombres del experto: <i>CAMAÑAZA ESTEBAN TEODORO</i>							
ASPECTOS POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS/PREGUNTA	CATEGORIAS	SI CUMPLE	NO CUMPLE	Observaciones/Sugerencias
Variable Independiente: Coaching	Desarrollo personal	Nivel de autoestima	En tu centro laboral incentivan tu autoestima	1= Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre	✓		
		Nivel de metas cumplidas	La empresa te plantea objetivos en corto plazo Usted cumple con los objetivos planteados		/		
		Nivel de Objetivos cumplidos	La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral		/		
	Desarrollo de Potenciales	Nivel de conocimiento de habilidades	En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño		/		
		Nivel de experiencia	En tu centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos		/		
		Nivel de Valores	Se practican los valores al momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente		/		
	Entrenamiento	Nivel de Motivación	La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores		/		
		Nivel de liderazgo	La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar		/		
		Porcentaje de capacitaciones	Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio		/		

Variable Dependiente : Atención	Capacidad de respuesta	Nivel de disposición de tiempo	Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe llamadas	/				
		Nivel de voluntad de ayuda	La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada	/				
	Empatía	Nivel de amabilidad	En su centro laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente	/				
		Nivel de comprensión de clientes	La empresa tiene comprensión con sus clientes Usted es paciente con todos los clientes en el momento de la atención	/				
	Finalidad del servicio	Nivel de conocimiento del producto o servicio	La organización de su empresa te familiariza con el producto o servicio que brinda como trabajador Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden	/				
		Nivel de credibilidad	Tiene credibilidad prestando servicios	/				
	Firma del experto 			Fecha: 17/11/2019				

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: El Coaching y la Atención de los trabajadores de la Empresa Dynamical S.A, Distrito de Independencia, 2019.							
Apellidos y nombres del investigador: FERNANDEZ RIVAS, JESUS ALBERTO ERNESTO HUAYHUA ROJAS, BERTHA							
Apellidos y nombres del experto: <u>MBA. BARCA BARRIENTOS JESÚ CRISTINE</u>							
ASPECTOS POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS/PREGUNTA	CATEGORIAS	SI CUMPLE	NO CUMPLE	Observaciones/Sugerencias
Variable Independiente: Coaching	Desarrollo personal	Nivel de autoestima	En tu centro laboral incentivan tu autoestima	1= Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre	/		
		Nivel de metas cumplidas	La empresa te plantea objetivos en corto plazo Usted cumple con los objetivos planteados		/		
		Nivel de Objetivos cumplidos	La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral		/		
	Desarrollo de Potenciales	Nivel de conocimiento de habilidades	En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño		/		
		Nivel de experiencia	En tu centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos		/		
		Nivel de Valores	Se practican los valores al momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente		/		
	Entrenamiento	Nivel de Motivación	La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores		/		
		Nivel de liderazgo	La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar		/		
		Porcentaje de capacitaciones	Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio		/		

Variable Dependiente: Atención	Capacidad de respuesta	Nivel de disposición de tiempo	Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe llamadas	/			
		Nivel de voluntad de ayuda	La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada	/			
	Empatía	Nivel de amabilidad	En su centro laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente	/			
		Nivel de comprensión de clientes	La empresa tiene comprensión con sus clientes Usted es paciente con todos los clientes en el momento de la atención	/			
	Finalidad del servicio	Nivel de conocimiento del producto o servicio	La organización de su empresa te familiariza con el producto o servicio que brinda como trabajador Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden	/			
		Nivel de credibilidad	Tiene credibilidad prestando servicios	/			
	Firma del experto: 			Fecha: <u>17 / 11 / 2019</u>			

Anexo N° 7: Resultados de validez: Aplicabilidad por juicio de expertos

Tabla 6

Validez por juicio de expertos

N.º	EXPERTO	RESULTADO
EXPERTO 1	Dr. Cárdenas Saavedra	Aplicable
EXPERTO 2	Dr. Carranza Estela Teodoro	Aplicable
EXPERTO 3	Mg. Barca Barrientos Jesús Enrique	Aplicable
EXPERTO 4	Mgtr. Fernández Bedoya, Víctor Hugo	Aplicable

Fuente: Certificado de validez juzgada por expertos

Como se puede observar en la tabla 6 “Validez por juicio de expertos” el estudio realizado fue validado por 4 expertos que cuentan plenamente con el conocimiento del tema.

Anexo N° 8: Resultados de validez: Cálculo de V. de Aiken.

N° de jueces	3			V. DE AIKEN TOTAL							1.00					
Ítem	CLARIDAD					PERTINENCIA					RELEVANCIA					V.AIKEN GENERAL
	Jueces					Jueces										
	J1	J2	J3	S	V. AIKEN	J1	J2	J3	S	V. AIKEN	J1	J2	J3	S	V.AIKEN	
1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
2	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
3	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
4	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
5	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
6	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
7	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
8	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
9	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
10	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
11	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
12	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
13	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
14	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
15	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
16	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
17	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
18	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
19	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00
20	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1.00

Anexo N° 9: Resultados de validez: Coeficientes de V. de Aiken.

Tabla 7

Coeficientes de V. de Aiken

N°	ÍTEM	V.AIKEN GENERAL
1	En tu centro Laboral incentivan tu autoestima	1.00
2	La empresa te plantea objetivos en corto en corto Plazo	1.00
3	Usted cumple con los objetivos planteados	1.00
4	La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral.	1.00
5	En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño	1.00
6	En su centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos.	1.00
7	Se practican los valores en el momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente.	1.00
8	La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores	1.00
9	La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar	1.00
10	Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio	1.00
11	Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente	1.00
12	La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe las llamadas	1.00
13	La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada	1.00
14	En su centro Laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento.	1.00
15	Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente	1.00
16	La empresa tiene comprensión con sus clientes	1.00
17	Usted es Paciente con todos los clientes en el momento de la atención	1.00
18	La organización de su empresa te familiariza con el producto y servicio que brindas como trabajador	1.00
19	Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden	1.00
20	Tiene credibilidad prestando servicios.	1.00
TOTAL		1.00

Fuente: Obtenido del Cálculo de V. de Aiken.

Anexo N° 10: Resultados de fiabilidad: Coeficiente Alfa de Cronbach General, dimensión e indicador

Tabla 8

Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
[0,0; 0,5]	Inaceptable
[0,5; 0,6]	Pobre
[0,6; 0,7]	Débil
[0,7; 0,8]	Aceptable
[0,8; 0,9]	Bueno
[0,9; 1,0]	Excelente

Fuente: Elaborado por Eduardo Chávez-Barboza (2018)

Tabla 9

Alfa de Cronbach general

Alfa de Cronbach	N de elementos
,980	20

Fuente: SPSS versión 25

Interpretación: En la tabla 3 se observa la muestra está conformada por 20 preguntas a cada colaborador y de acuerdo a la tabla 2, el coeficiente del Alfa de Cronbach es de 0,980, que se encuentra en el último intervalo el cual se considera excelente según lo indicado por Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018).

Tabla 10

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos	Válido	70 64,2
	Excluido ^a	39 35,8
Total	109	100,0

Fuente: SPSS versión 25

Interpretación: En la tabla 4 se observa la muestra está conformada por 70 colaboradores.

Tabla 11

Alfa de Cronbach por variable

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
V1. Coaching	,961	10
V2. Atención	,959	10

Fuente: SPSS versión 25

Interpretación:

Como se observa en la tabla 11 “Alfa de Cronbach por variable” se puede visualizar que se realizaron 10 preguntas enfocadas a cada variable respectivamente.

Tabla 12

Alfa de Cronbach por dimensión

Dimensión	Alfa de Cronbach	N de elementos
D1 Desarrollo Personal	,904	4
D2 Desarrollo de Potenciales	,881	3
D3 Entrenamiento	,891	3
D4 Capacidad de respuesta	,886	3
D5 Empatía	,912	4
D6 Finalidad del Servicio	,845	3

Fuente: SPSS versión 25

Interpretación:

Como se observa en la tabla 12 “Alfa de Cronbach por dimensión” se puede visualizar que la dimensión con más alta valoración fue “Empatía” con 0,912 el cual se considera excelente y la dimensión con más baja valoración fue “Finalidad del Servicio” con 0,845 el cual se considera bueno según la valoración de Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018).

Anexo N° 11: Resultados de fiabilidad: Coeficiente de Dos mitades de Guttman.

Tabla

13

Coeficiente de dos mitades de Guttman general

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	0.961
		N de elementos	10 ^a
	Parte 2	Valor	0.959
		N de elementos	10 ^b
N total de elementos			20
Correlación entre formularios			0.959
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		0.979
	Longitud desigual		0.979
Coeficiente de dos mitades de Guttman			0.979

Fuente: SPSS versión 25

Como se observa en la tabla 13 “Coeficiente de dos mitades de Guttman general” se puede visualizar que dio como resultado 0,979 el cual se considera excelente según la valoración de Chávez-Mendoza y Rodríguez-Miranda (2018).

Anexo N° 12: Resultados de fiabilidad: Coeficiente de alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento.

Tabla 14

Alfa de Cronbach general si se elimina algún elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1-En tu centro Laboral incentivan tu autoestima	70,73	403,041	,811	,979
2-La empresa te plantea objetivos en corto en corto Plazo	70,90	401,570	,852	,978
3-Usted cumple con los objetivos planteados	70,86	399,631	,830	,979
4-La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral.	70,84	402,598	,827	,979
5-En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño	70,84	396,946	,863	,978
6-En su centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos.	70,89	401,407	,839	,978
7-Se practican los valores en el momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente.	70,89	402,798	,818	,979
8-La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores	70,89	400,566	,824	,979
9-La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar	70,80	402,017	,804	,979
10-Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio	70,91	397,732	,863	,978
11-Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente	70,69	403,987	,826	,979
12-La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe las llamadas	70,71	400,613	,823	,979
13-La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada	70,84	396,801	,866	,978
14-En su centro Laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento.	70,91	398,630	,853	,978
15-Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente	70,84	400,018	,832	,979
16-La empresa tiene comprensión con sus clientes	70,84	400,946	,828	,979
17-Usted es Paciente con todos los clientes en el momento de la atención	70,76	399,665	,860	,978
18-La organización de su empresa te familiariza con el producto y servicio que brindas como trabajador	70,89	402,161	,841	,978
19-Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden	70,83	405,390	,814	,979
20-Tiene credibilidad prestando servicios.	70,73	407,679	,752	,979

Fuente: SPSS versión 25

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 14, el coeficiente de “Alfa de Cronbach general si se elimina un elemento” si eliminamos cualquier pregunta nuestro Alfa de Cronbach general de 0,980 bajaría entre 0,001 y 0,002 por lo tanto no se recomienda eliminar ninguna pregunta.

Anexo N° 13: Cálculo de la muestra

Formula: De muestra conociendo el tamaño de la población

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n: es igual al tamaño de la muestra

N: es igual al tamaño de la población.

Z: es igual al valor de la distribución normal estandarizado que corresponde al nivel de confianza (1.96)

E: es igual al máximo error permisible (5% = 0.05)

p: es igual a la proporción de la población que tiene la propiedad que nos interesa medir. (50% = 0.50)

q: es igual a la proporción de la población que no tiene la propiedad que nos interesa medir. (50% = 0.50)

$$70 = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 86}{0.05^2 * (86 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

Anexo N° 14: Base de datos

SUJETO	Variable Independiente: Coaching										Variable Dependiente: Atención									
	D 1	D 1	D 1	D 1	D 2	D 2	D 2	D 3	D 3	D3	D4	D4	D4	D5	D5	D5	D5	D6	D6	D6
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	0	P1	P1	P1	P1	P1	P1	P1	P1	P1	P2
1	3	4	5	3	4	4	5	5	3	3	4	5	4	4	5	3	4	3	3	5
2	1	2	1	3	3	2	1	2	3	2	3	3	2	1	3	3	3	2	2	2
3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5
6	3	3	1	1	2	3	3	1	3	2	3	1	1	3	2	1	1	2	1	2
7	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
8	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
9	5	3	5	5	5	4	3	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	3	5	3
10	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1
11	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
12	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4
13	3	3	4	3	3	5	3	4	4	3	3	5	3	4	5	5	3	3	5	4
14	3	2	2	1	1	1	1	3	1	2	3	3	1	1	2	1	1	1	3	3
15	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4
16	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5
17	3	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
18	2	3	1	3	1	1	2	3	3	3	1	3	2	1	2	1	2	1	1	1
19	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
20	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
21	5	3	5	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4	3	3	5	4	5	4	3
22	3	2	3	1	1	2	3	1	3	1	1	3	3	2	1	1	2	2	2	2
23	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
25	4	3	4	3	3	5	5	3	3	3	4	3	5	5	5	3	5	4	4	3
26	1	1	1	3	2	2	2	3	1	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	3
27	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5
28	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
29	4	4	4	5	4	3	3	5	3	5	5	5	4	5	4	3	5	3	4	4
30	2	2	1	3	3	1	3	1	1	2	2	3	1	1	1	1	3	2	3	3
31	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4
32	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
33	5	4	5	5	3	4	5	3	3	3	5	4	4	3	3	5	4	4	4	3
34	2	2	3	2	3	1	1	2	2	1	3	2	1	2	3	1	3	3	2	3
35	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
36	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
37	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	5	3
38	2	3	3	1	1	3	2	3	3	1	1	1	1	2	1	3	1	3	3	1

39	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
40	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
41	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	4	5	3
42	3	1	3	2	2	3	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	1	1	2	3
43	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
44	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
45	5	3	4	3	5	4	4	3	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	3	4
46	3	1	2	2	2	2	3	1	3	2	3	2	1	3	2	3	1	2	3	3
47	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
48	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4
49	5	4	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	5	5	3	4	5	3	3	5
50	1	1	2	2	1	2	3	1	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2
51	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
52	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
53	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3
54	1	3	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	2	3	2	1	3	3
55	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
56	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
57	4	5	3	3	5	5	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5
58	2	2	1	2	3	2	3	3	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	3
59	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5
60	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
61	5	3	3	3	4	3	3	4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	4	5	5
62	2	3	2	2	2	1	1	2	2	1	3	3	3	1	1	3	3	3	2	1
63	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
64	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
65	4	3	3	3	5	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	5	3	4	5	5
66	3	1	2	3	1	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	3
67	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
68	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
69	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	5	4	3	5	3	4	4	3	4	5
70	1	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	3	2	1	2	3	2	1	3

Anexo N° 15: Resultados descriptivos ítem por ítem

Tabla 15

Estadísticos descriptivos para la pregunta 1: En tu centro Laboral incentivan tu autoestima

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	4,6	7,1	7,1
	Casi Nunca	6	5,5	8,6	15,7
	A veces	10	9,2	14,3	30,0
	Casi Siempre	24	22,0	34,3	64,3
	Siempre	25	22,9	35,7	100,0
	Total		70	64,2	100,0
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 15 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 1: En tu centro Laboral incentivan tu autoestima”, 5 encuestados indicaron que nunca, 6 casi nunca, 10 a veces, 24 casi siempre, 25 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 4.6%, 5.5%, 9.2%, 22%, y 22.9% respectivamente.

Tabla 16

Estadísticos descriptivos para la pregunta 2: La empresa te plantea objetivos en corto en corto Plazo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	4,6	7,1	7,1
	Casi Nunca	8	7,3	11,4	18,6
	A veces	12	11,0	17,1	35,7
	Casi Siempre	26	23,9	37,1	72,9
	Siempre	19	17,4	27,1	100,0
	Total		70	64,2	100,0
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 16 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 2: La empresa te plantea objetivos en corto en corto Plazo”, 5 encuestados indicaron que nunca, 8 casi nunca, 12 a veces, 26 casi siempre, 19 siempre; por lo tanto, los

resultados mencionados corresponden a 4.6%, 7.3%, 11%, 23.9%, y 17.4% respectivamente.

Tabla 17

Estadísticos descriptivos para la pregunta 3: Usted cumple con los objetivos planteados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	6,4	10,0	10,0
	Casi Nunca	6	5,5	8,6	18,6
	A veces	11	10,1	15,7	34,3
	Casi Siempre	23	21,1	32,9	67,1
	Siempre	23	21,1	32,9	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 17 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 3: Usted cumple con los objetivos planteados”, 7 encuestados indicaron que nunca, 6 casi nunca, 11 a veces, 23 casi siempre, 23 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 6.4%, 5.5%, 10.1%, 21.1%, y 21.1% respectivamente.

Tabla 18

Estadísticos descriptivos para la pregunta 4: La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	3,7	5,7	5,7
	Casi Nunca	9	8,3	12,9	18,6
	A veces	12	11,0	17,1	35,7
	Casi Siempre	23	21,1	32,9	68,6
	Siempre	22	20,2	31,4	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 18 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 4: La empresa te motiva a cumplir tus metas en el aspecto laboral”, 4 encuestados indicaron

que nunca, 9 casi nunca, 12 a veces, 23 casi siempre, 22 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 3.7%, 8.3%, 11%, 21.1%, y 20.2% respectivamente.

Tabla 19

Estadísticos descriptivos para la pregunta 5: En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	6,4	10,0	10,0
	Casi Nunca	7	6,4	10,0	20,0
	A veces	10	9,2	14,3	34,3
	Casi Siempre	21	19,3	30,0	64,3
	Siempre	25	22,9	35,7	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 19 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 5: En tu centro de trabajo refuerzan tus habilidades para un mejor desempeño”, 7 encuestados indicaron que nunca, 7 casi nunca, 10 a veces, 21 casi siempre, 25 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 6.4%, 6.4%, 9.2%, 19.3%, y 22.9% respectivamente.

Tabla 20

Estadísticos descriptivos para la pregunta 6: En su centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	4,6	7,1	7,1
	Casi Nunca	9	8,3	12,9	20,0
	A veces	10	9,2	14,3	34,3
	Casi Siempre	26	23,9	37,1	71,4
	Siempre	20	18,3	28,6	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 20 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 6: En su centro laboral para ascender u obtener mejores puestos de trabajo es importante su experiencia y conocimientos”, 5 encuestados indicaron que nunca, 9 casi nunca, 10 a veces, 26 casi siempre, 20 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 4.6%, 8.3%, 9.2%, 23.9%, y 18.3% respectivamente.

Tabla 21

Estadísticos descriptivos para la pregunta 7: Se practican los valores en el momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	5,5	8,6	8,6
	Casi Nunca	5	4,6	7,1	15,7
	A veces	15	13,8	21,4	37,1
	Casi Siempre	24	22,0	34,3	71,4
	Siempre	20	18,3	28,6	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 21 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 7: Se practican los valores en el momento de realizar la llamada de ofrecimiento de servicios al cliente”, 6 encuestados indicaron que nunca, 5 casi nunca, 15 a veces, 24 casi siempre, 20 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 5.5%, 4.6%, 13.8%, 22%, y 18.3% respectivamente.

Tabla 22

Estadísticos descriptivos para la pregunta 8: La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	7,3	11,4	11,4
	Casi Nunca	4	3,7	5,7	17,1
	A veces	11	10,1	15,7	32,9
	Casi Siempre	27	24,8	38,6	71,4
	Siempre	20	18,3	28,6	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 22 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 8: La empresa realiza reuniones para motivar a los trabajadores”, 8 encuestados indicaron que nunca, 4 casi nunca, 11 a veces, 27 casi siempre, 20 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 7.3%, 3.7%, 10.1%, 24.8%, y 18.3% respectivamente.

Tabla 23

Estadísticos descriptivos para la pregunta 9: La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	5,5	8,6	8,6
	Casi Nunca	4	3,7	5,7	14,3
	A veces	17	15,6	24,3	38,6
	Casi Siempre	17	15,6	24,3	62,9
	Siempre	26	23,9	37,1	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 23 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 9: La empresa le permite ser líder en el área a desempeñar”, 6 encuestados indicaron que nunca, 4 casi nunca, 17 a veces, 17 casi siempre, 26 siempre; por lo tanto, los

resultados mencionados corresponden a 5.5%, 3.7%, 15.6%, 15.6%, y 23.9% respectivamente.

Tabla

24

Estadísticos descriptivos para la pregunta 10: Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	6,4	10,0	10,0
	Casi Nunca	8	7,3	11,4	21,4
	A veces	9	8,3	12,9	34,3
	Casi Siempre	25	22,9	35,7	70,0
	Siempre	21	19,3	30,0	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 24 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 10: Realizan capacitaciones constantes con la finalidad de ofrecer un mejor servicio”, 7 encuestados indicaron que nunca, 8 casi nunca, 9 a veces, 25 casi siempre, 21 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 6.4%, 7.3%, 8.3%, 22.9%, y 19.3% respectivamente.

Tabla 25

Estadísticos descriptivos para la pregunta 11: Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	3,7	5,7	5,7
	Casi Nunca	5	4,6	7,1	12,9
	A veces	13	11,9	18,6	31,4
	Casi Siempre	22	20,2	31,4	62,9
	Siempre	26	23,9	37,1	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 25 “: Estadísticos descriptivos para la pregunta 11: Usted está dispuesto a orientar en todo momento al cliente”, 4 encuestados indicaron que nunca, 5 casi nunca, 13 a veces, 22 casi siempre, 26 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 3.7%, 4.6%, 11.9%, 20.2%, y 23.9% respectivamente.

Tabla 26

Estadísticos descriptivos para la pregunta 12: La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe las llamadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	5,5	8,6	8,6
	Casi Nunca	5	4,6	7,1	15,7
	A veces	11	10,1	15,7	31,4
	Casi Siempre	20	18,3	28,6	60,0
	Siempre	28	25,7	40,0	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 26 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 12: La empresa lo apoya para que disponga de tiempo de orientación hacia el cliente cuando realiza y recibe las llamadas”, 6 encuestados indicaron que nunca, 5 casi nunca, 11 a veces, 20 casi siempre, 28 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 5.5%, 4.6%, 10.1%, 18.3%, y 25.7% respectivamente.

Tabla 27

Estadísticos descriptivos para la pregunta 13: La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	7,3	11,4	11,4
	Casi Nunca	5	4,6	7,1	18,6
	A veces	10	9,2	14,3	32,9
	Casi Siempre	23	21,1	32,9	65,7
	Siempre	24	22,0	34,3	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 27 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 13: La empresa le facilita para que disponga de voluntad de apoyo hacia el cliente en el momento de una llamada”, 8 encuestados indicaron que nunca, 5 casi nunca, 10 a veces, 23 casi siempre, 24 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 7.3%, 4.6%, 9.2%, 21.1%, y 22.0% respectivamente.

Tabla 28

Estadísticos descriptivos para la pregunta 14: En su centro Laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	7,3	11,4	11,4
	Casi Nunca	5	4,6	7,1	18,6
	A veces	11	10,1	15,7	34,3
	Casi Siempre	26	23,9	37,1	71,4
	Siempre	20	18,3	28,6	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 28 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 14: En su centro Laboral diseñan estrategias de atención personalizada para brindar mejor servicio en todo momento.”, 8 encuestados indicaron que nunca, 5 casi nunca, 11 a

veces, 26 casi siempre, 20 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 7.3%, 4.6%, 10.1%, 23.9%, y 18.3% respectivamente.

Tabla 29

Estadísticos descriptivos para la pregunta 15: Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	4,6	7,1	7,1
	Casi Nunca	10	9,2	14,3	21,4
	A veces	9	8,3	12,9	34,3
	Casi Siempre	22	20,2	31,4	65,7
	Siempre	24	22,0	34,3	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 29 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 15: Se comunica con cortesía en el momento de hablar con el cliente”, 5 encuestados indicaron que nunca, 10 casi nunca, 9 a veces, 22 casi siempre, 24 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 4.6%, 9.2%, 8.3%, 20.2%, y 22% respectivamente.

Tabla 30

Estadísticos descriptivos para la pregunta 16: La empresa tiene comprensión con sus clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	6,4	10,0	10,0
	Casi Nunca	4	3,7	5,7	15,7
	A veces	13	11,9	18,6	34,3
	Casi Siempre	24	22,0	34,3	68,6
	Siempre	22	20,2	31,4	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 30 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 16: La empresa tiene comprensión con sus clientes”, 7 encuestados indicaron que nunca, 4 casi nunca, 13 a veces, 24 casi siempre, 22 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 6.4%, 3.7%, 11.9%, 22.0%, y 20.2% respectivamente.

Tabla 31

Estadísticos descriptivos para la pregunta 17: Usted es Paciente con todos los clientes en el momento de la atención

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	5,5	8,6	8,6
	Casi Nunca	6	5,5	8,6	17,1
	A veces	8	7,3	11,4	28,6
	Casi Siempre	26	23,9	37,1	65,7
	Siempre	24	22,0	34,3	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 31 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 17: Usted es Paciente con todos los clientes en el momento de la atención”, 6 encuestados indicaron que nunca, 6 casi nunca, 8 a veces, 26 casi siempre, 24 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 5.5%, 5.5%, 7.3%, 23.9%, y 22% respectivamente.

Tabla 32

Estadísticos descriptivos para la pregunta 18: La organización de su empresa te familiariza con el producto y servicio que brindas como trabajador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	4,6	7,1	7,1
	Casi Nunca	8	7,3	11,4	18,6
	A veces	11	10,1	15,7	34,3
	Casi Siempre	27	24,8	38,6	72,9
	Siempre	19	17,4	27,1	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 32 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 18: La organización de su empresa te familiariza con el producto y servicio que brindas como trabajador”, 5 encuestados indicaron que nunca, 8 casi nunca, 11 a veces, 27 casi siempre, 19 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 4.6%, 7.3%, 10.1%, 24.8%, y 17.4% respectivamente.

Tabla 33

Estadísticos descriptivos para la pregunta 19: Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	3,7	5,7	5,7
	Casi Nunca	8	7,3	11,4	17,1
	A veces	9	8,3	12,9	30,0
	Casi Siempre	31	28,4	44,3	74,3
	Siempre	18	16,5	25,7	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 33 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 19: Deriva al área correspondiente cuando recibe llamadas de clientes por servicios que a usted no le corresponden”, 4 encuestados indicaron que nunca, 8 casi nunca, 9 a veces, 31 casi siempre, 18 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 3.7%, 7.3%, 8.3%, 28.4%, y 16.5% respectivamente.

Tabla 34

Estadísticos descriptivos para la pregunta 20: Tiene credibilidad prestando servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	3,7	5,7	5,7
	Casi Nunca	4	3,7	5,7	11,4
	A veces	17	15,6	24,3	35,7
	Casi Siempre	20	18,3	28,6	64,3
	Siempre	25	22,9	35,7	100,0
	Total	70	64,2	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,8		
Total		109	100,0		

Fuente: SPSS versión 25

Según se observa en la tabla 34 “Estadísticos descriptivos para la pregunta 20: Tiene credibilidad prestando servicios”, 4 encuestados indicaron que nunca, 4 casi nunca, 17 a veces, 20 casi siempre, 25 siempre; por lo tanto, los resultados mencionados corresponden a 3.7%, 3.7%, 15.6%, 18.3%, y 22.9% respectivamente.

Anexo N° 17: Diapositivas de defensa de tesis



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

EL COACHING Y LA ATENCIÓN DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA DYNAMICALL S.A.,
INDEPENDENCIA, 2020.

TESS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORES:
Fernández Rivas, Jesús Alberto Ernesto (0000-0002-3253-4688)
Huayhua Rojas, Bertha (0000-0001-6803-5488)

ASESOR
Mgtr. Fernández Beckaya, Víctor Hugo (0000-0002-2484-6477)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA - PERU
2020

REALIDAD PROBLEMÁTICA

La realidad problemática de esta investigación se enfocó en las organizaciones que requieren de métodos y estrategias para afrontar a sus competidores y para ello se basa en el mayor rendimiento de sus colaboradores para hacer frente a los servicios y/o productos que demande sus potenciales clientes con una atención eficiente y de calidad mediante el coaching, específicamente en el rubro de call center.



PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS
GENERAL	GENERAL	GENERAL
¿Qué relación existe entre el coaching y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020?	Determinar la relación entre el Coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020.	Existe relación entre el coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020.
ESPECIFICOS	ESPECIFICOS	ESPECIFICOS
1) ¿Qué relación existe entre el desarrollo personal y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020?	1) Determinar la relación entre el desarrollo personal y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020.	1) Existe relación entre el desarrollo personal y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020.
2) ¿Qué relación existe entre el desarrollo de potencialidades y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020?	2) Determinar la relación entre el desarrollo de potencialidades y con la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020.	2) Existe relación entre el desarrollo de potencialidades y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020.
3) ¿Qué relación existe entre el entrenamiento y atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020?	3) Determinar la relación entre el entrenamiento y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020.	3) Existe relación entre el entrenamiento y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamicall S.A., dentro de independencia, año 2020.

Principales Antecedentes

INTERNACIONAL

- **Vargas (2017)**, investigó sobre la "El coaching en el empoderamiento de los colaboradores de la carrocería patricio cepeda cía. Itda. del cantón Ambato, provincia de Tungurahua " en Ecuador.
- Grado 6 de lib. /Chi cuadrado real =80.601 /Chi cuadrado teórico =12,59 /sig= 0,05

NACIONAL

- **Chávez (2018)**, determinó "El coaching y su relación con la motivación laboral de la empresa Enel, Barranca, 2018 " en el departamento de Lima.
- Rho=0.690; sig.=0.015.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

El presente estudio se realizó en el distrito de Independencia, la población se conformó por 86 colaboradores en el Área de Operaciones de la organización Dynamical S.A.

Se consideró como unidad de análisis al conjunto total de 70 colaboradores del Área de Operaciones de la empresa Dynamical S.A.

MUESTRA

MUESTREO

Muestreo probabilístico

PRUEBA DE NORMALIDAD

Pruebas de normalidad

	V1 Coaching	V2 Atención
N	70	70
Parámetros normales		
Media	3,79	3,84
Desviación Típica	1,141	1,125
Máximas diferencias extremas		
Absoluto	,317	,298
Positivo	,198	,178
Negativo	-,317	-,298
Estadístico de prueba	,317	,298
Sig. asintótica(bilateral)	,000 ^a	,000 ^a

Fuente: Software estadístico SPSS 23

Regla de decisión

Si el valor de Sig < 0,05, datos no son normales

Si el valor de Sig > 0,05, datos son normales

Por lo tanto cuenta con características No Normales, el cual se procede para poder realizar RHO Spearman

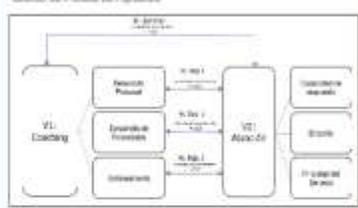
Prueba de Hipótesis

Tabla 15. Prueba de hipótesis: uso de estadísticas

	V1 Coaching	V1 Atención	V2 Atención	V2 Atención	V1 Atención
U1 Coaching	Coaching se controla	300	300	300	300
	No se controla	70	70	70	70
	N	370	370	370	370
U2 Atención	Coaching se controla	300	300	300	300
	No se controla	70	70	70	70
	N	370	370	370	370
U3 Atención	Coaching se controla	300	300	300	300
	No se controla	70	70	70	70
	N	370	370	370	370
U4 Atención	Coaching se controla	300	300	300	300
	No se controla	70	70	70	70
	N	370	370	370	370

Fuente: SPSS versión 23

Diagrama de Prueba de Hipótesis



Fuente: El autor

Valor de t	Significado	Valor de t	Significado
< -2	Coeficiente negativo grande y probable	2	Coeficiente positivo
-1,96 a -0,99	Coeficiente negativo moderado	1,96 a 0,99	Coeficiente positivo moderado
-0,7 a -0,49	Coeficiente negativo débil	0,49 a 0,7	Coeficiente positivo débil
-0,3 a -0,49	Coeficiente negativo muy débil	0,3 a 0,49	Coeficiente positivo muy débil
-0,2 a -0,3	Coeficiente negativo casi nulo	0,2 a 0,3	Coeficiente positivo casi nulo
0,00 a 0,19	Coeficiente negativo casi nulo	0,19 a 0,00	Coeficiente positivo casi nulo

Fuente: Martínez y Gempay (2019)

Estadísticos descriptivos generales

	N	Media	Desv. Est.	Desv. Típ.	Min.	Max.	Suma	Desv. Est.	Desv. Típ.
1. Nivel de satisfacción general	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
2. Nivel de satisfacción con el servicio	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
3. Nivel de satisfacción con el personal	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
4. Nivel de satisfacción con el ambiente de trabajo	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
5. Nivel de satisfacción con el proceso de trabajo	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
6. Nivel de satisfacción con el equipo de trabajo	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
7. Nivel de satisfacción con el liderazgo	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
8. Nivel de satisfacción con el clima organizacional	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
9. Nivel de satisfacción con el sistema de trabajo	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
10. Nivel de satisfacción con el entorno de trabajo	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
11. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
12. Nivel de satisfacción con el proceso de venta	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
13. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al proveedor	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
14. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al socio	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
15. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
16. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
17. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
18. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
19. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
20. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
21. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
22. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
23. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
24. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
25. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
26. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
27. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
28. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
29. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
30. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500
31. Nivel de satisfacción con el proceso de atención al cliente	70	4,0	0,5	0,5	3,000	5,000	280,000	0,500	0,500

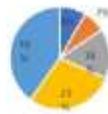
Fuente: SPSS versión 23

Estadísticos descriptivos ítem por ítem

Tabla 26

Estadísticos descriptivos para pregunta 12: La empresa le apoya para que disponga de tiempo de atención hacia el cliente cuando realiza y recibe las llamadas

Ítem	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	Siempre	5	10	10	10
	Frecuente	5	10	10	20
	A veces	11	22	22	42
	Casi siempre	20	40	40	82
	Nunca	20	40	40	100
No sé	Siempre	0	0	0	0
	Nunca	0	0	0	0
Total	50	100	100		

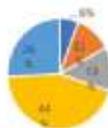


Siempre: Siempre
 Frecuente: Casi siempre
 A veces: A veces
 Casi siempre: Casi nunca
 Nunca: Nunca

Tabla 31

Estadísticos descriptivos para pregunta 13: Deixa al área correspondiente cuando recibir llamadas de clientes por servicio que a ellos no le corresponden

Ítem	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sí	Siempre	4	8	8	8
	Frecuente	4	8	8	16
	A veces	9	18	18	34
	Casi siempre	20	40	40	74
	Nunca	20	40	40	100
No sé	Siempre	0	0	0	0
	Nunca	0	0	0	0
Total	50	100	100		



Fuente: SPSS versión 25

Principales Discusiones

Con los Antecedentes

Año	Título	Metodología	Muestra	Autores	País de Origen	Contexto
Chavez (2018)	El coaching aplicado en la industria laboral de la empresa del sector de servicios	Coaching	70	Chavez	Chile	Industria de servicios
Valde (2018)	El coaching aplicado en el desarrollo de competencias en los colaboradores de la empresa Textil Oscar San Juan de Miraflores	Coaching	170	Valde	Perú	Industria textil
Moreno (2017)	El coaching aplicado en el desarrollo de competencias en el personal de la Empresa Textil Oscar, 2017	Coaching	100	Moreno	Perú	Industria textil

Con los Autores

Año	Título	Metodología	Instrumento	Grado de Correlación	Grado de Correlación
Reyes y Rivera (2015)	Prácticas de coaching	Coaching	Desarrollo personal	0,21	1 = Nunca
			Desarrollo de competencias	0,63	2 = Casi Nunca
			Desarrollo de competencias	0,71	3 = A veces
Palma Carroza García (2015)	Intervención de coaching	Coaching	Desarrollo de competencias	0,36	4 = Casi Siempre
			Desarrollo de competencias	0,87	5 = Siempre

Conclusiones

- Existe relación entre coaching y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamical S.A., dentro de independencia, año 2020, el mismo que fue validado a través de la prueba de Rho de Spearman (significación estadística bilateral = 0,000; grado de correlación = 0,863).
- Existe relación entre el desarrollo personal y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamical S.A., dentro de independencia, año 2020, el mismo que fue validado a través de la prueba de Rho de Spearman (significación estadística bilateral = 0,000; grado de correlación = 0,816).
- Existe relación entre el desarrollo de potencialidades y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamical S.A., dentro de independencia, año 2020, el mismo que fue validado a través de la prueba de Rho de Spearman (significación estadística bilateral = 0,000; grado de correlación = 0,825).
- Existe relación entre el entrenamiento y la atención de los trabajadores de la empresa Dynamical S.A., dentro de independencia, año 2020, el mismo que fue validado a través de la prueba de Rho de Spearman (significación estadística bilateral = 0,000; grado de correlación = 0,742).

Recomendaciones

Se recomienda a la compañía en donde se realizó esta investigación, reforzar la aplicación del Coaching a todos sus trabajadores con más frecuencia, ya que el mismo presentado logró demostrar que existe una alta relación entre el coaching y la atención.

A compañías del mismo rubro, se recomienda también reforzar el coaching en sus trabajadores, ya que esta investigación se observó los resultados que han sido dados a través de la prueba de Rho de Spearman, cuyos resultados de esta prueba estadística pueden ser inferenciados, es decir, pueden ser aplicados en otros contextos; entonces, si es que presentasen realidades problemáticas similares o superiores, estos casos podrán ser solucionados con esta propuesta.

Otros estudiantes de postgrado y pregrado e investigadores del campo de gestión de organizaciones, se les hace disponible la información resultada en esta investigación, implementando prácticas resultantes, recopilación de teorías, y finalmente modelos metodológicos utilizados, con la finalidad que puedan ser utilizados con fines académicos. Por último, se recomienda el análisis de las variables empleadas con el propósito de complementar el estudio.