



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS - MBA**

El coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de
Lima Norte 2019

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Br. José Luis Israel Castro Velásquez (ORCID: 0000-0001-8019-3196)

ASESOR:

Mg. Oscar Guillermo Chicchon Mendoza (ORCID: 0000-0001-6215-7028)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos Y Herramientas Gerenciales.

Lima – Perú

2020

Dedicatoria:

A mis hijos.

A mi adorable esposa.

A los vendedores nobles del mundo

Agradecimiento:

A Dios.

A mis profesores y asesores

A mis colegas y amigos que hicieron de esta praxis académica una extraordinaria manera de vivir

A las adversidades de la vida que me permiten bregar cada día en la búsqueda de nuevos paradigmas.

Al maravilloso arte ciencia de las ventas.

A todas las personas que de una u otra manera estuvieron vinculadas a este objetivo académico.

PÁGINA DEL JURADO



DICTAMEN DE LA SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL / LA BACHILLER (ES): **JOSÉ LUIS ISRAEL CASTRO VELÁSQUEZ**

Para obtener el Grado Académico de *Maestro en Administración de Negocios - MBA*, ha sustentado la tesis titulada:

EL COACHING Y EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES EN UNA DISTRIBUIDORA DE LIBROS DE LIMA NORTE 2019

Fecha: 21 de enero de 2020

Hora: 9:30 a.m.

JURADOS:

PRESIDENTE: Dr. Arturo Eduardo Melgar Begazo

Firma: 

SECRETARIO: Dr. Segundo Perez Saavedra

Firma: 

VOCAL: Mg. Oscar Guillermo Chicchon Mendoza

Firma: 

El Jurado evaluador emitió el dictamen de:

Aprobado por mayoría

Habiendo encontrado las siguientes observaciones en la defensa de la tesis:

.....
.....
.....
.....

Recomendaciones sobre el documento de la tesis:

Revisar estilo APA

.....
.....
.....

Nota: El tesista tiene un plazo máximo de seis meses, contabilizados desde el día siguiente a la sustentación, para presentar la tesis habiendo incorporado las recomendaciones formuladas por el jurado evaluador.

Declaratoria de autenticidad

Yo, José Luis Israel Castro Velásquez estudiante de la Escuela de Posgrado, del programa de Maestría en Administración de Negocios, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima Norte; presento mi trabajo académico titulado: El Coaching y el Desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima Norte 2019 en 50 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Administración de Negocios que es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima 4 de Enero de 2020

Br. José Luis Israel Castro Velásquez
Dni. 25537272

Índice

| | Pág. |
|---|-------------|
| Carátula | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Página del jurado | iv |
| Declaratoria de autenticidad | v |
| Índice | vi |
| Índice de tablas | viii |
| Índice de figuras | viii |
| Resumen | ix |
| Abstract | x |
| I. Introducción | 1 |
| II. Método | 13 |
| 2.1. Tipo y diseño de investigación | 13 |
| 2.2. Operacionalización de variables | 13 |
| 2.3. Población, muestra y muestreo | 16 |
| 2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad | 16 |
| 2.5. Procedimiento | 16 |
| 2.6. Métodos de análisis de datos | 17 |
| 2.7. Aspectos éticos | 17 |
| III. Resultados | 18 |
| IV. Discusión | 24 |
| V. Conclusiones | 27 |
| VI. Recomendaciones | 28 |

| | |
|---|----|
| Referencias | 29 |
| Anexos | 32 |
| Anexo 1: Matriz de consistencia | 33 |
| Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos | 35 |
| Anexo 3: Certificados de validación de los instrumentos | 38 |
| Anexo 4: Prueba de confiabilidad de los instrumentos | 56 |
| Anexo 5: Datos de las encuestas en el SPSS | 57 |
| Anexo 6: Autorización para investigación | 60 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Operacionalizacion de la variable coaching | 15 |
| Tabla 2: Operacionalizacion de la variable desempeño de vendedores. | 15 |
| Tabla 3: Frecuencias respecto a la variable coaching. | 18 |
| Tabla 4: Frecuencias respecto a la variable desempeño de los vendedores. | 19 |
| Tabla 5: Correlación entre las variables coaching y desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019. | 20 |
| Tabla 6: Correlación entre la dimensión motivación de la variable coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019. | 21 |
| Tabla 7: Correlación entre la dimensión liderazgo de la variable coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019. | 22 |
| Tabla 8: Correlación entre la dimensión inteligencia emocional de la variable coaching y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019. | 23 |

Índice de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 variable coaching | 18 |
| Figura 2 variable desempeño de vendedores | 19 |

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo identificar si existe relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019. Se utilizó un diseño de investigación no experimental de corte transversal y de tipo correlacional. La muestra estuvo conformada por 52 vendedores. Se aplicó un cuestionario debidamente validado por juicio de expertos con una confiabilidad de un alfa de crombach de 0.900. Los resultados que se obtuvieron indicaron la existencia de una relación entre el coaching y el desempeño laboral con un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.410 con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$), concluyéndose en la existencia de una relación directa y significativa entre el coaching y el desempeño de vendedores en la muestra analizada.

Palabras claves: coaching, desempeño, vendedores.

Abstract

The purpose of this research was to identify if there is a relationship between coaching and the performance of sellers in a distributor of books in Lima Lima 2019. A non-experimental design of cross-sectional and correlational type was used. The sample consisted of 52 vendors. A questionnaire duly validated by expert judgment was applied with a reliability of a Crombach alpha of 0.900. The results obtained indicated the existence of a relationship between coaching and work performance with a correlation coefficient of Rho Spearman equal to 0.410 with a level of significance less than 0.05 ($p < 0.05$), concluding in the existence of a relationship Direct and significant between coaching and vendor performance in the sample analyzed.

Keywords: coaching, performance, vendors.

I. Introducción

Vivimos tiempos, cada vez más dinámicos; esto reafirma lo que sostenía Heráclito (540-480 a.C.) cuando manifestaba que lo único constante es el cambio. En este contexto se desenvuelve la competencia comercial entre las potencias económicas como por ejemplo la de Estados Unidos y China que se enfrentan por mantener sus posicionamientos en el mercado mundial a través de sus innumerables empresas buscando vender sus múltiples productos.

Mantenerse en el mercado mundial es sumamente complejo, es por ello relevante desarrollar en los departamentos de ventas o comercialización estrategias, programas y procedimientos tal como sostienen (Hughes, Mckee y Singler, 2004, pp.130-137). Dentro de las empresas de magnitud trasnacional como Coca Cola, Walmart, Dominos, in N-Out; también se presentan situaciones que van a colocar su acceso al mercado ante posturas reticentes.

A decir de Kotler y Armstrong (2013) son los vendedores, de todos los niveles que dentro de una estrategia comercial establecen la primera línea de acción directa que vincula a los clientes con las empresas (pp. 393-403). Sin embargo, cada día es más complejo seleccionar vendedores cuyos desempeños les permitan interactuar y captar adecuada y oportunamente las necesidades de los clientes como de sus empresas. Esta problemática también se presenta en el Perú; la misma que se reflejaría en las empresas que al primer trimestre del 2018 suman un total de 2'332,218 según el INEI- Perú.

La percepción que tienen los vendedores de sí mismos, su actitud, tolerancia y empatía son elementos que van a definir gran parte del desempeño de su función. Artal (2009) sostiene que los vendedores deberían percibir el importante rol que realizan en los objetivos de las empresas el cual debe pasar de ser un vendedor práctico y creativo a convertirse en un vendedor profesional y científico (p.70). Percepciones y actitudes que van a depender también de la emocionalidad que se genera y se practica en el proceso de las ventas como sostiene Braidot (2015 p, 22) en la cual el cerebro juega un rol preponderante. En el acontecer empresarial se dan múltiples situaciones que requieren de herramientas que den soluciones a estos casos, una de ellas es el coaching.

Goldsmith, Lyons y Freas (2001) afirman que el proceso del coaching va a influir en el pensamiento y el comportamiento de el o los ejecutivos (p. 5). Las empresas de Lima Norte no son ajenas a esta realidad problemática en la cual se eleva la rotación de vendedores o jefes de ventas. Este tipo de personal de ventas al no encontrarse

debidamente identificado y capacitado en la captación y sostenimiento de cartera de cualquier empresa no se desempeñaría eficientemente cayendo en desmedro los propósitos organizacionales y económicos de las empresas. Al respecto Gil (2018 p, 25) afirma que los equipos funcionan como un sistema y que el coaching de equipos se centra en cohesionarlo y alinearlos hacia sus metas. En la distribuidora de libros materia de esta investigación se presentan estos indicadores como la rotación de los vendedores, debilidad para interactuar, incierto compromiso o endeble claridad del rol que desempeñan los vendedores dentro de la estructura organizacional, inadecuada comunicación intrínseca y extrínseca todo ello menoscabando la funcionalidad y los resultados de la fuerza de ventas y de la empresa en general. No gestionar adecuadamente este comportamiento organizacional, planteando el uso de herramientas como el coaching no solo no potenciaría la gestión planificada ergo podría seguir generando una baja productividad con las consecuencias económicas y sociales en las empresas como la distribuidora de libros de Lima Norte; motivo de la presente investigación. Razón por la que se propuso la siguiente incógnita. ¿Existe relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima Norte 2019?

En el proceso de esta investigación se consideraron trabajos previos como artículos e investigaciones científicas que guardan relación con el presente estudio. Dentro de las investigaciones internacionales tenemos a Buitrago (2019) quien en su estudio a la empresa Asesorar Ltda. De Bucaramanga Santander, Colombia; buscó un plan de mejora para la mencionada empresa. El presente estudio se llevó a cabo a través de la aplicación de un método de investigación mixto tomando datos cuantitativos y cualitativos, el estudio estuvo basado en entrevistas estructuradas y revisión documental en la cual determino lo favorable de su fortaleza interna con una ponderación de 2.15 y una ponderación de 1.06 en sus debilidades. Respecto a sus factores externos se obtuvo un valor ponderado de 2.51 evidenciando un factor externo favorable considerando más aun el valor ponderado de amenazas de 0.72. Luego del análisis respectivo relacionado a Coaching, Liderazgo, Desarrollo de Competencias Directivas y Estrategias de Marketing esta investigación concluyo en la peyorativa necesidad de implementar un plan táctico y estratégico en las mejoras de todas las variables analizadas contando con una mejor espalda tecnológica.

Seguidamente se tiene la investigación de Parada (2018) quien se dispuso proponer estrategias gerenciales para el reconocimiento del desempeño laboral en

docentes del Municipio San Cristóbal Tachira Venezuela, desarrollando una investigación basada en enunciados teóricos, bajo un diseño de propuesta con un modelo de proyecto factible. En esta investigación logro distinguir dentro de las formas de reconocimiento que el 56 % de docentes nunca percibieron algún tipo de motivación el 28 % en algunas ocasiones solo el 17 % manifestó el haberlo recibido, en relación a la recepción de estímulos 58% nunca lo recibieron 28% algunas veces y 15% asintieron positivamente otro dato relevante fue que el 70% nunca recibió un reconocimiento, 19 % algunas veces y un 11 % dijo que si había recibido algún reconocimiento. Finalmente concluyó que el desempeño laboral va a depender de un adecuado liderazgo, motivación y reconocimiento, resultando un mejor desempeño laboral ante el reconocimiento de sus acciones laborales.

Por otro lado Barahona y Calderón (2017) buscaron determinar la actitud que asumen los vendedores ante la tecnología y su relación con su desempeño. Con una muestra de 232 vendedores de diferentes sectores pertenecientes a 105 empresas situadas en Caldas y un radio de acción a nivel nacional con un muestreo no probabilístico y de conveniencia. Se utilizó el método de obtención de información con una encuesta personal y un cuestionario cerrado. Encontrando los coeficientes (beta 0.766) referente a la percepción del vendedor en cuanto a la utilidad de la tecnología También validaron con (beta 0.145) la percepción del vendedor respecto a la facilidad de uso de la tecnología arrojando que influye de forma positiva en su actitud. De otro lado encontraron el coeficiente (beta 0.272) referente a la utilidad percibida, la misma que no guarda relación directa frente a la actitud del uso de la tecnología. De igual manera en lo que concierne a la relación directa entre la actitud hacia el uso de la tecnología y el desempeño de las ventas no se encontró evidencia (beta -0.129). Finalmente concluyeron que los procesos de automatización deberían estar apoyados por estrategias que permitan una favorable percepción; y que sean diseñados para un uso fácil y práctico debiendo emprender programas de capacitación en los planes de automatización con absoluta atención a la forma en que se implementen los cambios.

También es relevante la investigación de Rivero (2015) en su investigación que tuvo como propósito buscar y constatar la funcionalidad de la herramienta del coaching para aplicarla como estrategia motivacional. La investigación de enfoque cualitativo interpretativo de tipo fenomenológica con un diseño de campo la desarrolló en un centro educativo inicial de Carabobo - Venezuela; aplicando entrevistas semiestructuradas las mismas que luego de categorizarse respectivamente, concluyeron en la proposición de

la utilidad del coaching como herramienta de efectos motivadores para el mejor desempeño laboral.

Entre tanto Kuster y Pascual (2014) en su artículo de investigación sobre el desarrollo profesional de los vendedores a través del coaching; buscaron crear un modelo para aumentar la motivación en los ejecutivos a través de esta importante herramienta. En función a una bibliografía afín en la que resalta la teoría de las expectativas y variables como la confianza, la retroalimentación y los roles; plantearon un modelo teórico para instaurar el coaching como herramienta que influye en la motivación de los directivos como de los vendedores generando una retroalimentación que permite cumplir con las metas planteadas.

De otro lado entre las investigaciones a nivel nacional destacan; Troncos (2018) en su investigación realizada en la empresa APG Global SAC, en la que buscó explicar la influencia del uso del coaching para la obtención de una mejor productividad. La muestra estuvo conformada por 25 trabajadores, realizando una investigación de tipo aplicada con enfoque cuantitativo. Aplicando una escala de apreciación corroboró que luego de aplicar la herramienta del coaching se detectó una influencia positiva en los colaboradores subiendo la productividad laboral el nivel alto de un 4% a un 48%, el nivel regular de un 80% a un 48 % reduciéndose el nivel bajo de un 16 % a un 4 %; se logró demostrar una diferencia significativa luego de la aplicación de la herramienta con un nivel de significancia menor a 0.05.

Por su parte Cossío (2018) indagó la relación del Desempeño laboral y el clima organizacional en la Empresa de Transportes Internacional Palomino SAC. Desarrollando una investigación de tipo básico, con un diseño descriptivo, correlacional, transaccional no experimental, la muestra fue de 111 trabajadores, utilizando cuestionarios de desempeño laboral de Adriana Beatriz Roca y clima organizacional del Ministerio de Salud 2009. Evidenció la existencia de una correlación con un coeficiente 0.210 entre el clima organizacional y el desempeño laboral, entre cultura organizacional y desempeño laboral 0.232 en Diseño Organizacional y desempeño laboral 0.021 es decir aquí no existió correlación y muy débil en potencial humano y desempeño laboral en la que se halló un coeficiente de Rho. De Spearman de 0,111.

A continuación se muestra la investigación para Maestría de Díaz (2017) la misma que buscó establecer la relación entre el coaching y la gestión del talento humano en una universidad privada de Lima, esta investigación fue de tipo básica con un enfoque cuantitativo de diseño no experimental y transversal. La muestra estuvo conformada por

115 trabajadores. Se utilizó prueba de hipótesis chi cuadrado. Obteniendo como resultados que el 58.3 % de trabajadores consideraron que el coaching desarrollado por su centro laboral es de un nivel medio, el 22.6 % de un nivel bajo y el 19.1 % un nivel alto. También se halló que el coaching influye en un 66.5 % en las capacitaciones.

Otra investigación es la que se plasma en el artículo científico de Apaza (2017) en la cual se propuso establecer la relación entre los factores motivacionales y el desempeño laboral de los trabajadores del municipio distrital de San Jerónimo de Andahuaylas. La muestra estuvo conformada por 35 trabajadores; se ejecutó una investigación cuantitativa de tipo básico descriptiva y de diseño no experimental, los instrumentos utilizados fueron una encuesta y un cuestionario, luego del análisis estadístico respectivo se estableció que existe una correlación significativa entre los factores motivacionales y el desempeño laboral con un coeficiente de correlación de 0.603 mostrando ser un correlación directa y significativa. Adicionalmente se encontró que el 42.9 % opinó que la jefatura muestra capacidad de liderazgo, el 40 % opinó que existe colaboración entre los trabajadores y el 57.1% opino que los factores motivacionales son favorables y significativos.

Es relevante también la investigación realizada por Blas (2019) en la que buscó determinar la relación entre la cultura organizacional y equipos de alto desempeño en ventas en compañías de seguro y bancos de Trujillo, la muestra estuvo conformada por 31 vendedores desarrollándose una investigación descriptivo correlacional de enfoque cuantitativo, los instrumentos que se utilizaron fueron dos cuestionarios debidamente validados. Se encontró un coeficiente de correlación de $P= 0.752$ mostrando una relación directa y significativa entre la cultura organizacional y los equipos de alto desempeño en ventas, también se logró identificar los niveles de la cultura organizacional 77.42% y equipos de alto desempeño en ventas 87.10 % en los bancos y compañías de seguro.

Respecto a las bases teóricas en que se fundamentó esta investigación se detallan a continuación definiciones y conceptos de las variables como de sus dimensiones, así como términos que subyacen en el entorno del presente estudio. Whitmore (2013) Afirma que el coaching viene a ser el proceso que se plasma cuando se toma conciencia de los sucesos o acontecimientos no por transmisión directa o señalización de un coach. Más bien cuando la persona se da cuenta o ubica por sí misma un acontecimiento. (p.19) Y sobre todo centrándose en las posibilidades futuras y no en los errores del pasado. Entonces se estará ejecutando el coaching. Y es que cuando las personas o grupos de trabajo conformantes de cualquier organización empresarial identifiquen sus debilidades

pondrán en práctica el desarrollo sus fortalezas. Munford (2009 p.10-16) manifiesta que el Coaching es, un proceso de acompañamiento enfocado al cambio, donde el Coach facilita al coachee en su propio proceso de autodesarrollo, aportando confianza y motivación para culminar con éxito el proceso de desarrollo personal. Es por lo tanto una competencia que ayuda a pensar diferente, que permite tomar acción efectiva y con responsabilidad hacia los objetivos, mientras crece la imagen que tiene la persona de sí misma, mejorando las comunicaciones y profundizando las relaciones. Este tipo de herramientas van a ayudar encontrar puntos de equilibrio en la tasa de rotación de personal. Werther, W. y Davis, K. (2008 p. 273) sostienen que es una constante la elevada alta de rotación de trabajadores en las empresas, motivo por el cual ocupan un valioso rol las capacitaciones como la aplicación de adecuadas herramientas.

Otra postura es la de Catalao y Penim(2015) quienes sostienen que el coaching consiste en un proceso de co-creacion de nuevas posibilidades en una dinámica de autoconciencia ,autonomía , autoestima, reflexión y definición de objetivos a través de un conjunto de herramientas para el desarrollo individual y profesional. (p.5). Adicionalmente en el marco del coaching se van a encontrar conceptos o definiciones que están en función a donde se dirija la aplicación de este proceso pudiendo ser personal de equipos de trabajo o para ejecutivos en busca de resultados. Goldsmith, Lyons y Freas (2001p.9) afirman que el coaching de equipos cuyos fundamentos estén basados en la confianza y la motivación van ayudar a establecer una red de negocios funcional en los cuales predominaría el entusiasmo negándole cabida alguna al fracaso. En relación al coaching estratégico para ejecutivos sostienen que los resultados van a generar empleados y clientes con mayores niveles de satisfacción (p.29) generándose una mayor y mejor ventaja competitiva.

No cabe duda que dentro de todos los expertos en coaching a nivel mundial es relevante el aporte que entrega la constante practica de John Whitmore, su experticia basada teóricamente en análisis filosóficos y psicológicos con el soporte de diversas posturas científicas desde Tim Gallwey hasta Daniel Goleman le ha permitido dimensionar la variable coaching, como sigue a continuación. La primera dimensión es la Motivación. Whitmore (2013 p.135) afirma que la motivación reside en el interior de cada persona siendo el optimismo psicológico fundamental en este proceso, el mismo que laboralmente no solo permite satisfacer las necesidades de las personas si no también fusionar a las comunidades laborales. Bitel y Ramsey (1997p.762) consideran a la motivación dentro de dos enfoques que se interrelacionan la primera llamada de

contenido, que agrupa características que van a servir para vigorizar o activar es decir estimular a la persona y la segunda llamada de proceso que busca explicar la forma como la persona decide tomar una conducta.

Robbins (1999) define a la motivación como la voluntad de ejecutar esfuerzos buscando hallar metas organizacionales siendo concurrentes con las necesidades personales o grupales. (p.168). Es importante también anotar la postura de David Fishman quien define a la motivación desde dos ángulos diferentes, Es decir plantea motivadores intrínsecos que son la autonomía, la competencia, la relación, la novedad, el aprendizaje o crecimiento y la trascendencia. Por otro lado signa a los motivadores extrínsecos como el reconocimiento, el deseo de ganar, los incentivos los bonos o el castigo Fishman,D.(2014 p. 99-173) indudablemente esta postura deja abierta las posibilidades de realizar conjeturas humanistas relacionadas con el comportamiento humano.

Otra dimensión es el Liderazgo, Whitmore (2013 p.211) señala al liderazgo como un gran reto que necesita cultivarse paulatinamente considerando que los líderes del futuro desarrollaran sus actividades sin imponerlas. Un mejor estilo de liderazgo va a determinar un mejor rendimiento laboral ayudando a que el o los conformantes refuercen su autoestima dado que todo esto se desenvuelve en contextos externos y cambiantes. Robbins y Coulter (2010 p.370) definen al liderazgo como el proceso de guiar e influir a un grupo con el fin de que logren sus metas. También definen como líder aquella persona que puede influir a los demás poseyendo autoridad innata.

Newstrom (2007) sostiene que el liderazgo es un proceso que al influir y apoyar a un grupo se logrará que este labore con entusiasmo. Por lo tanto, el liderazgo es un catalizador que va a transformar el potencial de su grupo en acciones concretas. El liderazgo debería identificar, canalizar, desarrollar y potenciar al grupo de cualquier organización (p. 159). Así mismo afirma que para un líder su principal papel es influir en su grupo para que busquen voluntariamente los objetivos organizacionales. Adicionalmente a lo expuesto es conveniente considerar la postura de Blanchard (2016, p. 11) quien rebaza los conceptos del liderazgo como una influencia sobre los pensamientos y las acciones de los demás para un logro determinado por un concepto más integrado en el que se debe buscar un propósito más alto cuyo objetivo busque el desarrollo de las empresas como el desarrollo de las personas.

La tercera dimensión es la Inteligencia Emocional **Whitmore** (2013) Describe a la Inteligencia emocional como la inteligencia interpersonal en la que se desarrollan habilidades sociales. Siendo un prerequisite indispensable para desarrollar el coaching

(p.239). Además, afirma que para lograr el éxito en el centro laboral es relevante la inteligencia emocional porque esta dobla en importancia a la agudeza mental. Conclusión a la que llegó Daniel Goleman en 1995. Refiere de igual manera la relevancia de los aportes de Carl Rogers y Abraham Maslow por sus posturas dentro de la psicología humanista en la que se da un gran valor a la autoconciencia y las emociones.

Usualmente hablar de inteligencia emocional nos remite a Daniel Goleman sin embargo es menester considerar que este reconocido investigador no deja de reconocer a Eileen Rockefeller Growald respecto a la alfabetización emocional y a Peter Salovey con el concepto de inteligencia emocional. Por su lado Goleman (2000) establece que la inteligencia emocional significa una expresión científica de las emociones (p.20). Todo ello a través de la arquitectura emocional del cerebro interviniendo factores neurológicos, mediante la cual se van a manifestar la capacidad intrapersonal e interpersonal como la manifestación de habilidades sociales y emocionales que permitan un equilibrio emocional a efectos de un adecuado desarrollo.

De otro lado Catalao y Penim (2015, p.195) Afirman la influencia significativa que tiene la inteligencia emocional en el proceso del coaching dado que permite un mejor desarrollo y comportamiento humano. Reafirmando lo planteado por (Goleman, 2010, p.253) en el sentido de que la inteligencia emocional es la capacidad de identificar los sentimientos propios y de otras personas para una mejora motivacional así como del comportamiento para con los demás. También reafirman lo dicho por Mayer y Salovey ; cuando al referirse a la inteligencia emocional la definen como la capacidad de expresar y percibir las emociones asimilándolas y razonándolas para saber manejarlas con los demás y con uno mismo.

El Desempeño de vendedores es otra variable que se desenvuelve en procesos que se establecen en escenarios muy heterogéneos. Hair, Anderson, Mehta y Babin (2010 p. 423) indican que el desempeño de los vendedores llamado también desempeño de la fuerza de ventas es aquel proceso sistemático en la que se establece un comportamiento laboral que busca los objetivos de ventas de la empresa. De este desempeño depende el éxito de la organización en ventas por cuanto el personal de ventas es el encargado de generar las relaciones con los clientes, dentro de un marco ético y socialmente responsable.

Se tiene también la posición de (Hughes, Mckee y Singler, 2004p.27) quienes establecen que el desempeño de un vendedor o de un equipo de ventas va a estar signado por responsabilidades como el cumplimiento de objetivos y metas planteadas por la

empresa debiendo demostrar inteligencia técnica y práctica de sus productos reflejando una adecuada personalidad que contenga autodisciplina, autocontrol, asertividad, persuasivo, sociable, creativo, responsable y capacidad de comunicarse eficientemente. Todo ello para vender y mantener registros de información con una correcta administración de territorios y tiempos. Es importante lo sostenido por Chiavenato (2015 p.276) al indicar que el desempeño grupal va a responder a una estructura que modela el comportamiento de sus miembros situación que va a incidir en su accionar. A pesar que cada conformante del grupo desempeña su función estará sujeta a una infinidad de influencias. Afirma a su vez que los equipos de alto desempeño son aquellos que tienen claro quiénes son, donde se ubican, hacia donde se dirigen, como van a llegar a sus objetivos, que necesitan y que reconocimiento desean.

Artal (2015 p. 446) sostiene que la evaluación del comportamiento del vendedor y por lo tanto de la fuerza de ventas, no depende solamente de las ventas o su rentabilidad, afirma la necesidad de considerar la suma de las actuaciones comerciales objetivas y subjetivas para definir la calidad de la fuerza de ventas. Snell y Bohlander (2013 p.344) afirman la relevancia que se debería observar en lo que compete al desempeño laboral, partiendo desde los sistemas de administración del desempeño cuyos procesos tienen injerencia en los resultados así como la retroalimentación continua de desempeño, estableciéndose flujos y reflujos de ideas con gran potencial de mejora.

El desempeño de los vendedores se puede observar o cuantificar desde varios ángulos. Hair, Anderson, Mehta y Babin (2010 p. 423) consideran que la mayoría de las fuerzas de ventas plasman su trabajo en el campo, esto permite a los vendedores tener a la mano información fidedigna de los territorios. Al realizar numerosas actividades se complica la determinación de sus tareas sin embargo la retroalimentación positiva contribuye a precisar las funciones ya que muchos factores ajenos al vendedor influyen en el desempeño de estos o su grupo laboral. Es por ello que sostienen la relevancia de realizar evaluaciones de la fuerza de ventas con el objetivo de mejorar el desempeño de la misma.

Dentro de este contexto se dan tres dimensiones. La primera es La Dimensión de Resultados que es específica y objetiva. Se refiere al número de visitas realizadas, número de ventas cerradas, por cerrar o tal vez prospectar. Todo este proceso en intervalos de tiempo por día, semanal mensual o anual. También se pueden referir a volúmenes de ventas o movimiento de inventarios, pudiéndose comparar con el desempeño de periodos

anteriores o con el desempeño de sus pares del centro laboral. La segunda Dimensión es la de Comportamiento en la que se presentan actividades más subjetivas y menos cuantificables como por ejemplo la inteligencia comercial, la programación de rutas como la atención de territorios la relación con los clientes, el método ,el tiempo de atención ,servicio a los clientes o ideas para nuevos productos .El Desarrollo profesional es la tercera dimensión en las que resaltan las habilidades profesionales de los vendedores en relación a sus productos y a sus clientes. Tener el conocimiento de estrategias de ventas y marketing, bagaje cultural, y comprensión de las políticas organizacionales además de poseer entre sus características personales el buen juicio, entusiasmo, motivación, ambición, estabilidad y apropiada imagen personal.

Respecto a las dimensiones especificadas (Hughes, Mckee y Singler, 2004p.249) aseveran que los resultados medidos y analizados debidamente, basados en su rendimiento y no solo en sus volúmenes van a ser una buena fuente de información del desempeño del vendedor. En relación al comportamiento de los vendedores y apoyándose en investigaciones como las realizadas por Gallup Organization ratifican que los vendedores poseen capacidades y comportamientos entre los que resaltan una motivación intrínseca, disciplina y gran capacidad para erigir relaciones siendo esto un talento primordial para establecer relaciones con los clientes y para trabajar en equipo. Finalmente indican que es necesario mantener criterios puntuales en el análisis del desempeño de los vendedores por cuanto va a estar afectado de procesos que se dan en forma objetiva como el número de visitas y otros subjetivas como las habilidades del vendedor.

Por consiguiente, en función a lo expuesto se formula a través de una pregunta el siguiente problema general: ¿Existe relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019? Seguidamente de la misma forma se plantean los problemas específicos que son: Problema específico 1 ¿Existe relación entre la motivación y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019? Problema específico 2 ¿Existe relación entre el liderazgo y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019? Problema específico 3 ¿Existe relación entre la inteligencia emocional y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019?

Esta investigación se justifica porque se considera un significativo aporte académico dado que a la fecha, los estudios con estas variables son relativamente pocos. Sobre todo las investigaciones que abordan directamente el desempeño de vendedores o fuerza de ventas. Más aún respecto al coaching relacionado con las ventas; tal como sostienen Kuster y Pascual (2014 p.11) en la que afirman la relevancia del coaching como medio para mejorar el desempeño de los vendedores. Es por ello que esta investigación se justifica teóricamente considerando las bases en que se sustenta, como los aportes de Goleman, Maslow o Vronn. Así mismo la herramienta del coaching que hoy tiene un mayor asidero científico al tener el soporte de la biología la psicología y la neurociencia. Situación que le permite a esta herramienta gerencial concretarse efectivamente como una técnica con mayor sostenibilidad y coherencia en su implementación. Adicionándosele de esta manera a la utilización de nuevos modelos de gestión en el desempeño laboral de fuerzas de ventas.

Esta investigación también posee una justificación práctica, porque buscó encontrar soluciones alternativas para un mejor desempeño laboral de la fuerza de ventas de la distribuidora de libros de Lima norte y que permitiría aplicarse en todas las empresas que se desenvuelven con el mismo perfil. Se analizó la problemática generada por la rotación de vendedores y jefes de ventas así como el de su escaso manejo de habilidades sociales e inadecuada comunicación interna y externa en el entorno laboral. Sobre todo la falta de reconocimiento en su rol de vendedores así como la identificación con los objetivos y metas que se trazan para avanzar en el desarrollo empresarial.

Todo lo explicado en esta investigación se sostiene con una debida justificación metodológica. A decir de Tamayo (2012, p.47) la objetividad es un factor fundamental frente a lo que se desea investigar. Por lo mismo que esta investigación se planteó con un enfoque cuantitativo bajo un diseño no experimental permitiendo observar la relación entre el coaching y el desempeño laboral en vendedores sin manipular las variables con un corte transversal buscando su respectiva correlación a efectos de identificar los puntos críticos que permitan mejorar el desempeño de la fuerza de ventas. Y es que el contexto actual se afianza con la modernidad y el avance tecnológico sin embargo va creando vacíos en las interacciones humanas y laborales incidiendo de alguna manera en la productividad de las empresas.

Es por ello que esta investigación se propuso como Objetivo general: Identificar la relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019. Seguidamente de la misma forma se propusieron los objetivos específicos que son: Objetivo específico 1: Identificar la relación entre la motivación y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019. Objetivo específico 2: Identificar la relación entre el liderazgo y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019. Objetivo específico 3: Identificar la relación entre la inteligencia emocional y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019.

A continuación se enuncian las hipótesis de la presente investigación. Como hipótesis general se plantea: Existe relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019. Consecutivamente se propusieron las hipótesis específicas que son: Hipótesis específica 1: Existe relación entre la motivación y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019. Hipótesis específica 2: Existe relación entre el liderazgo y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019. Hipótesis específica 3: Existe relación entre la inteligencia emocional y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019.

II. Método

2.1. Tipo y diseño de investigación

Se utilizó un diseño de investigación no experimental porque permitió observar la influencia o relación sin necesidad de manipular las variables de estudio. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.152).

El diseño que se utilizó fue de corte transversal ya que la recolección de datos se ejecutó en un solo punto del tiempo (Hernández et.al.2014, p.154).

La investigación fue de tipo correlacional porque permitió analizar la vinculación entre el coaching y el desempeño de vendedores (Hernández,2014, p.93).

La investigación fue descriptiva porque se pudo ubicar las características y perfiles de la muestra que se investigó (Hernández, 2014, p.92).

2.2. Operacionalización de variables

Variable 1: Coaching

Definición conceptual:

Whitmore (2013) Afirma que el coaching viene a ser el proceso que se plasma cuando se toma conciencia de los sucesos o acontecimientos no por transmisión directa o señalización de un coach. Más bien cuando la persona se da cuenta o ubica por sí misma un acontecimiento. (p.19)

Definición Operacional:

En la presente investigación la variable coaching se estudió a través de tres dimensiones y cuatro indicadores por cada dimensión. Es decir, la dimensión motivación con los siguientes indicadores: autoestima autorreconocimiento, autorrealización y autonomía. La segunda dimensión; Liderazgo con los indicadores empatía, tolerancia, magnánimo, resilente. Finalmente, la dimensión inteligencia emocional cuyos indicadores fueron la capacidad interpersonal, la capacidad intrapersonal, el manejo de emociones y la actitud para aprender. En base a este procedimiento se construyó el instrumento de recolección de datos con la consiguiente distribución de ítems. Motivación (1,2,3,4,5,6,7,8), Liderazgo

(9,10,11,12,13,14,15,16,17), Inteligencia Emocional (18,19,20,21,22). Así mismo se utilizó una escala nominal.

Variable 2: Desempeño de vendedores

Definición conceptual:

Hair, Anderson, Mehta y Babin (2010 p. 423) indican que el desempeño de los vendedores llamado también desempeño de la fuerza de ventas es aquel proceso sistemático en la que se establece un comportamiento laboral que busca los objetivos de ventas de la empresa. De este desempeño depende el éxito de la organización en ventas por cuanto el personal de ventas es el encargado de generar las relaciones con los clientes, dentro de un marco ético y socialmente responsable.

Definición Operacional:

En la presente investigación la variable desempeño de vendedores se estudió a través de tres dimensiones y cuatro indicadores por cada dimensión. Como a continuación se especifican; la dimensión resultados con los siguientes indicadores: volumen de ventas, atención a clientes, rentabilidad y frecuencia de visitas. La segunda dimensión; comportamiento con los siguientes indicadores; adecuado manejo del sistema laboral, relaciones con los clientes, seguimiento de cartera, pericia en ventas, Finalmente la dimensión desarrollo profesional cuyos indicadores son: las habilidades de comunicación, entusiasmo, conocimientos profesionales y técnicas de ventas. En base a este procedimiento se construyó el instrumento de recolección de datos con la consiguiente distribución de ítems. Resultados (23,24,25,26,27,28), Comportamiento (29,30,31,32) , Desarrollo profesional (33,34,35,36). También se utilizó una escala nominal.

Operacionalización de las variables:

Variable 1: Coaching

Tabla 1: Operacionalización de la variable coaching

Fuente: Elaboración propia

| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEM | ESCALA NOMINAL | NIVELES Y RANGOS |
|-----------|-------------------------------|--|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Coaching | Motivación | -Autoestima -Autorreconocimiento -Autorrealización -Autonomía. | 1,2,3,4, 5,6,7,8. | 1 – Nunca 2- Casi Nunca | Bajo: 22 -51 |
| | Liderazgo | -Empatía -Tolerancia -Magnánimo -Resiliente | 9,10,11,12, 13,14,15,16,17. | 3 - A Veces 4- Casi Siempre | Medio: 52 -81 Alto: 82 -110 |
| | Inteligencia Emocional | -Capacidad Interpersonal -Capacidad Intrapersonal -Manejo de emociones -Actitud para aprender | 18,19,20, 21,22. | 5- Siempre | |

Variable 2: Desempeño de los vendedores

Tabla 2: Operacionalización de la variable desempeño de vendedores.

Fuente: Elaboración propia

| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEM | ESCALA NOMINAL | NIVELES Y RANGOS |
|-----------------------------|-------------------------------|--|------------------------|--|---------------------------------|
| Desempeño de los Vendedores | Resultados | -Volumen de ventas -Atención a clientes -Rentabilidad -Frecuencia de visitas | 23,24,25, 26,27,28. | 1 – Nunca 2- Casi Nunca | Bajo: 14 - 32 Medio: 33 - 52 |
| | Comportamiento | -Adecuado manejo del sistema laboral. -Relaciones con los clientes -Seguimiento de cartera -Pericia en ventas | 29,30,31,32. | 3 - A Veces 4- Casi Siempre 5- Siempre | Alto: 52 - 70 |
| | Desarrollo Profesional | -Habilidades de Comunicación. -Entusiasmo -Conocimiento profesional -Técnicas de ventas. | 33,34,35,36. | | |

2.3. Población, muestra y muestreo

Tamayo (2012 p. 180) sostiene que población viene a ser la totalidad de conformantes o unidades de análisis con determinadas características vinculados a un estudio o investigación. Y por otro lado Molina (2012 p. 61) manifiesta que cuando en la investigación se toma la totalidad de la población se está realizando un censo. Es decir se estaría realizando una investigación censal.

La muestra que se estudió fue de tipo censal o también llamada universo tal como afirma Hernández, et.al. (2014 p. 174) y la constituyeron 52 personas que conforman el total de la fuerza de ventas de una distribuidora de libros de Lima Norte 2019.

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

Técnicas: En la presente investigación se utilizó la técnica de recolección por encuesta considerando el total de la población compuesta por 52 personas que conforman el total de la fuerza de ventas de una distribuidora de libros de Lima Norte 2019 con la finalidad de evaluar la vinculación existente entre las variables de esta investigación.

Instrumento: como instrumento se utilizó un cuestionario propuesto y diseñado por el investigador. Tal como sostiene Hernández, et.al. (2014 p. 199) este instrumento va a permitir registrar la información y datos sobre las variables.

Validez: fue validado por un juicio de expertos. Al respecto Hernández, et.al. (2014 p. 204) considera al juicio de expertos como el tipo de procedimiento en la que un instrumento es validado conforme el criterio de académicos calificados el mismo que puede medir las variables vinculadas a la investigación.

Confiabilidad: en la presente investigación se utilizó como procedimiento de confiabilidad el coeficiente alfa de cronbach, en este acápite Hernández, et.al. (2014 p. 208) sostiene que para que un instrumento sea confiable debe producir resultados que tengan coherencia y consistencia.

2.5. Procedimiento

En el desarrollo de la recolección de datos para la presente investigación se buscó en primer lugar la autorización respectiva de la empresa distribuidora, de igual manera se realizaron visitas previas en las que se interactuó con los conformantes de la población, vendedores, a los cuales se les informara sobre la importancia de la investigación, así como la autorización de su participación.

2.6. Método de análisis de datos

Según lo propuesto por Tamayo (2012 p.190) para realizar el análisis de datos previamente se aplicara un cuestionario buscando precisar el objeto de la investigación y reducir el escenario de estudio a cierto número de datos. Los mismos que se procesaran con el software SPSS (Statistical Packageforthe Social Sciences) versión 22. También se realizarán todas las pruebas y los estadísticos que permitan tener la validez y confiabilidad de la prueba para la presente investigación.

2.7. Aspectos éticos

El cuestionario utilizado en esta investigación se expondrá debidamente ante los evaluados explicándoles lo confidencial del proceso de la evaluación, así como su conformidad para ejecutar la evaluación. Tal como afirma Tamayo (2012 p.209) Se cuidará de manejar la relación ética –ciencia dentro de la búsqueda de la verdad, la honestidad, el bienestar a la comunidad y el secreto como la ética profesional.

III. RESULTADOS

Frecuencias y figuras

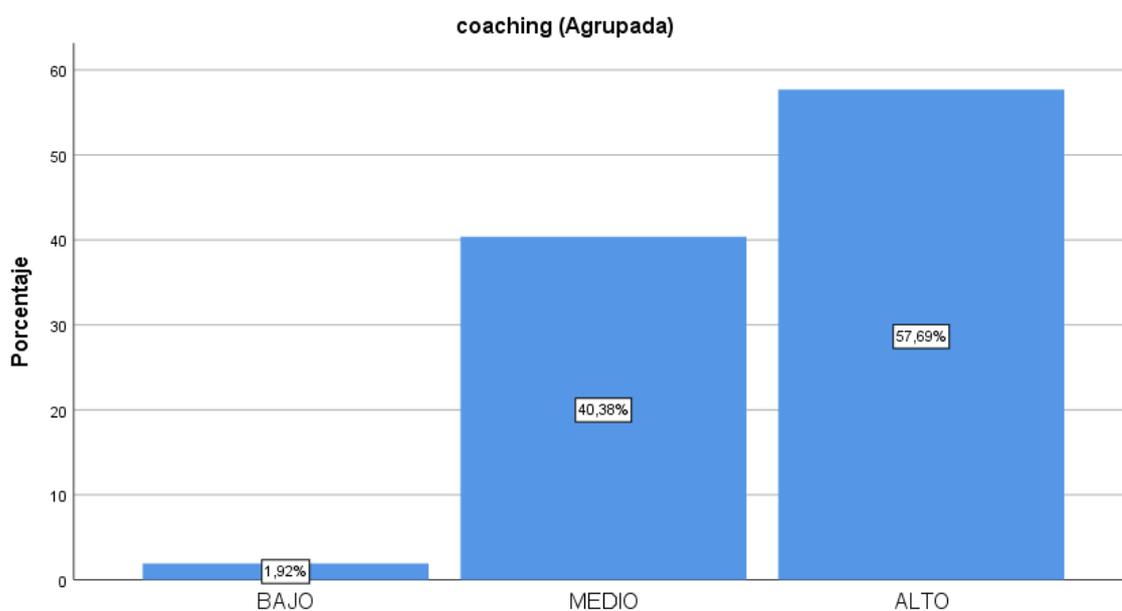
Tabla 3:

Frecuencias respecto a la variable coaching.

| Coaching | | | | | |
|----------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | BAJO | 1 | 1,9 | 1,9 | 1,9 |
| | MEDIO | 21 | 40,4 | 40,4 | 42,3 |
| | ALTO | 30 | 57,7 | 57,7 | 100,0 |
| | Total | 52 | 100,0 | 100,0 | |

En la tabla 3, se puede observar en relación al coaching un nivel alto de 57.7% de los encuestados, mientras que un 40.4% de los encuestados tiene un nivel medio y solo un 1.9% obtuvo un nivel bajo.

Figura 1



En la figura 1 respecto a la variable coaching se observa los niveles alto medio y bajo que se describen en la tabla de frecuencia.

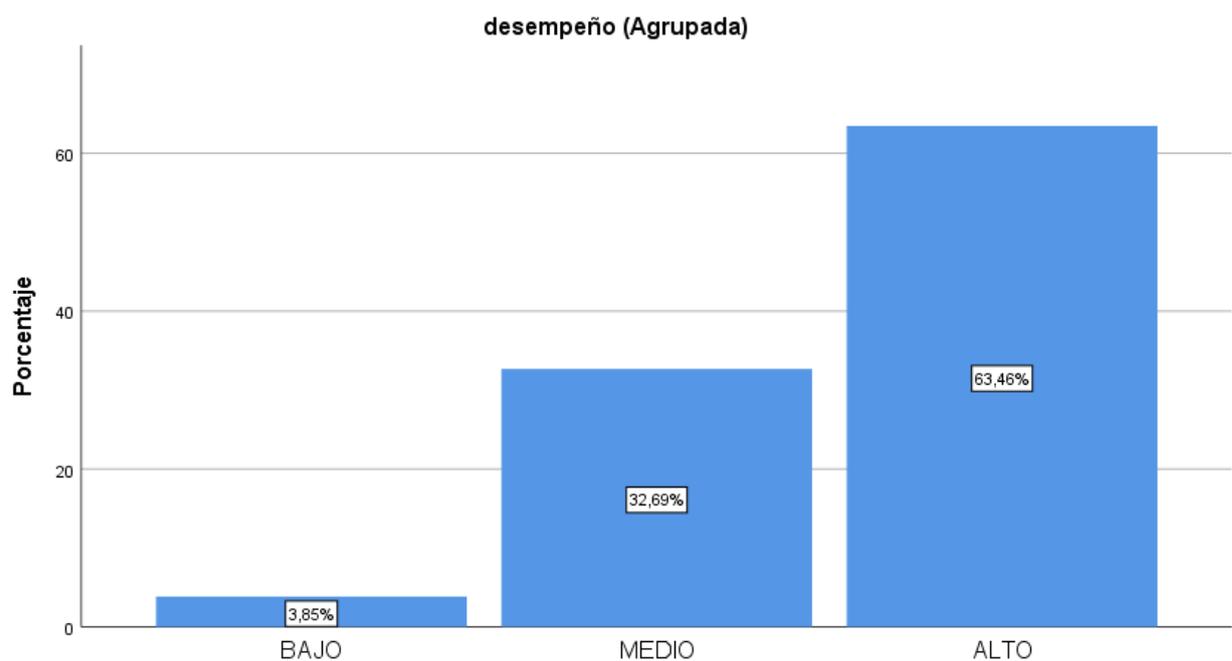
Tabla 4:

Frecuencias respecto a la variable desempeño de los vendedores.

| Desempeño de vendedores | | | | | |
|--------------------------------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | BAJO | 2 | 3,8 | 3,8 | 3,8 |
| | MEDIO | 17 | 32,7 | 32,7 | 36,5 |
| | ALTO | 33 | 63,5 | 63,5 | 100,0 |
| | Total | 52 | 100,0 | 100,0 | |

En la tabla 4, respecto al desempeño de los vendedores se puede observar que el nivel alto está conformado por el 63.5% de los encuestados mientras que un 32.7% de la población encuestada muestra un nivel medio solo un 3.8% manifiesta un nivel bajo.

Figura 2



En la figura 2 respecto a la variable desempeño de vendedores se observa los niveles alto medio y bajo que se describen en la tabla de frecuencia.

Hipótesis general

Ho: No existe relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

Hi: Existe relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

Tabla 5:

Correlación entre las variables coaching y desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

| Correlaciones | | | | |
|----------------------|-------------------------|-----------------------------|----------|-------------------------|
| | | | Coaching | Desempeño de vendedores |
| Rho de Spearman | Coaching | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,410** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,003 |
| | | N | 52 | 52 |
| | Desempeño de vendedores | Coefficiente de correlación | ,410** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,003 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

En la tabla 5, se muestran los resultados del análisis de correlación entre las variables Coaching y Desempeño de vendedores en la que se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.410 implicando una correlación positiva ,con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$) ,es decir existe una relación directa y significativa entre el coaching y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019, por lo que se rechaza la hipótesis nula ,aceptándose por lo tanto la hipótesis afirmativa de la presente investigación.

Hipótesis específica 1

Ho: No existe relación entre la motivación y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

Hi : Existe relación entre la motivación y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

Tabla 6:

Correlación entre la dimensión motivación de la variable coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

| Correlaciones | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------|-----------------------------|
| | | | Motivación | desempeño de los vendedores |
| Rho de Spearman | Motivación | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,380** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,005 |
| | | N | 52 | 52 |
| | Desempeño de los vendedores | Coefficiente de correlación | ,380** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,005 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

En la tabla 6, se muestran los resultados del análisis de correlación entre la dimensión motivación de la variable Coaching y la variable Desempeño de vendedores en la que se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.380 implicando una correlación positiva ,con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$) ,es decir existe una relación directa y significativa entre la dimensión motivación y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019, por lo que se rechaza la hipótesis nula aceptándose la hipótesis afirmativa.

Hipótesis específica 2

Ho: No existe relación entre el liderazgo y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

Hi: Existe relación entre el liderazgo y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

Tabla 7:

Correlación entre la dimensión liderazgo de la variable coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

| Correlaciones | | | | |
|----------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------|------------------------------|
| | | | liderazgo | Desempeño de los vendedores. |
| Rho de Spearman | Liderazgo | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,540** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 52 | 52 |
| | Desempeño de los vendedores. | Coefficiente de correlación | ,540** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

En la tabla 7 , se muestran los resultados del análisis de correlación entre la dimensión liderazgo de la variable Coaching y la variable Desempeño de vendedores en la que se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.540 implicando esto una correlación positiva ,con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$) ,es decir existe una relación directa y muy significativa entre la dimensión liderazgo y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019, aceptándose la hipótesis afirmativa rechazándose la hipótesis nula

Hipótesis específica 3

Ho: No existe relación entre la inteligencia emocional y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

Hi: Existe relación entre la inteligencia emocional y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

Tabla 8 :

Correlación entre la dimensión inteligencia emocional de la variable coaching y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019.

| Correlaciones | | | | |
|----------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------------------|
| | | | Inteligencia emocional | desempeño de los vendedores |
| Rho de Spearman | Inteligencia emocional | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,542** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 52 | 52 |
| | Desempeño de los vendedores | Coefficiente de correlación | ,542** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 52 | 52 |

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

En la tabla 8, se muestran los resultados del análisis de correlación entre la dimensión inteligencia emocional de la variable Coaching y la variable desempeño de vendedores en la que se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.542 implicando por lo tanto una correlación positiva, con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$), es decir existe una relación directa y muy significativa entre la dimensión inteligencia emocional y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019, aceptándose la hipótesis afirmativa y rechazando la hipótesis nula.

IV. Discusión

En relación al objetivo general se halló la existencia de una correlación significativa entre el coaching y el desempeño de los vendedores de una distribuidora de libros de Lima norte ($r = 0.410$ $p < 0.05$), esto se relaciona con lo obtenido por Kuster y Pascual (2014) quienes en su investigación sobre el desempeño profesional de los vendedores desarrollaron un modelo de gestión en ventas usando la herramienta gerencial del coaching. De otro lado se vincula con lo obtenido por Blas (2019) quien encontró un coeficiente de correlación de $P = 0.752$ mostrando una relación directa y significativa entre la cultura organizacional y los equipos de alto desempeño en ventas y es que cuando en la cultura organizacional se abraza posturas de mejora continua que integren una constante retroalimentación basada en la capacitación y desarrollo del talento humano utilizando herramientas gerenciales como el coaching el desempeño en los vendedores mejoraría significativamente.

Al respecto Snell y Bohlander (2013) sostienen que los sistemas de administración de desempeño como la retroalimentación continua de desempeño juegan un rol preponderante en los objetivos de las empresas. Tal como cuando Whitmore (2013) sostiene lo importante que es ver a las personas en términos de su potencial intrínseco y de su humanidad para desarrollar más y mejores capacidades, las mismas que de no identificarse adecuada y oportunamente se desperdiciarían, situación que cambiaría con la implementación del coaching que permitirían por lo tanto un mejor desempeño.

En relación al objetivo específico que propone la relación entre la dimensión motivación de la variable coaching y la variable desempeño de los vendedores se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.380 con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$), encontrándose una relación directa y significativa entre la dimensión motivación y el desempeño de vendedores por lo que se rechazó la hipótesis nula aceptándose la hipótesis afirmativa. Estos resultados coinciden con lo obtenido por Rivero (2015) quien en su investigación cualitativa interpretativa concluyó que el coaching es una herramienta motivacional cuyos efectos generarían un mejor desempeño. También se reafirma esta relación cuando Parada (2018) logra identificar situaciones de motivación y desmotivación, por ejemplo como parte de estos resultados determino que un 56 % nunca percibieron algún tipo de motivación el 28 % en algunas ocasiones solo el 17 % manifestó el haberlo recibido, en relación a la recepción de estímulos 58% nunca

lo recibieron 28% algunas veces y 15% si lo recibieron concluyendo de esta manera que la motivación tiene influencia en el desempeño laboral. Bajo estos criterios se da una línea homogénea que se sintetizan en motivadores extrínsecos e intrínsecos. Fischman, D. (2014) sostiene citando a la consultora Hay Group que los empleados más motivados elevan su productividad. Coincidiendo en este sentido con Whitmore (2013) quien manifiesta que la motivación está en el interior de las personas y en el optimismo de cada ser. En consecuencia, un vendedor o equipo de ventas debería integrarse y motivarse constantemente a través de un pensamiento y dirección optimista y motivadora que los conduzca a un mejor desempeño.

En cuanto a la relación entre la dimensión liderazgo de la variable coaching y el desempeño de los vendedores se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.540 con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$) aceptándose la hipótesis afirmativa rechazándose la hipótesis nula implicando esto la existencia de una relación directa y muy significativa entre la dimensión liderazgo y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019, estos hallazgos concuerdan con la investigación realizada por Apaza (2017) en la que al relacionar los factores motivacionales y el desempeño encontró una correlación de 0.603 es decir una correlación directa y significativa. Entre los factores motivacionales vamos a encontrar al liderazgo que a decir de Newstrom (2007) es un proceso que al influir y apoyar a un grupo logrará que este labore con entusiasmo. Se comprueba de esta manera que el liderazgo es un elemento relevante que transformaría el potencial de un equipo en un mejor desempeño.

Por otro lado, es punto referencial los resultados obtenidos por Troncos (2018) quien luego de aplicar la herramienta del coaching dentro de la cual se direcciona la utilización del liderazgo halló una influencia positiva en los trabajadores perfeccionando su productividad y desempeño. Estos hallazgos confirman lo que concluye Blanchard (2016) cuando sostiene que los líderes cortoplacistas solo tienen un objetivo sesgado y encuadrado mientras que un liderazgo del más alto nivel debería establecerse con una visión de integración. Coincide de esta manera Whitmore (2013) al manifestar que el liderazgo debe cultivarse paulatinamente entendiendo que los líderes deberían desarrollar sus actividades sin imponerlas.

Con respecto al objetivo específico en el cual se planteó la relación entre la dimensión inteligencia emocional de la variable coaching y el desempeño de vendedores en una

distribuidora de libros de Lima norte, 2019. Se encontró un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.542 con un nivel de significancia menor a 0.05, por lo tanto, se halló una relación directa y muy significativa entre la dimensión inteligencia emocional y el desempeño de vendedores rechazando la hipótesis nula y aceptándose la hipótesis afirmativa. Estos niveles de correlación se vinculan con lo establecido por Barahona y Calderón (2017) quienes encontraron coeficientes positivos y significativos (beta 0.766) respecto a actitud para aprender de los vendedores que es una de las características de cómo se manifiesta la inteligencia emocional.

Esta percepción positiva sobre la importancia que tiene en los vendedores el capacitarse y aprender continuamente nuevas herramientas incrementaría indudablemente las posibilidades de un mejor desempeño. Otra investigación que reafirma la implicancia de la inteligencia emocional es la obtenida por Díaz (2017) quien encontró un nivel de influencia del 66.5 % en las capacitaciones en las que se utiliza el coaching como medio para integrar y llegar a los trabajadores. Estas conclusiones se condicen con lo que sostiene Goleman (2010, p.53) al afirmar que al establecerse la conciencia emocional se reconocen las emociones propias y sus efectos, también la autoevaluación como la confianza en uno mismo, razones que permitirían en este caso desarrollar un mejor desempeño. En el caso de los vendedores más aun ya que como afirman Kotler y Armstrong (2013) son la primera línea de acción en el abordaje comercial de las empresas.

V. Conclusiones.

Primera. Existe una relación directa y significativa entre el coaching y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019. En la que se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.410 con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$)

Segunda. Se encontró una relación directa y significativa entre la dimensión motivación y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019. En la que se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.380 con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$)

Tercera. Se halló una relación directa y muy significativa entre la dimensión liderazgo y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019. En la que se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.540 con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$).

Cuarta. Existe una relación directa y muy significativa entre la dimensión inteligencia emocional y el desempeño de vendedores en una distribuidora de libros de Lima norte, 2019. En la que se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho Spearman igual a 0.542 con un nivel de significancia menor a 0.05 ($p < 0.05$).

VI. Recomendaciones.

Primero:

Realizar más investigaciones vinculadas a las variables analizadas dado que son relativamente pocas las investigaciones que se dirigen a los vendedores o la fuerza de ventas de las empresas las mismas que permitirían encontrar derroteros adecuados para mejorar el desempeño de los vendedores.

Segundo:

Implementar en la empresa investigada programas de capacitación en coaching y liderazgo en los cuales la participación se dé en forma integral con el objetivo de establecer una mejor comunicación entre los vendedores y los demás colaboradores.

Tercero:

La práctica del coaching debe implementarse en primer lugar en los cargos jerárquicos de mayor responsabilidad, con la finalidad de poder transmitir y entender el objetivo de esta herramienta.

Cuarto:

Realizar una continua capacitación, así como una constante evaluación de desempeño que traiga consigo elementos de retroalimentación basadas en las experiencias del entorno laboral como del contexto en que se desarrollan.

Referencias

- Artal, M. (2009) *Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores*. España: Esic Editorial.
- Artal, M. (2015) *Dirección de ventas. Organización del departamento de ventas y gestión de vendedores*. España: Esic Editorial.
- Apaza, O. (2017) Factores motivacionales y desempeño laboral en la municipalidad de San Jerónimo Andahuaylas Perú. Volumen 11, número 3, Julio-Setiembre 2017. Recuperado de <http://revistas.unheval.edu.pe/index.php/riv/article/view/120>
- Bittel, L. y Ramsey, J. (1997). *Enciclopedia del Management*. Barcelona: Océano Grupo Editorial S.A.
- Blanchard, K. (2016) *Liderazgo al más alto nivel*. Colombia: Editorial Norma S.A.
- Buitrago, Y. (2017). Estudio de caso de la empresa asesorar Ltda. Del sector software en el departamento de Santander (Tesis de Maestría) Recuperada de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/17747/2019YamidBuitra>
- Blas, M. (2019). *Cultura Organizacional Y Equipos De Alto Desempeño En Ventas En Compañías De Seguros Y Bancos*. Trujillo. 2019. Repositorio Institucional - UCV. Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV>
- Barahona, J. y Calderón, H. (2017). La actitud del vendedor ante las innovaciones tecnológicas y su influencia en su desempeño en las ventas. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.15446/innovar>
- Braidot, N. (2015) *Neuroventas*. Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Cossío, F. (2018). Desempeño Laboral y Clima organizacional de los trabajadores en la empresa de transporte expreso I. Palomino. (Tesis de Maestría) Recuperado de **URI:** <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa>

- Catalao, J. y Penim, A. (2015). *Herramientas de coaching*. Lisboa: Ediciones Técnicas Ltda.
- Chiavenato, I. (2015) . *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones*. México: McGraw-Hill. Interamericana Editores.
- Díaz, G. (2018). Coaching en la gestión del talento humano de una universidad privada de Lima (Tesis de Maestría) Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13901/D%C3%ADaz_PGD.
- Fischman, D. (2014) *Motivación 360. Como incrementarla en la vida y en la empresa*. Perú: Editorial Planeta Perú S.A.
- Goldsmith, M., Lyons, L. y Freas, A. (2001) *Coaching: La última palabra en desarrollo de liderazgo*. México: Pearson Educación
- Goleman, D. (2000). *La Inteligencia Emocional*. Argentina: Javier Vergara Editor.
- Goleman, D. (2010). *La Inteligencia Emocional en la empresa*. Argentina: Ediciones B Argentina S.A.
- Gil, F. (2018) *Coaching de equipos. Desarrollando equipos de alto rendimiento en la empresa*. Perú: Jamming Ediciones.
- Hair, J., Anderson, R., Mehta, R. y Babin, B. (2010). *Administración de ventas, relaciones y sociedades con el cliente*. México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Hughes, D. , Mckee, D. y Singler, CH. (2004) *Administración de ventas; Un enfoque de orientación profesional*. México: International Thomson Editores.
- Hernández, R., Fernandez, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill. Interamericana Editores.
- Instituto Nacional de Estadística (2018) Recuperado de <https://www.inei.gov.pe/prensa/noticias/al-primer-trimestre-de-2018-en->
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*, Mexico :Pearson.
- Molina, H. (2012). *Métodos Estadísticos*. Lima, Perú: Fondo Editorial Universidad Cesar Vallejo.

- Munford, J.(2009).*Coaching para Dummies*.Colombia:Grupo Editorial Norma
- Newstrom, J. (2007). *Comportamiento humano en el trabajo*. México: McGraw-Hill. Interamericana Editores.
- Parada, J. (2018). Estrategias Gerenciales para el Reconocimiento del Desempeño Laboral Docente. *Mundo FESC*, 7(14), 42-56. Recuperado de <http://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/mundofesc/article/view>
- Pascual, J. y Küster , I. (2014). Crecimiento profesional de los mejores vendedores a través del coaching en el entorno de la venta personal. *3c Empresa: Investigación y Pensamiento Crítico*, Recuperado de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2014/02/COACHING-EN-EL-ENTORNO-DE-LA-VENTA->
- Rivero, V. (2015). El coaching como estrategia motivacional para optimizar la satisfacción en el personal docente (Tesis de Maestría). Recuperado de <http://www.mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/2146/1/Vrivero.pdf>
- Robbins, S. (1999). *Comportamiento Organizacional*. México: Prentice Hall
- Robbins, S. y Coulter, M. (2010). *Administración*. Mexico: Prentice Hall.
- Snell,S. y Bohlander,G.(2013). *Administración de recursos humanos*. México: Cengage Learning Editores S.A.
- Tamayo, M. (2012). *El proceso de la investigación científica*. México: Editorial Limusa S.A.
- Troncos, G. (2018). El coaching como herramienta para mejorar la productividad laboral de los colaboradores de la empresa Apg Global SAC (Tesis de Maestría) Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/CV/21375/Troncos_U_UGM.pdf
- Whitmore , J.(2013) *Coaching. El método para mejorar el rendimiento de las personas*. España: Paidós
- Werther, W. y Davis, K. (2008) *Administración de recursos Humanos. El capital humano de las empresas*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Anexos

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: El Coaching y el Desempeño de los vendedores en una Distribuidora de libros de Lima Norte, 2019.

| Problemas | Objetivos | Hipótesis | Variables e Indicadores | | | | |
|---|--|--|--|--------------------------|--------------|---|--|
| <p><u>Problema General</u></p> <p>¿Existe relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019?</p> <p><u>Problemas Específicos</u></p> <p>¿Existe relación entre la motivación y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019?</p> <p>¿Existe relación entre el liderazgo y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019?</p> <p>¿Existe relación entre la inteligencia emocional y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019?</p> | <p><u>Objetivo General.</u></p> <p>Identificar la relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019.</p> <p><u>Objetivos Específicos</u></p> <p>Identificar la relación entre la motivación y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019</p> <p>Identificar la relación entre el liderazgo y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019</p> <p>Identificar la relación entre la inteligencia emocional y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019.</p> | <p><u>Hipótesis General</u></p> <p>Existe relación entre el coaching y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019</p> <p><u>Hipótesis Específicos</u></p> <p>Existe relación entre la motivación y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019. Hipótesis específica.</p> <p>Existe relación entre el liderazgo y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019</p> <p>Existe relación entre la inteligencia emocional y el desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de lima norte 2019.</p> | Variable 1: Coaching. | | | | |
| | | | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de medición | Niveles y Rangos |
| | | | Motivación | Autoestima | Del 01 al 08 | Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1) | Bajo: 22 -51 Medio: 52 -81 Alto: 82 -110 |
| | | | | Autorreconocimiento | | | |
| | | | | Autorrealización | | | |
| | | | | Autonomía | | | |
| | | | Liderazgo | Empatía. | Del 09 al 17 | | |
| | | | | Tolerancia. | | | |
| | | | | Magnánimo. | | | |
| | | | | Resiliente. | | | |
| | | | Inteligencia Emocional | -Capacidad Intrapersonal | Del 18 al 22 | | |
| | | | | Capacidad Intrapersonal | | | |
| | | | | Manejo de emociones | | | |
| | | | | Actitud para aprender | | | |
| | | | Variable 2: Desempeño de los vendedores | | | | |
| Resultados | Volumen de ventas | Del 23 al 28 | | | | | |
| | Atención a clientes | | | | | | |
| | Rentabilidad | | | | | | |
| | Frecuencia de visitas | | | | | | |
| Comportamiento | Adecuado manejo del sistema laboral. | Del 29 al 32 | | | | | |
| | Relaciones con los clientes | | | | | | |
| | Seguimiento de cartera | | | | | | |
| | Pericia en ventas | | | | | | |
| Desarrollo Profesional | Habilidades de Comunicación. | Del 33 al 36 | | | | | |
| | Entusiasmo | | | | | | |
| | Conocimientos profesionales | | | | | | |
| | Técnicas de ventas | | | | | | |

| Nivel - diseño de investigación | Población y muestra | Técnicas e instrumentos | Estadísticas a utilizar |
|--|---------------------------|--|---|
| Nivel: correlacional. Diseño: no experimental. Método: hipotético deductivo. | Población: 52 vendedores. | Variable 1 : coaching. Técnica: encuesta. Instrumento: cuestionario validado por juicios de expertos. | Descriptiva: tablas de frecuencias. Correlacional: Se hicieron cálculos estadísticos para analizar la prueba de las hipótesis en la cual se aplicó el Rho de Spearman. |
| | | Variable 2 : desempeño de vendedores. Técnica: encuesta. Instrumento: cuestionario validado por juicios de expertos. | |

Anexo 2: Instrumento de Recolección de Datos

Estimado colaborador (a), el presente cuestionario solo tiene fines académicos, tiene por objetivo recolectar datos relevantes por ello se pide responder con sinceridad.

Marque usted el numeral que considere de acuerdo a la escala siguiente:

Calificación de valores: 1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi Siempre 5: Siempre

| N° | V1-Dimensión 1: Motivación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Cree Ud. que el coaching ayuda en la autorrealización de los vendedores. | | | | | |
| 2 | Esta Ud. de acuerdo con que la autorrealización genera mejores capacidades para el desempeño de los vendedores. | | | | | |
| 3 | Considera Ud. que un vendedor motivado está en mejores condiciones para alcanzar sus resultados. | | | | | |
| 4 | Considera Ud. que el vendedor debe tener autonomía en la gestión de ventas. | | | | | |
| 5 | Considera que la autonomía es un aspecto que permite al vendedor lograr un mejor desempeño. | | | | | |
| 6 | Esta Ud. de acuerdo que el coaching fomenta en el vendedor mayor autoestima. | | | | | |
| 7 | Considera Ud. que la autoestima contribuye con el desempeño de los vendedores. | | | | | |
| 8 | Cree usted que la motivación mejora la proactividad en la fuerza de ventas. | | | | | |
| | V1-Dimensión 2: Liderazgo | | | | | |
| 9 | Ud. considera que el liderazgo de los vendedores permite alcanzar los objetivos propuestos. | | | | | |
| 10 | Está Ud. de acuerdo en que la empatía permite relacionarse mejor con los clientes. | | | | | |
| 11 | Cree Ud. que el liderazgo se fortalece con la práctica del coaching. | | | | | |
| 12 | Está Ud. de acuerdo en que la tolerancia permite hacer una mejor gestión de ventas. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 13 | Cree Ud. que la tolerancia le permite mejorar la atención a los clientes. | | | | | |
| 14 | Considera a la perseverancia como una capacidad que mejora el desempeño de los vendedores. | | | | | |
| 15 | Asume Ud. una actitud perseverante frente a los clientes. | | | | | |
| 16 | Cree que la capacidad de afrontar la adversidad permite a los vendedores alcanzar las metas propuestas. | | | | | |
| 17 | Considera Ud. que la generosidad posibilita a los vendedores gestionar mejores ventas | | | | | |
| | V1-Dimensión 3: Inteligencia emocional | | | | | |
| 18 | Considera que la capacidad de interactuar con los clientes influye en el cumplimiento de las cuotas de ventas. | | | | | |
| 19 | Considera que las emociones influyen en el desempeño laboral. | | | | | |
| 20 | Asume Ud. que manejar las emociones permite una buena relación con los clientes. | | | | | |
| 21 | Ud. considera que la actitud para aprender influye en el desarrollo profesional. | | | | | |
| 22 | Cree Ud. que la actitud para aprender mejora el desempeño de los vendedores. | | | | | |
| | V2-Dimensión 1: Resultados | | | | | |
| 23 | Considera Ud. que el volumen de ventas mejora con la práctica del coaching. | | | | | |
| 24 | Considera que el desempeño proactivo de los vendedores permite mejores Volúmenes de ventas. | | | | | |
| 25 | Cree Ud. que la atención a los clientes mejora con la práctica del coaching | | | | | |
| 26 | Cree Ud. que se obtiene mayor rentabilidad con el buen desempeño de los vendedores | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 27 | Esta ud de acuerdo que la frecuencia de visitas es reflejo del buen desempeño de los vendedores | | | | | |
| 28 | Considera ud.que la frecuencia de visitas a clientes incrementa el volumen de ventas | | | | | |
| | V2-Dimensión 2: Comportamiento | | | | | |
| 29 | Considera ud que el adecuado comportamiento laboral permite mejorar el desempeño de los vendedores | | | | | |
| 30 | Considera que la buena relación con los clientes permite lograr un desempeño eficaz de los vendedores. | | | | | |
| 31 | Ud. considera que el seguimiento de cartera va a mejorar con el uso del coaching | | | | | |
| 32 | Considera ud. que la pericia del vendedor permite una selectiva cartera de clientes | | | | | |
| | V2-Dimensión 3: Desarrollo profesional | | | | | |
| 33 | Considera que las habilidades de comunicación mejoran con el coaching | | | | | |
| 34 | Ud. asume que el coaching mejora el entusiasmo de la fuerza de ventas | | | | | |
| 35 | El entusiasmo en los vendedores depende de cuan motivados se encuentren | | | | | |
| 36 | Cree Ud. que las técnicas de ventas mejoran el desempeño de los vendedores | | | | | |

Anexo 3: Certificados de validación de los instrumentos

| CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COACHING | | | | | | | | | |
|---|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|--|
| Nº | DIMENSIONES / Items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias | |
| | | Si | No | Si | No | Si | No | | |
| | VI-Dimensión 1: Motivación | | | | | | | | |
| 1 | Cree Ud. que el coaching ayuda en la autorrealización de los vendedores. | / | | / | | / | | | |
| 2 | Esta Ud. de acuerdo con que la autorrealización genera mejores capacidades para el desempeño de los vendedores. | / | | / | | / | | | |
| 3 | Considera Ud. que un vendedor motivado está en mejores condiciones para alcanzar sus resultados. | / | | / | | / | | | |
| 4 | Considera Ud. que el vendedor debe tener autonomía en la gestión de ventas. | / | | / | | / | | | |
| 5 | Considera que la autonomía es un aspecto que permite al vendedor lograr un mejor desempeño. | / | | / | | / | | | |
| 6 | Esta Ud. de acuerdo que el coaching fomenta en el vendedor mayor autoestima. | / | | / | | / | | | |
| 7 | Considera Ud. que la autoestima contribuye con el desempeño de los vendedores. | / | | / | | / | | | |
| 8 | Cree usted que la motivación mejora la proactividad en la fuerza de ventas. | / | | / | | / | | | |
| | VI-Dimensión 2: Liderazgo | | | | | | | | |
| 9 | Ud. considera que el liderazgo de los vendedores permite alcanzar los objetivos propuestos. | / | | / | | / | | | |
| 10 | Está Ud. de acuerdo en que la empatía permite relacionarse mejor con los clientes. | / | | / | | / | | | |
| 11 | Cree Ud. que el liderazgo se fortalece con la práctica del coaching. | / | | / | | / | | | |
| 12 | Está Ud. de acuerdo en que la tolerancia permite hacer una mejor gestión de ventas | / | | / | | / | | | |
| 13 | Cree Ud. que la tolerancia le permite mejorar la atención a los clientes | / | | / | | / | | | |
| 14 | Considera a la perseverancia como una capacidad que mejora el desempeño de los vendedores. | / | | / | | / | | | |
| 15 | Asume Ud. una actitud perseverante frente a los clientes. | / | | / | | / | | | |
| 16 | Cree que la capacidad de afrontar la adversidad permite a los vendedores alcanzar las metas propuestas. | / | | / | | / | | | |
| 17 | Considera Ud. que la generosidad posibilita a los vendedores gestionar mejores ventas. | / | | / | | / | | | |
| | DIMENSIONES / Items | | | | | | | | |
| | VI-Dimensión 3: Inteligencia emocional | | | | | | | | |
| 18 | Considera que la capacidad de interactuar con los clientes influye en el cumplimiento de las cuotas de ventas. | / | | / | | / | | | |
| 19 | Considera que las emociones influyen en el desempeño laboral | / | | / | | / | | | |
| 20 | Asume Ud. que manejar las emociones permite una buena relación con los clientes | / | | / | | / | | | |
| 21 | Ud. considera que la actitud para aprender influye en el desarrollo profesional | / | | / | | / | | | |
| 22 | Cree Ud. que la actitud para aprender mejora el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | | |

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES

| Nº | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | V2-Dimensión 1: Resultados | | | | | | | |
| 1 | Considera Ud. que el volumen de ventas mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 2 | Considera que el desempeño proactivo de los vendedores permite mejores Volúmenes de ventas. | / | | / | | / | | |
| 3 | Cree Ud. que la atención a los clientes mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 4 | Cree Ud. que se obtiene mayor rentabilidad con el buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 5 | Esta Ud. de acuerdo que la frecuencia de visitas es reflejo del buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 6 | Considera ud. que la frecuencia de visitas a clientes incrementa el volumen de ventas | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 2: Comportamiento | | | | | | | |
| 7 | Considera ud que el adecuado comportamiento laboral permite mejorar el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 8 | Considera que la buena relación con los clientes permite lograr un desempeño eficaz de los vendedores. | / | | / | | / | | |
| 9 | Ud. considera que el seguimiento de cartera va a mejorar con el uso del coaching. | / | | / | | / | | |
| 10 | Considera ud. que la pericia del vendedor permite una selectiva cartera de clientes | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 3: Desarrollo profesional | | | | | | | |
| 11 | Considera que las habilidades de comunicación mejoran con el coaching | / | | / | | / | | |
| 12 | Ud. asume que el coaching mejora el entusiasmo de la fuerza de ventas | / | | / | | / | | |
| 13 | El entusiasmo en los vendedores depende de cuan motivados se encuentren | / | | / | | / | | |
| 14 | Cree Ud. que las técnicas de ventas mejoran el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. / Mg: Chiriqui, Guido R. Sca.

DNI: 88.785.38

Especialidad del validador: Características, Administración y Finanzas

07 de Dic. del 2019

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COACHING

| N° | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| V1-Dimensión 1: Motivación | | | | | | | | |
| 1 | Cree Ud. que el coaching ayuda en la autorrealización de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | Esta Ud. de acuerdo con que la autorrealización genera mejores capacidades para el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | Considera Ud. que un vendedor motivado está en mejores condiciones para alcanzar sus resultados. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | Considera Ud. que el vendedor debe tener autonomía en la gestión de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 5 | Considera que la autonomía es un aspecto que permite al vendedor lograr un mejor desempeño. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | Esta Ud. de acuerdo que el coaching fomenta en el vendedor mayor autoestima. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | Considera Ud. que la autoestima contribuye con el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | Cree usted que la motivación mejora la proactividad en la fuerza de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| V1-Dimensión 2: Liderazgo | | | | | | | | |
| 9 | Ud. considera que el liderazgo de los vendedores permite alcanzar los objetivos propuestos. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | Está Ud. de acuerdo en que la empatía permite relacionarse mejor con los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 11 | Cree Ud. que el liderazgo se fortalece con la práctica del coaching | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 12 | Está Ud. de acuerdo en que la tolerancia permite hacer una mejor gestión de ventas | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 13 | Cree Ud. que la tolerancia le permite mejorar la atención a los clientes | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 14 | Considera a la perseverancia como una capacidad que mejora el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 15 | Asume Ud. una actitud perseverante frente a los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 16 | Cree que la capacidad de afrontar la adversidad permite a los vendedores alcanzar las metas propuestas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 17 | Considera Ud. que la generosidad posibilita a los vendedores gestionar mejores ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| N° | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| V1-Dimensión 3: Inteligencia emocional | | | | | | | | |
| 18 | Considera que la capacidad de interactuar con los clientes influye en el cumplimiento de las cuotas de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 19 | Considera que las emociones influyen en el desempeño laboral | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 20 | Asume Ud. que manejar las emociones permite una buena relación con los clientes | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 21 | Ud. considera que la actitud para aprender influye en el desarrollo profesional | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 22 | Cree Ud. que la actitud para aprender mejora el desempeño de los vendedores | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE EL DESEMPEÑO DE LOS VENEDORES

| N° | DIMENSIONES / Items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | V2-Dimensión 1: Resultados | | | | | | | |
| 1 | Considera Ud. que el volumen de ventas mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 2 | Considera que el desempeño proactivo de los vendedores permite mejores Volúmenes de ventas. | / | | / | | / | | |
| 3 | Cree Ud. que la atención a los clientes mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 4 | Cree Ud. que se obtiene mayor rentabilidad con el buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 5 | Esta Ud. de acuerdo que la frecuencia de visitas es reflejo del buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 6 | Considera ud. que la frecuencia de visitas a clientes incrementa el volumen de ventas | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 2: Comportamiento | | | | | | | |
| 7 | Considera ud que el adecuado comportamiento laboral permite mejorar el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 8 | Considera que la buena relación con los clientes permite lograr un desempeño eficaz de los vendedores. | / | | / | | / | | |
| 9 | Ud. considera que el seguimiento de cartera va a mejorar con el uso del coaching. | / | | / | | / | | |
| 10 | Considera ud. que la pericia del vendedor permite una selectiva cartera de clientes | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 3: Desarrollo profesional | | | | | | | |
| 11 | Considera que las habilidades de comunicación mejoran con el coaching | / | | / | | / | | |
| 12 | Ud. asume que el coaching mejora el entusiasmo de la fuerza de ventas | / | | / | | / | | |
| 13 | El entusiasmo en los vendedores depende de cuan motivados se encuentren | / | | / | | / | | |
| 14 | Cree Ud. que las técnicas de ventas mejoran el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dni/Mg: ZARATE RUBEN GUSTAVO ERIBERTO DNI: 09870134
TEMATICO - Mg EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS MBA y EN GESTION JURIDICA

05 de 12 del 2019



Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se otorga suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COACHING

| N° | DIMENSIONES / Items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| VI-Dimensión 1: Motivación | | | | | | | | |
| 1 | Cree Ud. que el coaching ayuda en la autorrealización de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | Esta Ud. de acuerdo con que la autorrealización genera mejores capacidades para el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | Considera Ud. que un vendedor motivado está en mejores condiciones para alcanzar sus resultados. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | Considera Ud. que el vendedor debe tener autonomía en la gestión de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 5 | Considera que la autonomía es un aspecto que permite al vendedor lograr un mejor desempeño. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | Esta Ud. de acuerdo que el coaching fomenta en el vendedor mayor autoestima. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | Considera Ud. que la autoestima contribuye con el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | Cree usted que la motivación mejora la proactividad en la fuerza de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| VI-Dimensión 2: Liderazgo | | | | | | | | |
| 9 | Ud. considera que el liderazgo de los vendedores permite alcanzar los objetivos propuestos. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | Está Ud. de acuerdo en que la empatía permite relacionarse mejor con los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 11 | Cree Ud. que el liderazgo se fortalece con la práctica del coaching. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 12 | Está Ud. de acuerdo en que la tolerancia permite hacer una mejor gestión de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 13 | Cree Ud. que la tolerancia le permite mejorar la atención a los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 14 | Considera a la perseverancia como una capacidad que mejora el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 15 | Asume Ud. una actitud perseverante frente a los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 16 | Cree que la capacidad de afrontar la adversidad permite a los vendedores alcanzar las metas propuestas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 17 | Considera Ud. que la generosidad posibilita a los vendedores gestionar mejores ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIONES / Items | | | | | | | | |
| | | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| VI-Dimensión 3: Inteligencia emocional | | | | | | | | |
| 18 | Considera que la capacidad de interactuar con los clientes influye en el cumplimiento de las cuotas de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 19 | Considera que las emociones influyen en el desempeño laboral. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 20 | Asume Ud. que manejar las emociones permite una buena relación con los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 21 | Ud. considera que la actitud para aprender influye en el desarrollo profesional. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 22 | Cree Ud. que la actitud para aprender mejora el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES

| Nº | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | V2-Dimensión 1: Resultados | | | | | | | |
| 1 | Considera Ud. que el volumen de ventas mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 2 | Considera que el desempeño proactivo de los vendedores permite mejores Volúmenes de ventas. | / | | / | | / | | |
| 3 | Cree Ud. que la atención a los clientes mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 4 | Cree Ud. que se obtiene mayor rentabilidad con el buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 5 | Esta Ud. de acuerdo que la frecuencia de visitas es reflejo del buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 6 | Considera ud. que la frecuencia de visitas a clientes incrementa el volumen de ventas | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 2: Comportamiento | | | | | | | |
| 7 | Considera ud que el adecuado comportamiento laboral permite mejorar el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 8 | Considera que la buena relación con los clientes permite lograr un desempeño eficaz de los vendedores. | / | | / | | / | | |
| 9 | Ud. considera que el seguimiento de cartera va a mejorar con el uso del coaching. | / | | / | | / | | |
| 10 | Considera ud. que la pericia del vendedor permite una selectiva cartera de clientes | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 3: Desarrollo profesional | | | | | | | |
| 11 | Considera que las habilidades de comunicación mejoran con el coaching | / | | / | | / | | |
| 12 | Ud. asume que el coaching mejora el entusiasmo de la fuerza de ventas | / | | / | | / | | |
| 13 | El entusiasmo en los vendedores depende de cuan motivados se encuentren | / | | / | | / | | |
| 14 | Cree Ud. que las técnicas de ventas mejoran el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Al leer la información

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. Gabriel Amador, Carlos Jacobo

Especialidad del validador: Administrador, Ingeniero, Político y Gestión Pública

DNI: 02001240

07 de Jun del 2019

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COACHING

| Nº | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|--------------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | V1-Dimensión 1: Motivación | | | | | | | |
| 1 | Cree Ud. que el coaching ayuda en la autorrealización de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | Esta Ud. de acuerdo con que la autorrealización genera mejores capacidades para el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | Considera Ud. que un vendedor motivado está en mejores condiciones para alcanzar sus resultados. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | Considera Ud. que el vendedor debe tener autonomía en la gestión de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 5 | Considera que la autonomía es un aspecto que permite al vendedor lograr un mejor desempeño. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | Esta Ud. de acuerdo que el coaching fomenta en el vendedor mayor autoestima. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | Considera Ud. que la autoestima contribuye con el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | Cree usted que la motivación mejora la proactividad en la fuerza de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| | V1-Dimensión 2: Liderazgo | | | | | | | |
| 9 | Ud. considera que el liderazgo de los vendedores permite alcanzar los objetivos propuestos. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | Está Ud. de acuerdo en que la empatía permite relacionarse mejor con los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 11 | Cree Ud. que el liderazgo se fortalece con la práctica del coaching. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 12 | Está Ud. de acuerdo en que la tolerancia permite hacer una mejor gestión de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 13 | Cree Ud. que la tolerancia le permite mejorar la atención a los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 14 | Considera a la perseverancia como una capacidad que mejora el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 15 | Asume Ud. una actitud perseverante frente a los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 16 | Cree que la capacidad de afrontar la adversidad permite a los vendedores alcanzar las metas propuestas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 17 | Considera Ud. que la generosidad posibilita a los vendedores gestionar mejores ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| Nº | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | V1-Dimensión 3: Inteligencia emocional | | | | | | | |
| 18 | Considera que la capacidad de interactuar con los clientes influye en el cumplimiento de las cuotas de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 19 | Considera que las emociones influyen en el desempeño laboral. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 20 | Asume Ud. que manejar las emociones permite una buena relación con los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 21 | Ud. considera que la actitud para aprender influye en el desarrollo profesional. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 22 | Cree Ud. que la actitud para aprender mejora el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE EL DESEMPEÑO DE LOS VENEDORES

| N° | DIMENSIONES / Items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | V2-Dimensión 1: Resultados | | | | | | | |
| 1 | Considera Ud. que el volumen de ventas mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 2 | Considera que el desempeño proactivo de los vendedores permite mejores Volúmenes de ventas. | / | | / | | / | | |
| 3 | Cree Ud. que la atención a los clientes mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 4 | Cree Ud. que se obtiene mayor rentabilidad con el buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 5 | Esta Ud. de acuerdo que la frecuencia de visitas es reflejo del buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 6 | Considera ud. que la frecuencia de visitas a clientes incrementa el volumen de ventas | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 2: Comportamiento | | | | | | | |
| 7 | Considera ud que el adecuado comportamiento laboral permite mejorar el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 8 | Considera que la buena relación con los clientes permite lograr un desempeño eficaz de los vendedores. | / | | / | | / | | |
| 9 | Ud. considera que el seguimiento de cartera va a mejorar con el uso del coaching. | / | | / | | / | | |
| 10 | Considera ud. que la pericia del vendedor permite una selectiva cartera de clientes | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 3: Desarrollo profesional | | | | | | | |
| 11 | Considera que las habilidades de comunicación mejoran con el coaching | / | | / | | / | | |
| 12 | Ud. asume que el coaching mejora el entusiasmo de la fuerza de ventas | / | | / | | / | | |
| 13 | El entusiasmo en los vendedores depende de cuan motivados se encuentren | / | | / | | / | | |
| 14 | Cree Ud. que las técnicas de ventas mejoran el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): De muy Suficiente

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg: Enrique Sánchez

DNI: 8.889.240

Especialidad del validador: Administrador, Intervención, Doctor en Gestión Pública

07 de Diciembre del 2019

- ¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
- ²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.
Especialidad

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COACHING

| Nº | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| V1-Dimensión 1: Motivación | | | | | | | | |
| 1 | Cree Ud. que el coaching ayuda en la autorrealización de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | Esta Ud. de acuerdo con que la autorrealización genera mejores capacidades para el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | Considera Ud. que un vendedor motivado está en mejores condiciones para alcanzar sus resultados. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | Considera Ud. que el vendedor debe tener autonomía en la gestión de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 5 | Considera que la autonomía es un aspecto que permite al vendedor lograr un mejor desempeño. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | Esta Ud. de acuerdo que el coaching fomenta en el vendedor mayor autoestima. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | Considera Ud. que la autoestima contribuye con el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 8 | Cree usted que la motivación mejora la proactividad en la fuerza de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| V1-Dimensión 2: Liderazgo | | | | | | | | |
| 9 | Ud. considera que el liderazgo de los vendedores permite alcanzar los objetivos propuestos. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | Está Ud. de acuerdo en que la empatía permite relacionarse mejor con los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 11 | Cree Ud. que el liderazgo se fortalece con la práctica del coaching. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 12 | Está Ud. de acuerdo en que la tolerancia permite hacer una mejor gestión de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 13 | Cree Ud. que la tolerancia le permite mejorar la atención a los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 14 | Considera a la perseverancia como una capacidad que mejora el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 15 | Asume Ud. una actitud perseverante frente a los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 16 | Cree que la capacidad de afrontar la adversidad permite a los vendedores alcanzar las metas propuestas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 17 | Considera Ud. que la generosidad posibilita a los vendedores gestionar mejores ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIONES / items | | | | | | | | |
| | | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| V1-Dimensión 3: Inteligencia emocional | | | | | | | | |
| 18 | Considera que la capacidad de interactuar con los clientes influye en el cumplimiento de las cuotas de ventas. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 19 | Considera que las emociones influyen en el desempeño laboral. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 20 | Asume Ud. que manejar las emociones permite una buena relación con los clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 21 | Ud. considera que la actitud para aprender influye en el desarrollo profesional. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 22 | Cree Ud. que la actitud para aprender mejora el desempeño de los vendedores. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE EL DESEMPEÑO DE LOS VENEDORES

| N° | DIMENSIONES / Items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | V2-Dimensión 1: Resultados | | | | | | | |
| 1 | Considera Ud. que el volumen de ventas mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 2 | Considera que el desempeño proactivo de los vendedores permite mejores Volúmenes de ventas. | / | | / | | / | | |
| 3 | Cree Ud. que la atención a los clientes mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 4 | Cree Ud. que se obtiene mayor rentabilidad con el buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 5 | Esta Ud. de acuerdo que la frecuencia de visitas es reflejo del buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 6 | Considera ud. que la frecuencia de visitas a clientes incrementa el volumen de ventas | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 2: Comportamiento | | | | | | | |
| 7 | Considera ud que el adecuado comportamiento laboral permite mejorar el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 8 | Considera que la buena relación con los clientes permite lograr un desempeño eficaz de los vendedores. | / | | / | | / | | |
| 9 | Ud. considera que el seguimiento de cartera va a mejorar con el uso del coaching. | / | | / | | / | | |
| 10 | Considera ud. que la pericia del vendedor permite una selectiva cartera de clientes | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 3: Desarrollo profesional | | | | | | | |
| 11 | Considera que las habilidades de comunicación mejoran con el coaching | / | | / | | / | | |
| 12 | Ud. asume que el coaching mejora el entusiasmo de la fuerza de ventas | / | | / | | / | | |
| 13 | El entusiasmo en los vendedores depende de cuan motivados se encuentren | / | | / | | / | | |
| 14 | Cree Ud. que las técnicas de ventas mejoran el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr. / Mg: ZARATE RUIZ GUSTAVO EMBERTO
DNI: 8.810.157

Especialidad del validador: Mg. EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS MBA Y EN GESTIÓN PÚBLICA

05 de 12 del 20¹⁹



Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE COACHING

| N° | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|---|-------------------------------------|----|-------------------------------------|----|-------------------------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | VI-Dimensión 1: Motivación | | | | | | | |
| 1 | Cree Ud. que el coaching ayuda en la autorrealización de los vendedores. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 2 | Esta Ud. de acuerdo con que la autorrealización genera mejores capacidades para el desempeño de los vendedores. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 3 | Considera Ud. que un vendedor motivado está en mejores condiciones para alcanzar sus resultados. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 4 | Considera Ud. que el vendedor debe tener autonomía en la gestión de ventas. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 5 | Considera que la autonomía es un aspecto que permite al vendedor lograr un mejor desempeño. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 6 | Esta Ud. de acuerdo que el coaching fomenta en el vendedor mayor autoestima. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 7 | Considera Ud. que la autoestima contribuye con el desempeño de los vendedores. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 8 | Cree usted que la motivación mejora la proactividad en la fuerza de ventas. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| | VI-Dimensión 2: Liderazgo | | | | | | | |
| 9 | Ud. considera que el liderazgo de los vendedores permite alcanzar los objetivos propuestos. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 10 | Está Ud. de acuerdo en que la empatía permite relacionarse mejor con los clientes. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 11 | Cree Ud. que el liderazgo se fortalece con la práctica del coaching. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 12 | Está Ud. de acuerdo en que la tolerancia permite hacer una mejor gestión de ventas | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 13 | Cree Ud. que la tolerancia le permite mejorar la atención a los clientes | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 14 | Considera a la perseverancia como una capacidad que mejora el desempeño de los vendedores. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 15 | Asume Ud. una actitud perseverante frente a los clientes. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 16 | Cree que la capacidad de afrontar la adversidad permite a los vendedores alcanzar las metas propuestas. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 17 | Considera Ud. que la generosidad posibilita a los vendedores gestionar mejores ventas. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| N° | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | VI-Dimensión 3: Inteligencia emocional | | | | | | | |
| 18 | Considera que la capacidad de interactuar con los clientes influye en el cumplimiento de las cuotas de ventas. | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 19 | Considera que las emociones influyen en el desempeño laboral | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 20 | Asume Ud. que manejar las emociones permite una buena relación con los clientes | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 21 | Ud. considera que la actitud para aprender influye en el desarrollo profesional | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |
| 22 | Cree Ud. que la actitud para aprender mejora el desempeño de los vendedores | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | <input checked="" type="checkbox"/> | | |

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES

| Nº | DIMENSIONES / items | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|----|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | |
| | V2-Dimensión 1: Resultados | | | | | | | |
| 1 | Considera Ud. que el volumen de ventas mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 2 | Considera que el desempeño proactivo de los vendedores permite mejores Volúmenes de ventas. | / | | / | | / | | |
| 3 | Cree Ud. que la atención a los clientes mejora con la práctica del coaching | / | | / | | / | | |
| 4 | Cree Ud. que se obtiene mayor rentabilidad con el buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 5 | Esta Ud. de acuerdo que la frecuencia de visitas es reflejo del buen desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 6 | Considera ud. que la frecuencia de visitas a clientes incrementa el volumen de ventas | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 2: Comportamiento | | | | | | | |
| 7 | Considera ud que el adecuado comportamiento laboral permite mejorar el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |
| 8 | Considera que la buena relación con los clientes permite lograr un desempeño eficaz de los vendedores. | / | | / | | / | | |
| 9 | Ud. considera que el seguimiento de cartera va a mejorar con el uso del coaching. | / | | / | | / | | |
| 10 | Considera ud. que la pericia del vendedor permite una selectiva cartera de clientes | / | | / | | / | | |
| | V2-Dimensión 3: Desarrollo profesional | | | | | | | |
| 11 | Considera que las habilidades de comunicación mejoran con el coaching | / | | / | | / | | |
| 12 | Ud. asume que el coaching mejora el entusiasmo de la fuerza de ventas | / | | / | | / | | |
| 13 | El entusiasmo en los vendedores depende de cuan motivados se encuentren | / | | / | | / | | |
| 14 | Cree Ud. que las técnicas de ventas mejoran el desempeño de los vendedores | / | | / | | / | | |

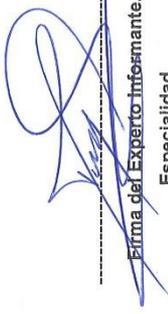
Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Rubén Darío Sánchez S.A.S.A.T. DNI: 08428538

Especialidad del validador: La. Acad. de Educación, Administración, Finanzas

07.....dedic..... del 2019



Firma del Experto Informante.
Especialidad

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Anexo 4: Prueba de confiabilidad de los instrumentos

Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 52 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 52 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,900 | 36 |

Estadísticos

| | | coaching | desempeño |
|---|----------|----------|-----------|
| N | Válido | 52 | 52 |
| | Perdidos | 0 | 0 |

Anexo 5: Datos de las encuestas en el SPSS

2: VAR00006 4 Visible: 36 de 36 variables

| | VAR00001 | VAR00002 | VAR00003 | VAR00004 | VAR00005 | VAR00006 | VAR00007 | VAR00008 | VAR00009 | VAR00010 | VAR00011 | VAR00012 | VAR00013 | VAR00014 | VAR00015 | VAR00016 | VAR00017 | VAR00018 | VAR00019 | VAR00020 | VAR00021 | VAR00022 |
|----|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 2 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 7 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 8 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 9 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 12 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 13 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 14 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 15 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 16 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 25 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 26 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 28 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |

Vista de datos Vista de variables

6: Visible: 36 de 36 variables

| | VAR00023 | VAR00024 | VAR00025 | VAR00026 | VAR00027 | VAR00028 | VAR00029 | VAR00030 | VAR00031 | VAR00032 | VAR00033 | VAR00034 | VAR00035 | VAR00036 | var |
|----|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | | | | | | | | |
| 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | | | | | | | | |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | | | | | | | | |
| 6 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | | | | | | | | |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 9 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | | | | | | | | |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | | | | | | | | |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | | | | | | | | |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | | | | | | | | |
| 14 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | | | | | | | | |
| 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 16 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 17 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | | | | | | | | |
| 18 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | | | | | | | | |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 21 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 22 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 23 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 25 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | | | | | | | | |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | | | | | | | | |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | | | | | | | | |

Vista de datos Vista de variables

| P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | P28 | P29 | P30 | P31 | P32 | P33 | P34 | P35 | P36 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |

Anexo 6: Autorización para investigación

BOOK COMPANY

LIBROS PARA TODOS

Lima, 4 de Noviembre del 2019

Señores

Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo-Campus Lima Norte.

Presente.

De nuestra mayor consideración.

Nos dirigimos a Uds. Para comunicarles que nuestra empresa acepta brindarles las facilidades pertinentes a su alumno del MBA José Luis Israel Castro Velásquez para que realice un trabajo de investigación referente al "Coaching y el Desempeño de los Vendedores en una distribuidora de libros de Lima Norte 2019". La información que obtenga es de carácter académico debiendo guardarse las reservas confidenciales que el caso amerita.

Sin otro particular, quedamos de Ustedes.


Maritza Leya Castro Zavala.

ADMINISTRACION

BOOK COMPANY

Acta de aprobación de originalidad de tesis



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO ACADÉMICO

Yo, Oscar Guillermo Chicchon Mendoza, docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Lima Norte.

La tesis titulada “El Coaching y el Desempeño de los Vendedores en una Distribuidora de Libros de Lima Norte, 2019” del estudiante José Luis Israel Castro Velásquez, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 22% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin. El suscrito analizó dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituye plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 04 de enero de 2020



Oscar Guillermo Chicchon Mendoza
DNI: 08478538

Pantallazo del software turnitin

feedback studio El Coaching y el Desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima Norte 2019

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
El Coaching y el Desempeño de los vendedores en una distribuidora de libros de Lima Norte 2019

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Administración de Negocios

AUTOR:
Br. José Luis Israel Castro Velásquez. (ORCID: 1-8019-3196)

ASESOR:
Mg. Oscar Guillermo Chicón Mendoza. (ORCID: 1-6215-7028)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Modelos Y Herramientas Gerenciales.

Lima - Perú
2019

Resumen de coincidencias

22 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias:

| Rank | Source | Percentage |
|------|---|------------|
| 1 | Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante | 12 % |
| 2 | repositorio.uov.edu.pe Fuente de Internet | 6 % |
| 3 | lider-haz-go.com Fuente de Internet | 1 % |
| 4 | repositorio.usta.edu.co Fuente de Internet | <1 % |
| 5 | Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante | <1 % |
| 6 | Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante | <1 % |
| 7 | www.camagro.com Fuente de Internet | <1 % |
| 8 | www.ccee.edu.uy Fuente de Internet | <1 % |
| 9 | Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante | <1 % |
| 10 | Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante | <1 % |
| 11 | theibfr.com Fuente de Internet | <1 % |

Página: 1 de 29 Número de palabras: 8412 Text-only Report High Resolution Activado 08:52 8/01/2020



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

CASTRO VELÁSQUEZ JOSÉ LUIS ISRAEL

D.N.I. : 25537272

Domicilio : LOS CISNES 157 - URB. EL CONDOR - CALLAO

Teléfono : Fijo : Móvil: 984257189

E-mail : jlluis@bankcompany.pe

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad :

Escuela :

Carrera :

Título :

Tesis de Posgrado

Maestría

Doctorado

Grado : MAESTRO

Mención : EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - M.B.A.

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

CASTRO VELÁSQUEZ JOSÉ LUIS ISRAEL

Título de la tesis:

EL COACHING Y EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES
EN UNA DISTRIBUIDORA DE LIBROS DE LIMA NORTE 2019.

Año de publicación : 2020

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte, a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha : 4 de Marzo 2020



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

ESCUELA DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

JOSÉ LUIS ISRAEL CASTRO VELÁSQUEZ

INFORME TITULADO:

EL COACHING Y EL DESEMPEÑO DE LOS VENDEDORES
EN UNA DISTRIBUIDORA DE LIBROS DE LIMA NORTE 2019

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA.

SUSTENTADO EN FECHA:

21 de ENERO de 2020

NOTA O MENCIÓN:

APROBADO POR MAYORÍA



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN