



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE MARKETING Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS

NEGOCIACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN EL CALL CENTER EN
LA EMPRESA SERVICIOS, COBRANZAS E INVERSIONES –
CERCADO DE LIMA 2014

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

AUTOR:

JOSE FELIX MIRANDA YLLESCAS

ASESOR:

DRA. MADELAINE BERNARDO SANTIAGO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING

LIMA – PERÚ

2014

JURADO

Presidente : Dra. Miriam Napaico Artega
Secretario : Mg. Anibal Zavaleta Dávila
Vocal : Dra. Madelaine Bernardo Santiago

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a tres personas muy especiales que siempre me acompañan y que me enseñan desde siempre a luchar por alcanzar mis metas: mis padres; y a mi hijo Adrián quien llena mi vida de alegría y porque cada día me motiva a seguir superándome.

Agradecimiento

A Dios por bendecir mi vida con una familia hermosa, con salud y por darme la oportunidad de estudiar para alegría de todos los míos.

A la Universidad César Vallejo que me ha permitido seguir los estudios universitarios y hoy veo cristalizado esta meta profesional tan importante para mí.

A todos mis maestros que me formaron en las aulas universitarias, quienes con su paciencia, dedicación y sabiduría supieron volcar sus conocimientos en mí para que ahora sea una buena profesional.

A mi asesora Dra. Madelaine Bernardo Santiago, por quien siento gran admiración y respeto, gracias por haber guiado esta investigación y haber inculcado en mí el espíritu investigador.

A mi familia y amigos que me han ayudado en todo momento a culminar y ser una profesional.

Declaración Jurada de Autenticidad

Yo, JOSÉ FÉLIX MIRANDA YLLESCAS, estudiante de Marketing y Dirección de Empresas de la Escuela de SUBE de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI No. 41547942 con la tesis titulada “NEGOCIACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN EL CALL CENTER EN LA EMPRESA SERVICIOS, COBRANZAS E INVERSIONES – CERCADO DE LIMA 2014”, declaro bajo juramento que:

La tesis es de mi autoría

He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada en su totalidad o parcialmente.

La tesis no ha sido auto plagiado; es decir no ha sido publicada y presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional. Los datos presentados en los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse falta grave (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo trabajo de investigación propio lo que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (presentar falsamente las idea de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 28 de agosto del 2014

.....
Jose Felix Miranda Yllescas
DNI No. 41547942

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Pongo a su disposición la tesis titulada “NEGOCIACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN EL CALL CENTER EN LA EMPRESA SERVICIOS, COBRANZAS E INVERSIONES – CERCADO DE LIMA 2014”.

En cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos para optar el título de Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas de la Universidad “Cesar Vallejo”.

El documento consta de siete capítulos: Capítulo I: Introducción, Capítulo II: Marco metodológico, Capítulo III: Resultados, Capítulo IV: Discusión, Capítulo V: Conclusiones, Capítulo VI: Sugerencias, finalmente el Capítulo VII: Referencias y anexos.

En busca que esta tesis se ajuste a las exigencias establecidas con todo trabajo científico, esperamos sus sugerencias para mejorar la calidad de nuestro trabajo.

Atentamente

El autor

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen

Abstract

I. INTRODUCCIÓN	13
Antecedentes	15
Fundamentación científica	20
Fundamentación Técnica	36
Justificación	38
1.1 Problema	40
Formulación del problema	41
1.2 Objetivos	42
Objetivo General	42
Objetivos específicos	42
II. MARCO METODOLÓGICO	44
2.1. Variables	44
2.2. Definición operacional de las variables	44
2.3. Metodología	45
2.4. Tipo de estudio	45
2.5. Diseño	45
2.6. Población y muestra	46
2.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	46
2.8. Métodos de análisis de datos	47
III. RESULTADOS	51
IV. DISCUSIÓN	61
V. CONCLUSIONES	66
VI. RECOMENDACIONES	68
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
Anexos:	
Matriz de consistencia	
Encuesta	
Juicio de Expertos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Definición operacional de la variable Negociación	44
Tabla 2: Confiabilidad Alfa de Cronbach ítem-total. Prueba piloto	49
Tabla 3: Medida de la frecuencia por niveles de la variable negociación	53
Tabla 4: Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión interdependencia	54
Tabla 5: Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión Percepción	55
Tabla 6: Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión conflictos	56
Tabla 7: Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión comunicación	57
Tabla 8: Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión poder de negociación	58
Tabla 9: Medidas de frecuencia por niveles de la dimensión relaciones	59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Esquema de la investigación descriptiva	45
Figura 2: Medidas de frecuencia de la variable negociación de los trabajadores	53
Figura 3: Medidas de frecuencia de la dimensión interdependencia	54
Figura 4: Medidas de frecuencia de la dimensión percepción	55
Figura 5: Medidas de frecuencia de la dimensión conflictos	56
Figura 6: Medidas de frecuencia de la dimensión comunicación	57
Figura 7: Medidas de frecuencia de la dimensión poder de negociación	58
Figura 8: Medidas de frecuencia de la dimensión relaciones	59

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la negociación de los trabajadores en el Call Center en la empresa Servicios, Cobranzas e Inversiones en el Cercado de Lima - 2014.

La investigación se desarrolló bajo un diseño descriptivo, no experimental, transversal con enfoque cuantitativo con una muestra de 60 trabajadores de la empresa Servicios, Cobranzas e Inversiones en el Cercado de Lima - 2014. Para mejorar la información requerida, previamente se validaron los instrumentos y se demostró la validez y confiabilidad, mediante la técnica de opinión de expertos y alfa de Cronbach; el instrumento fue de encuesta graduado en escala Likert para la variable.

En la presente investigación se arribó a la conclusión que la negociación de los trabajadores desde su percepción o experiencia de trabajo con respecto a los productos bancarios de clientes, en el call center de la empresa de Servicios, Cobranzas e Inversiones de Lima, se encuentra en el nivel medio.

Palabras claves: Negociación.

Abstract

The main purpose of this investigation is to establish the negotiation process for the Call Center workers in the "Servicios, Cobranzas e Inversiones" company located in "Cercado de Lima - 2014"

The investigation was developed under a descriptive, non-experimental and transversal model with a quantitative perspective, using a sample number of 60 workers from the "Servicios, Cobranzas e Inversiones" company in "Cercado de Lima - 2014". For improving the information required, the instruments were validated previously and, the validity and reliability were demonstrated through an expert opinion technique and the Cronback alpha. The instrument for the survey was graduated in the Likert scale for the variable.

This investigation came to conclusion that the negotiation process used by the workers from their perspective and job experience is at a medium level referring to the bank products for the clients in the call center.

Keywords: Negotiation