



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

**Percepción de la aplicación del modelo coaching, en los
colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Espinoza Rodriguez, Paolo Giancarlo (ORCID: 0000-0003-1774-7293)

ASESOR:

Dr. Marquez Yauri, Heyner Yuliano (ORCID: 0000-0002-1825-9542)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y herramientas gerenciales

TRUJILLO – PERÚ

2022

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico en primer lugar a Dios porque ha permitido y ha proveído para que yo pueda terminar y llegar hasta el final, porque ha hecho que termine mis estudios sin problemas, y por la fortaleza que me ha brindado para salir adelante ante la crisis de la pandemia.

También dedico esta tesis a mis padres y abuelos por su apoyo moral, económico y psicológico. Gracias a ellos porque están orgullosos de cada paso que doy

El autor

Agradecimiento

Este logro obtenido o meta alcanzada, no solo es esfuerzo de una persona sino también de varios participantes que hicieron que mi norte no sea tan pesada y difícil. Y no cayendo en el egocentrismo o siendo individualista de decir que todo lo hice, solo quiero de todo corazón agradecer a las personas que con su apoyo moral se han ganado mi respeto y consideración.

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por haber sido mi padre, proveedor, orientador y dador de sabiduría en el transcurso de mis estudios, por nunca permitir que deje de estudiar a pesar de la pandemia y porque ha usado a mis papás terrenales para que sean mis consejeros en toda esta travesía estudiantil.

Un agradecimiento profundo a mi madre por ser la que siempre estuvo ahí en todos los aspectos, apoyándome, dándome la mano en cada momento que la necesitaba. Agradecer a mi asesor Dr. Heyner Yuliano Marquez Yauri por su paciencia y por el apoyo incondicional en la redacción de mi tesis.

Quiero dar las gracias de una manera muy especial al profesor Oscar Carrillo que más que profesor lo considero mi tío, un miembro más de mi familia, por ser una persona que ayuda sin pedir nada a cambio y por haber estado ahí siempre que necesité un consejo de él.

También un agradecimiento especial a mi prima hermana Ljubica Rodríguez Alvarado y a mis profesores Jorge Humberto Ninatanta Alva, y José Alberto Guevara de la maestría por sus consejos y apoyo desinteresado.

Dedicación especial de mi tesis a mi tío Daniel Rodríguez Noriega que siempre estuvo orgulloso de nosotros sus sobrinos.

A todos gracias

El Autor

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
ÍNDICE	iv
Resumen	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	12
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES	31
VII. RECOMENDACIONES	32
REFERENCIAS	33
ANEXOS	35

Resumen

La presente investigación titulada “Percepción de la aplicación del modelo coaching, en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021.”, tuvo como objetivo principal identificar la percepción que pudieran tener los trabajadores de la empresa al llevar sesiones de coaching, recibiendo algunas técnicas. El enfoque de la investigación es cualitativa, aplicada a 8 colaboradores. El instrumento para la recolección de datos fue la guía de entrevista, del cual se realizó a través de ZOOM. Los resultados obtenidos gracias a la información dada por el instrumento nos ayudaron a llegar a importantes conclusiones. Por ejemplo, la aplicación y ejecución del modelo de coaching por parte de la coach en la empresa Mapeos Solutions es percibido de manera positiva ya que los resultados fueron beneficiosos para la organización y para los trabajadores. Además, los colaboradores percibieron que han logrado sus objetivos y metas al aplicar estos métodos, aunque fue un poco complicado al principio.

La mayoría de entrevistados consideraron que el servicio de coaching usando el método GROW, debería ser dado en las empresas y ser parte de su crecimiento personal y profesional.

Palabras clave: Coaching, percepción, coach.

ABSTRACT

The present research entitled "Perception of the application of the method coaching, in the employees of the company Mapeo Solutions Trujillo, 2021.", had as main objective to identify the perception that the workers of the company could have when carried out coaching sessions, receiving some techniques and tools. The research approach is qualitative, applied to 8 collaborators. The instrument for data collection was the interview guide, which was carried out through ZOOM. The results obtained thanks to the information provided by the instrument helped us to reach important conclusions. For example, the application and execution of the coaching method by the coach in the Mapeos Solutions company is perceived positively since the results were beneficial for the organization and for the workers. In addition, the collaborators perceived that they have achieved their objectives and goals by applying these methods, despite it was a bit complicated at first.

The majority of those interviewed considered that the coaching service using the GROW method should be given in companies and be part of their personal and professional growth.

Keywords: Coaching, perception, coach.

I. INTRODUCCIÓN

En estos últimos tiempos se ha vuelto indispensable saber la productividad de las empresas y sobre todo el desempeño de sus colaboradores, teniendo en cuenta y relacionándolo mucho a cómo el gerente está llevando a cabo su rol de jefe con sus colaboradores; y si este hace el uso de la empatía para lograr el mejor rendimiento y productividad de la empresa. Además, en estos tiempos de crisis y pandemia, es muy necesario la práctica y uso de habilidades blandas. Sin lugar a duda con todo lo que ha estado pasando en el mundo, la falta de valores, más la situación de la pandemia y el COVID 19, las empresas se han visto en la necesidad de buscar herramientas o estrategias para poder llegar a sus colaboradores y de esta forma lograr las metas establecidas invirtiendo en el capital humano otorgando capacitaciones y charlas motivacionales. Hablando de estas estrategias se ha ido considerando un nuevo servicio, una disciplina llamada COACHING que es poco conocida a nivel nacional y que muchos colaboradores y empresarios intentan aprender para no solo triunfar personal o profesionalmente sino también en manera conjunta practicando la escucha activa, empatía y liderazgo a nivel empresarial. Es por ello que por la situación crítica que viene pasando el país a nivel económico y empresarial; tratando de enfocarse en el logro de metas, resultó muy efectivo el uso del modelo GROW del COACHING de manera semipresencial y virtual en tiempos de COVID para así salvaguardar la buena salud.

¿Qué busca el coaching? Busca mejorar la comunicación del gerente con sus trabajadores, tal vez ahora esta palabra puede ser nueva para muchos empresarios, pero esta herramienta puede aportar mucho y puede llevar a cabo el logro de muchos objetivos.

¿Qué sucede con las empresas? ¿Por qué muchos trabajadores no expresan lo que realmente sienten?, ¿por qué no hay esa conexión entre ellos y el jefe?

Esta problemática ha ayudado a que aparezcan este tipo de herramientas para lograr el mejor desempeño de sus colaboradores. El coaching nació en los deportes el cual ahora está siendo usado en las personas,

empresas y organizaciones y así obtener lo mejor de sí mismos.

Es un motivo para así preparar, entrenar y averiguar, porque un colaborador o colaboradora, no está alcanzando las metas que tienen y así conseguir información necesaria para la adecuada toma de decisiones.

La palabra coaching viene del verbo coach anglicismo que significa preparar entrenar. De este mismo modo el coaching es muy importante porque ayuda en el desarrollo individual y grupal logrando obtener las metas utilizando los propios medios y competencias.

Coaching también busca que los colaboradores de una empresa puedan ser más productivos a través de diferentes estrategias. Tenemos el Método Grow que busca la fijación de objetivos a corto y largo plazo, de esta manera se puede obtener la responsabilidad sin presión, optimismo y un mejor desempeño, cuando los colaboradores se sienten escuchados por los altos cargos la productividad mejora. Considero que el coaching puede ayudar a esta problemática en muchas empresas del Perú.

¿Cuáles son las finalidades del coaching empresarial?

- Una de ellas es permitir la unión y el acercamiento entre los colaboradores y el desarrollo de sus habilidades, talentos y práctica.
- Usar al máximo las oportunidades que se puedan manifestar en el trabajo.
- Permitir que lo aprendido por diferentes circunstancias o fracasos, se transmitan en el trabajo para evitar cometer los mismos errores.
- Buscar siempre la capacitación, formación y fomentar en los colaboradores la responsabilidad.
- Ambiente laboral agradable con prácticas de empatía y mejor productividad.

Conferimos que, el coaching, y en cuanto sus definiciones y fuentes dadas por sus autores; indican que ayuda a que dentro de la organización los empleadores trabajen en un ambiente de unión y comunicación efectiva agradable y enfocado en mejorar la productividad, y al mejor desempeño en sus quehaceres. Trabajadores escuchados, trabajadores que se ponen la camiseta para dar lo mejor de sí como persona y profesional.

Para esta investigación se analizó y entrevistó a la empresa MAPEOS

solutions haciéndose la siguiente pregunta: ¿De qué manera los colaboradores de la empresa MAPEOS Solutions perciben el servicio de coaching dado en sus reuniones laborales? Partiendo de esta pregunta, se percató que MAPEOS Solutions es de las pocas en Perú que ofrecen este servicio y en momentos de pandemia ha sido de gran ayuda para sus trabajadores. Para obtener información y datos se emplearon procedimientos que nos proporciona la investigación científica logrando la interpretación y procesamiento para llegar a importantes resultados.

En la justificación del estudio se pudo afirmar que el Coaching y el modelo GROW es una opción eficiente, se trató de pensar en cómo definirla y aplicarla a los colaboradores de la empresa MAPEOS SOLUTIONS basándose en la búsqueda de su percepción, para eso se tomó en cuenta que para dar este servicio de coaching es necesario que la persona encargada o sea el COACH esté preparado y capacitado para otorgarlo y para eso también los COACHEES (clientes) tengan un previo conocimiento antes de. La siguiente investigación que lleva como título “Percepción de la aplicación del modelo coaching, en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021” tuvo como objetivo principal determinar la percepción del modelo Coaching en sus colaboradores. Y de la misma forma tuvo como objetivos específicos a cuatro procesos del modelo GROW:

- **GOAL:** Determinar las metas/objetivos a lograr en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021
- **REALITY:** Analizar la situación empresarial en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021
- **OPTIONS:** Identificar las opciones o alternativas correctas para los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021
- **WILL:** Concientizar a asumir el cambio en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021

En cuanto a las hipótesis se podría considerar que los colaboradores no percibieron al modelo GROW de manera positiva y lo consideran una pérdida de tiempo.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito internacional tenemos a Kowalski (2020). Donde en su investigación “Journal of Continuing Education in Nursing”. Indica que el coaching es una herramienta importante para el crecimiento y aprendizaje de sus empleados en cuanto a la salud. El proceso lo hizo de manera externa e interna. Confiere que el coaching es un proceso muy importante y que los jefes o gerentes deberían usar el 40 % de su tiempo en dar coaching a los empleadores.

Maldonado (2016). En su tesis “El coaching como herramienta de desarrollo personal en mujeres entre 25 y 30 años que viven en contextos de violencia familiar”. Tesis para optar el título de Psicóloga de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito. Esta investigación tuvo como problemática a las mujeres víctimas de violencia intrafamiliar, el cual acudieron a talleres y se llegó a la conclusión que la aplicación del coaching en ellas ayudó mucho en su desarrollo personal y que la psicopatología no está relacionada con el coaching. Coaching en cambio ayuda en el ámbito personal y profesional del individuo para que este en grupo se desempeñe bien.

Rozalén, M. (2009), en su investigación “Creencias de autoeficacia y coaching. Como mejorar la productividad de las personas. In IV Jornadas Internacionales Mentoring & Coaching: 22 Universidad – Empresa”, tuvo como objetivo investigar y dar a conocer las creencias de autoeficacia que tienen las personas de sí mismas, si pueden lograr determinadas tareas u objetivos teniendo en cuenta el grado de dificultad. Se busca identificar el esfuerzo y el tiempo tanto como la dificultad de las metas y como estos se resisten al fracaso.

El papel del coach es muy importante ya que en la realización de metas es quien ayuda al coachee a identificar su nivel de autoeficacia, facilitándolo y motivándolo a desafiar los pensamientos limitantes. En los resultados del coach se obtuvo que la autoeficacia de los colaboradores tiene que ver mucho con el control del pensamiento; por ejemplo, pensamientos negativos e irracionales entre diferentes esquemas mentales.

La ayuda del coach ayudó mucho a que los colaboradores logren sus metas apesar del nivel de dificultad y que el coaching aportó mucho para que su productividad mejore.

Peñalver, (2009). En su artículo “Coaching empresarial. ¿Una herramienta de desarrollo para los tiempos actuales?” Tuvo como objetivo de investigación la consideración del coaching en las compañías y la utilización de esta herramienta en la práctica de los RR.HH. y también en el desarrollo profesional. En la tesis se relata que, en tiempos de crisis económica, las empresas buscan y se proyectan más que en cualquier momento por la eficacia y eficiencia de sus ayudantes, el coaching está en modo de revisión y al final de este desarrollo de ajuste y redefinición de las organizaciones, puede cambiar sustancialmente en su concepción y alcance. Verdaderamente, dado su coste unitario y a la disparidad de criterios que ya están, hemos vuelto a la disputa original en relación al coaching y nos replanteamos cuestiones como: ¿para qué sirve realmente?, ¿es productivo?, ¿el coach debe ser un profesional de afuera o un ejecutivo de la organización con vivencia contrastada?, ¿se puede utilizar individual o colectivamente?, etc. Debatamos en aspecto la llegada del coaching y tratemos de acotarlo en relación con el ámbito de hoy, con una perspectiva cortoplacista, y en su contribución al avance organizativo, con una perspectiva más a largo plazo.

En el ámbito nacional se encontraron los siguientes antecedentes como, por ejemplo, Cerdán (2018) en su tesis titulada “Coaching y la calidad de servicio al cliente de la empresa GDS del Perú S.A.C. San Miguel, 2018”, tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre el uso del coaching y la calidad de servicio al cliente de la empresa GDS del Perú S.A.C. San Miguel, 2018. En su investigación se abordó diferentes conceptos y dimensiones sobre el coaching, empatía y liderazgo, y se llegó a la conclusión que hay una alta relación entre coaching y calidad de servicio. Que el coaching puede ayudar a los trabajadores a trabajar mejor a sentirse identificados con la marca, a ponerse la camiseta. Un equipo de trabajadores comprometidos hace que los clientes tengan un mejor servicio y así nazca la fidelidad por parte de ellos.

Pezo Arteaga, E. (2017). En su tesis titulada “Coaching y Productividad de los colaboradores del área de investigación del Grupo Es Consultores Tarapoto 2016”. Tuvo como objetivo determinar la relación entre el coaching y la productividad de los trabajadores en el área de investigación, obteniendo una

relación positiva entre estas dos variables. La muestra de esta investigación fue de 21 colaboradores de la empresa, la investigación fue no-experimental y descriptiva correlacional, el cual el instrumento para obtener datos fue una encuesta para la primera variable, esta encuesta se aplicó a los trabajadores. Para la otra variable se usó una guía de análisis de documentos que fueron llenados con los reportes de productividad. Se llegó a la conclusión que aplicando el coaching en ciertos meses relacionado con su información de productividad en la empresa, se logró mejores resultados.

Troncos, G. (2018). En su tesis “El Coaching como herramienta para mejorar la productividad laboral de los colaboradores de la empresa Apg Global SAC Callao”. Tuvo como objetivo principal explicar cómo la aplicación de la herramienta del coaching influye para mejorar la productividad de los colaboradores de la empresa Apg Global SAC, Así mismo demostrar que la empresa se interesa por su capital humano y que sus trabajadores son parte vital para el cumplimiento de los objetivos establecidos, por ello se busca delinear las metas organizacionales con los objetivos y metas personales y/o profesionales de cada colaborador.

Villegas (2015). En su tesis “Influencia del coaching en la gestión de talento humano en la cooperativa de ahorro y crédito fianza y garantías Ltda. Miraflores 2015”. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración de Universidad Cesar Vallejo. La investigación tuvo como objetivo demostrar la importancia e influencia del coaching en la gestión de talento humano de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fianza y Garantías Ltda. Miraflores 2015. El tipo de metodología de la investigación fue Descriptiva y de diseño no experimental-transversal. Se infiere que la variable coaching si influye en la Gestión de Talento Humano provocando el aumento del rendimiento y desempeño de los colaboradores y como el clima laboral dentro de la organización también influye en la productividad. También se probó que dentro del equipo hay un ser individual que necesita ser escuchado, capacitado y entrenado porque al hacer esto se practica la buena gestión del talento humano de la empresa, porque es fundamental para

la toma de decisiones como la predisposición que tiene el colaborador ante la preparación y productividad de la empresa.

Farro y Toro (2014). En su tesis "Impacto de la aplicación del coaching para mejorar el clima laboral de la compañía "Taiwán motos" en la ciudad de Chiclayo en el año 2013". Tesis para obtener el grado de Licenciado en Administración de empresas de la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. La investigación tuvo como propósito saber el impacto de la aplicación de Coaching para mejorar el clima laboral de la compañía "TAIWAN MOTOS" de la región de Chiclayo, en el año 2013. La metodología fue de tipo exploratoria. Después de observar a los colaboradores se llegó a la conclusión de que ellos no detallan una disponibilidad para desarrollar sus competencias y aptitudes, además, no hacen escuchar sus críticas en relación a los inconvenientes que se muestran en el trabajo, suelen mostrarse indiferentes a esto. Por lo cual la aplicación del Coaching en la compañía TAIWAN MOTOS, obtuvo una sucesión de resultados positivos en los ayudantes, progresando el nivel de ventas en el periodo estudiado.

García y Samanez (2014). En su tesis "Propuesta de un plan de coaching ejecutivo para mejorar el desempeño del trabajador en el área de mantenimiento de la empresa Barrick Misquichilca Pierina Huaraz, 2014". Tesis para obtener el título de Licenciado en administración de la universidad Santiago Antúnez de Mayolo. La investigación tuvo como propósito hacer una propuesta de plan de Coaching Ejecutivo para mejorar el desempeño del trabajador del área de mantenimiento de la empresa Minera Barrick Misquichilca Pierina- Huaraz, 2014. La metodología fue de tipo descriptivo-causal. En la tesis se realizó la preparación y validación de la propuesta del plan de coaching con el fin de incrementar el desempeño de los colaboradores del área de mantenimiento de la empresa Minera Barrick Misquichilca Pierina - Huaraz. El plan propuesto por el estudio consiguió una increíble calificación de parte de los profesionales que evaluaron con objetividad, suficiencia, condiciones económicas, entre otros criterios. De esta forma, además, la gente que fue entrevistada y encuestada, se presentaron a favor de la aplicación del plan de coaching para incrementar el desempeño de los colaboradores.

Teniendo presente la información previa se mencionará algunos conceptos necesarios.

El Coaching está considerado como el proceso de entrenamiento y aprendizaje. En las compañías es usado como una herramienta para conseguir resultados específicos y además obtener algunos cambios en los patrones conductuales en sus empleados, tanto a nivel personal y grupal.

Según Román (2008) lo define como un grupo de métodos bien estructurados, que tiene un punto de inicio (partida) y un punto final (llegada). Lo que lo distingue de este proceso es que el núcleo se registra en el potencial del sujeto. Lo que nos hace suponer y garantizar que los resultados que se consiguieron no van a ser simples de medir.

Es primordial enfatizar que el coaching se considera por tener una rivalidad crítica relacionado al liderazgo contemporáneo. De igual modo, tanto el liderazgo que se requiere de un jefe, que dé respuesta a las pretensiones que se muestran al momento. En otro sentido, crear estrategias para dar solución a las situaciones dentro del proceso laboral.

Para Payeras (2010) el coaching es una técnica de desarrollo que está destinado en la obtención y perfeccionamiento de las habilidades instrumentales y de gestión de los altos cargos, directivos, directores en general, consejeros delegados, entre otros; que identifica como finalidad el desarrollo de su nivel de desempeño. Por esto, el resultado de llevar a cabo un coaching incurre de forma efectiva tanto en los usuarios como en el conjunto y en el total de la organización (p.3).

Según Fernández (2008)

Las Propiedades del Coaching son:

1. En la perspectiva, se fundamenta en acciones: se fija en las formas de proceder que tienen la posibilidad de hacer mejor, en los componentes descriptivos y objetivos del desarrollo. Esto se puede hacer mejor mientras que se describa de forma precisa y por medio del consenso de las dos partes.
2. Es interactivo: en la comunicación por medio del coaching se produce trueque de entendimientos ideas y se absuelven interrogantes
3. Compromiso recíproco, no solo del coach: los que intervienen en este desarrollo asumen un compromiso compartido. Tanto el coach como el coachee

trabajan juntos por medio de una comunicación eficaz que consiga hacer mejor el proceso.

4. Estructura específica: la forma se compone por medio de dos componentes principales: un flujo y una meta de conversación. La primera necesita agrandar la información en el comienzo y la segunda debe estar muy bien definido.

5. El respeto es algo persistente. El jefe comunica, en todo instante, su respeto por la persona que recibe el coaching. (p.18).

Según Payeras (2010). Las aplicaciones del Coaching son:

Dirigir equipos: Si bien no es trabajo del coach externo ofrecer una charla al cliente sobre trabajo en equipo. Este si puede intervenir con el objetivo de detectar los obstáculos y negativas que se muestran con más grande continuidad en los pertenecientes del grupo. Además, facilita detectar las deficiencias que manifiesta el cliente sobre su desempeño del empleado al equipo. Un líder no existe, sin un equipo.

Aprender a escuchar y a leer la organización: frecuentemente en algunos tipos de liderazgo se muestra una relación sesgada entre la organización y sus pertenecientes. Esto se origina por que frecuentemente nos dejamos llevar por nuestras percepciones de ver las cosas.

Análisis de algunas promociones: Si bien la forma ideal de investigar unapromoción es a través de la especificación de los perfiles de rivalidad y una calificación intensa de los postulantes, algunas promociones y escenarios es difícil hacer de esta forma, puesto que hay diferentes escenarios de estatus que no se tienen la posibilidad de utilizar algunos criterios de evaluación (pp.12-13).

El coaching es un método o una nueva disciplina que procura la obtención de resultados a través de la realización de metas y así desarrollar diferentes habilidades que puedan ayudar al coachee o cliente. Estas metas son logradas haciendo uso de herramientas, entre una de ellas tenemos al famoso ahora método GROW.

Se dice que este método fue creado por Graham Alexander en los años '80 el cual fue difundido por John Whitmore. Se cree que Graham fue el autor del coaching debido a que él inició con esta herramienta cuya función era buscar la solución de problemas

Según Rivera y Gioya, (2008) en su libro afirman que el modelo GROW empresarial ayuda a enfrentar obstáculos, usando estrategias al establecer metas y objetivos para lograrlos con éxito.

GROW es un verbo en inglés que en español significa CRECER Cada sigla significa algo. Definiremos cada letra para su mejor entendimiento.

Primera palabra es Goal. En esta parte del método GROW, GOAL viene a ser el inicio del proceso donde se establece un objetivo o meta y así tener claro a dónde el coachee o cliente quiere llegar a corto, mediano o largo plazo. En la segunda palabra Reality, el coachee debe saber en qué situación está, debe hacerse una autoevaluación y así diseñar un plan de acción algo que le ayude identificar qué es lo que le falta para llegar a su meta u objetivo. La tercera palabra es Options, donde una vez que el coachee o cliente analizó su situación debe identificar las opciones para poder llegar a las metas establecidas. Y la cuarta palabra o fase del método Grow es Will; aquí el coachee o cliente con la ayuda del coach asume el compromiso de cumplir con las metas con éxito gracias a la motivación dada en los tiempos establecidos.

Uno de los valores muy importantes en el proceso del coaching y el método GROW es la empatía, según el padre de la Inteligencia, Daniel Goleman, considera a la empatía como una de las principales habilidades que ayuda a conocer, gestionar y comprender las emociones de las personas que están a nuestro alrededor. Entender su mundo emocional.

Al pasar un buen tiempo con las personas nos hemos dado cuenta de que a veces se escuchan por parte de ellas expresiones como “ponte en mi lugar” o “ponte en mis

zapatos” y es algo que en muchas oportunidades no sabemos cómo reaccionar o actuar y en realidad la empatía es una habilidad que muy pocas personas tienen, y tomando en cuenta la definición de Goleman, aún no comprendemos las emociones de las personas que frecuentamos.

La empatía aporta mucho en el coaching sobre todo en el tema empresarial. Aquí una explicación.

En una sesión de Coaching, es de suma importancia conocer al coachee y en el transcurso de la sesión el coach hace infinitas preguntas para conocer a su cliente, pero si no existe empatía, la sesión no sería exitosa y el coachee saldría decepcionado y sin motivos para continuar con el proceso.

Es por eso que es muy importante que el cliente se sienta escuchado y comprendido sin ser interrumpido ni juzgado. A eso es lo que llamamos empatía en el coaching.

La empatía en una sesión de Coaching tendría que ver con la aceptación total de todo lo que siente el coachee y que en la sesión tenga un espacio de reflexión y afloro de sentimiento y emociones sin que se sienta juzgado o reprimido o burlado. En un proceso de Coaching, la empatía tiene una misión principal: crear lazos de confianza, certidumbre, credulidad y seguridad con nuestro cliente. La empatía, nos ayuda a acercarnos a nuestro cliente, a ponernos en su lugar y ayudarlo a que se sienta libre para poder expresarse con naturalidad. El generar un espacio sin juicios, todo se convierte en válido y es allí donde una persona puede ser ella misma y encontrarse con su yo real, sin máscaras.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Citando a Murillo (2008), Esta investigación es cualitativa de tipo aplicada ya que se utiliza y aplica conocimientos adquiridos y también se obtendrán más conocimientos a través de investigación y estudio.

La investigación en cuanto a su diseño es no experimental-descriptiva ya que solotiene una variable y solo describe fenómenos o hechos de la realidad.

3.2. Categorías, subcategorías y matriz de categorización.

Para poder identificar las categorías y subcategorías se intentó distinguirlas entresí, pudiendo detallarlas con mayor granularidad.

Estas categorías y subcategorías fueron apriorísticas, ya que se hicieron antes del procedimiento y procesamiento de la recolección de datos, que a posteriori aparecieron a partir de la propia indagación de la presente investigación.

A continuación, se detallará cada uno de los ítems de la presente investigación científica, contenidas en la Matriz de categorización apriorística.

ÁMBITO TEMÁTICO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	OBJETIVO	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS
APLICACIÓN DEL COACHING	La aplicación del coaching es como llevar a una persona valiosa de donde él o ella está a donde él o ella pueda llegar Cacheiro (2012)	La aplicación del coaching se basa en el uso de diferentes herramientas para el logro de buenos resultados, tenemos al famoso modelo GROW de Graham que se divide en cuatro etapas para lograr las metas establecidas.	<p>Determinar la percepción del modelo Coaching, en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar las metas/objetivos a lograr en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021 2. Analizar la situación empresarial en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021 3. Identificar las opciones o alternativas correctas para los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021 4. Concientizar a asumir el cambio en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021. 	<ul style="list-style-type: none"> • GOAL: • REALITY: • OPTIONS: • WILL: 	<p>¿Cuáles fueron sus expectativas antes de llevar el coaching?</p> <p>¿Cómo definiría usted qué es el coaching? En su experiencia, después de haber llevado sus sesiones ¿Cómo le ha servido el coaching?</p> <p>¿Cuáles han sido los beneficios que ha obtenido del coaching de manera personal y profesional?</p> <p>Según usted, ¿cuál es su percepción en cuanto el coaching? ¿positiva o negativa?</p> <p>¿Ha escrito, hablado o se ha comunicado con alguien, respecto a sus sesiones de coaching?</p> <p>¿Según su experiencia, ¿considera que se requiere de un servicio continuo de coaching en la empresa? ¿Por qué?</p>

3.3. Escenario de estudio

El escenario de estudio de la presente investigación fue la empresa MAPEOS Trujillo agencia de marketing que se encarga de diferentes actividades como community management de diferentes negocios. Cuenta con un equipo de reconocidos profesionales de Marketing y Publicidad.

La población de colaboradores es de 10 personas compuesto por hombres y mujeres.

3.4. Participantes

Los participantes de esta investigación fueron 8 colaboradores incluyendo al dueño de la empresa. Los participantes están conformados por profesionales de Marketing, diseño gráfico y otras carreras afines, varones y mujeres. Su edad oscila entre 25 y 40 años.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó fue una guía de entrevista a los colaboradores a través de ZOOM, el cual el objetivo fue captar la percepción de los entrevistados en cuanto al servicio de coaching recibido en su empresa.

El instrumento fue una guía de entrevista diseñada por el propio autor para lograr recolectar información necesaria a través de preguntas muy bien planteadas logradas con el apoyo de los expertos.

3.6. Procedimiento

Para el desarrollo del proyecto de investigación, se solicitó el permiso al dueño de la empresa MAPEOS Trujillo para poder realizar el estudio y tener acceso a toda la información necesaria, respetando su confidencialidad; pues sólo será de uso académico.

Por otro lado; para la recolección de datos se pedirá a ocho (8) colaboradores de la empresa responder una guía de entrevista a través de ZOOM sobre el coaching recibido en las diferentes reuniones y capacitaciones dadas por la coach. Esta información también permitirá determinar la percepción de los trabajadores sobre el coaching recibido.

3.7. Rigor científico

El rigor científico de la presente investigación se apoyó y basó en el uso racional y metodológico de la información, del cual fue recogido de diferentes autores e investigadores.

Por consiguiente, se utilizó como criterio de rigor: a la técnica de la transferibilidad o aplicabilidad, porque permite la posibilidad de ampliar los resultados del estudio a otras poblaciones. Guba y Lincoln (1981).

3.8. Método de análisis de datos

Para el presente proyecto de investigación se realizó una indagación, análisis de la información obtenida donde se utilizó el “proceso de triangulación hermenéutica”

Este proceso permite abordar exceso de información, usando “categorías apriorísticas” que ayuda a hacer una reducción interpretativa, consiguiendo así no perder excesiva información, tratando de enfocarse en dar respuesta a los objetivos iniciales de la investigación.

3.9. Aspectos éticos

La presente investigación respetó el principio de autoría, citando debida y correctamente a todos los autores mencionados, incluso se respetó la anonimidad de las personas sujetas a la investigación.

IV. RESULTADOS

4.1 Pregunta y respuestas de la entrevista

Pregunta número 1	Respuestas
¿Cuáles fueron sus expectativas antes de llevar el coaching?	De encontrar algo nuevo que me pueda ayudar a mejorar como persona y también poder lograr mis objetivos.
	Me ayudará a ser más disciplinado y a ir por más en mi trabajo y vida personal.
	Averiguar porque era porque no tenía una idea clara solo comentarios de amigos
	Poder definir mis objetivos para poder crecer en mi profesión.
	Que era algo muy subjetivo, no relevante en la mejora o crecimiento de la persona
	Lograr mis objetivos llevando a cabo una serie de pasos.
	Coaching es un proceso de acompañamiento reflexivo y creativo, a través del cual un profesional debidamente capacitado, acompaña a sus clientes a conseguir sus objetivos. El coach les inspira a maximizar su potencial personal y profesional, de un modo no directivo.
	En realidad, no sabía de qué se trataba lo comparaba con coach de fútbol y eso era todo, entonces mis expectativas eran pocas.
Muchas ya que he escuchado de esta disciplina, pero no tenía mucho conocimiento de ello.	

Pregunta número 2

Respuestas

¿Cómo definiría usted qué es el coaching?	
	El coaching es una forma metodológica de alcanzar nuestros objetivos más rápido y utilizando nuestros recursos con el máximo potencial posible.
	Es una metodología que permite al coach orientar a un coachee para conseguir una meta u objetivo planteado
	Yo creo que te ayuda a entrenar tu mente y crear una nueva realidad para ti a nivel personal, profesional e incluso a nivel de relaciones.
	Para mi coaching es una metodología que te ayuda a alcanzar tus objetivos de la mano de una persona especializada que te guía para poder responderte a diferentes preguntas que te ayudan a ver la realidad de otra manera
	Encaminamiento a encontrar respuestas clave mediante preguntas claves
	Coaching es un proceso de acompañamiento reflexivo y creativo, a través del cual un profesional debidamente capacitado, acompaña a sus clientes a conseguir sus objetivos. El coach les inspira a maximizar su potencial personal y profesional, de un modo no directivo.
	Según lo que he aprendido creo que el coaching lo definiría como el proceso por

	el cual por etapas establezco objetivos y trato de cumplirlo a través de opciones teniendo en cuenta mi realidad.
	Lo definiría como el apoyo de una persona para que explote mi talento a través de su apoyo, guía y mentoría.

Pregunta número 3

Respuestas

<p>En su experiencia, después de haber llevado sus sesiones ¿le ha servido el coaching?</p>	Me ha servido mucho porque me ayudó a eliminar mis creencias limitantes y poder avanzar en muchos proyectos.
	Para mejorar la tasa de consecución de metas.
	Yo siento que he podido ver las cosas de otra manera y siempre tener un punto adicional es mejor para que crees realidades distintas a las que estás acostumbrado.
	A mí me ha servido para darme cuenta que puedo confiar más en mí y que puedo alcanzar mis metas con las fortalezas que tengo.
	No he recibido una sesión completa o como tal, de coaching.
	Para apalancar objetivos y poder aumentar su desempeño en el área que elijan (bajar de peso, cambiar de carrera, conseguir un trabajo, iniciar un negocio etc.)
	Sí, me ha servido de mucho ya que he logrado establecer mis metas personales y profesionales, cumplir una por una con éxito y alegría.
	El coaching me ha servido bastante ya que el coach me escuchó sin juzgarme. Se practicó mucho la escucha activa y así pude decir lo que siento sin miedo.

Pregunta número 4

Respuestas

¿Cuáles han sido los beneficios que ha obtenido del coaching de manera personal y profesional?	<p>De manera personal me siento más segura de mí misma, con más autoestima, a nivel profesional alcanzando niveles nunca antes pensados.</p>
	<p>Estoy más seguro de poder cumplir mis objetivos, ya que un objetivo grande lo dividimos en metas pequeñas y alcanzables. Alcanzar mis metas paso a paso me motiva muchísimo para seguir adelante y plantearme nuevas.</p>
	<p>Más que todo a nivel personal, obviamente eso recae en lo profesional porque todo tiene una relación directa, pero sí sentí que pude reconocer muchas cosas que tenía y no me había dado cuenta.</p>
	<p>De manera personal puedo sentirme más segura para hacer mis cosas y de manera profesional me he podido dar cuenta de la infinidad de oportunidades que tengo a mi alcance.</p>
	<p>Esclarecimiento de algunas respuestas.</p>
	<p>Visualizar y delimitar objetivos. Facilita la autonomía y el empoderamiento. Aumento de la flexibilidad mental y mejora de la rigidez mental. Fomentar la creatividad. Mejora la manera de relacionarnos con los demás. Mejora la comunicación.</p>
	<p>Logro de metas con éxito, liderazgo empresarial.</p>
	<p>Práctica de la escucha activa. Mejor relación con mis jefes y compañeros del trabajo.</p>

Pregunta número 5**Respuestas**

Según usted, ¿cuál es su percepción en cuanto el coaching? ¿positiva o negativa?	Positiva
	Positiva
	Positiva porque ayuda a las personas a sentirse mejor.
	Definitivamente positiva
	Neutra, respecto la práctica
	Positiva
	Positiva
	Positiva

Pregunta número 6**Respuestas**

¿Ha escrito, hablado o se ha comunicado con alguien, respecto a sus sesiones de coaching?	Sí me comuniqué con amigos recomendándoles las sesiones, así como a familiares.
	Sí, junto a mi pareja y compañeros de trabajo.
	Sí con algunos amigos y mi enamorada, para contarles algo nuevo
	Sí le comenté a mis padres para preguntarles si notaron cambios.
	Muy ligeramente
	No.
	Sí, con mi familia y algunos colegas
	Algo básico comenté con mis familiares y colegas, pues me pareció muy interesante.

Pregunta número 7**Respuestas**

¿Según su experiencia, ¿considera que se requiere de un servicio continuo de coaching en la empresa? ¿Por qué?	Sí porque nos ayuda personalmente y como equipo a crecer y poder lanzar nuestros sueños con valores, propósito y un excelente clima laboral.
	Sí, creo que es importante para que los colaboradores podamos lograr nuestros objetivos laborales y personales también. Es una ayuda importante.
	Yo creo que sí siempre ayuda tener cositas adicionales.

	<p>Sí, es muy necesario para poder crecer como equipo e individualmente.</p>
	<p>Considero que cada uno tiene una forma original y efectiva de laborar.</p>
	<p>Sí, considero que se debería requerir un servicio continuo, porque siento que he mejorado en mi ámbito personal y profesional.</p>
	<p>Sí, Creo que fue muy corto el tiempo de las sesiones de coaching y muy poco la retroalimentación. Espero aprender más sobre esta disciplina.</p>
	<p>Considero que esta disciplina o herramienta que es el coaching debería darse en todas las empresas peruanas y considero que debería haber sesiones continuas para lograr mis objetivos personales y profesionales a lo largo de mi carrera empresarial.</p>

V. DISCUSIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos pude inferir que hay mucha concordancia con las investigaciones anteriores.

Resumiendo, las respuestas de la pregunta 1, se percibe que hay desconocimiento amplio en cuanto a la disciplina qué es el COACHING y su método GROW. La mayoría de los colaboradores de la empresa no tenían conocimiento previo y/o consideraban este servicio una pérdida de tiempo.

En la pregunta 2 se trató de seguir el objetivo qué consiste en saber la realidad del coachee en cuanto al Coaching y método GROW su realidad y las opciones que tiene para lograr sus objetivos. Resumiendo, las respuestas se perciben que los colaboradores ya al haber recibido el servicio se enfocan a donde quieren llegar, teniendo en cuenta sus nuevos conocimientos del tema.

En la pregunta 3 se deduce que a muchos de los colaboradores al tener opciones y conocimiento del servicio del COACHING y su herramienta GROW ya están más seguros y sienten que les ha servido a conocerse a sí mismos y a establecer sus propias metas.

En la interrogante número 4 Con Kowalski y Peñalver, hay concordancia en cuanto a la importancia del coaching y sus herramientas y en su aplicación a sus colaboradores y como pueden estos ayudar en la mejora de recursos humanos y en la permanencia de sus colaboradores en la empresa. Las respuestas indicaron que hubo muchas cosas positivas en el ámbito personal, profesional y empresarial

Hay concordancia en cuanto a la importancia de los altos jefes en participar y ser los que permitan que el coaching se de en las empresas para llegar a las metas establecidas.

Con Villegas, Farro y Toro, hay concordancia con la pregunta 5 que busca la percepción del modelo GROW los colaboradores, la mayoría consideran que es positiva ya que ha logrado en ellos la fijación de metas y una forma adecuada de cumplirlas, además, consideran que el liderazgo y la armonía en el ambiente laboral es de vital importancia. Que el líder sea un gran motivador para sus colaboradores, que dé retroalimentación y acompañamiento haciendo sentir a su

colaborador parte de la empresa y no más un elemento. Esto hace que el resultado final sea gratificante y el colaborador se ponga la camiseta, todo gracias al coaching.

Desafortunadamente al ser el coaching una herramienta nueva, muchos dueños de empresas y colaboradores no tenían idea de lo que era hasta que en reuniones el coach les explicaba la importancia de esta herramienta en las empresas.

En la etapa de WILL compromiso tenemos dos preguntas que hacen referencia a ello, la pregunta 5 y 6. El compromiso de los colaboradores y su grata experiencia con el método GROW el cual buscarán continuar con el monitoreo y cumplimiento de sus metas, con el apoyo de su COACH.

VI. CONCLUSIONES

1. La aplicación y ejecución del modelo de coaching por parte de la coach en la empresa Mapeos Solutions es percibido de manera positiva ya que los resultados fueron beneficiosos para la organización. A pesar de que la coach ha utilizado diferentes herramientas del coaching, algunos colaboradores desconocían de estas y no las habían relacionado con las reuniones constantes que tenían para lograr sus objetivos.
2. Los colaboradores perciben que la productividad mejoró gracias al uso de las herramientas que la coach usó en sus reuniones empresariales.
3. Los colaboradores perciben que hubo una búsqueda por la armonía laboral por parte de ellos al practicar lo aplicado por la coach en las capacitaciones. Se tuvieron en cuanto valores como la empatía y el respeto en la oficina.
4. Los colaboradores perciben que han logrado su objetivos y metas al aplicar los diferentes métodos del COACHING, aunque fue un poco complicado al principio.
5. Los colaboradores de la empresa MAPEO Solutions perciben que el Coaching ha logrado que en ellos mejore la productividad y se cultiven diferentes valores como la escucha activa, empatía, respeto y armonía laboral en su trabajo. Perciben que las habilidades blandas sería un plus en su desarrollo personal y profesional.

VII. RECOMENDACIONES

• Recomendaciones sobre las sesiones de coaching

Se recomienda que las sesiones de coaching dadas en la empresa se realicen con diferentes coaches para que así los colaboradores identifiquen estilos y escojan con cuál de ellos es que se sienten identificados o se adapte a ellos y sus necesidades.

Debería considerarse con el tiempo la posibilidad de que las sesiones no solo sean solo una vez a la semana o cuando la empresa pasa por un momento difícil, sino que sea parte de su día a día, el coaching debería ser parte de las empresas peruanas ahora.

• Recomendaciones para el coach

Con relación a las sesiones de coaching dadas en la empresa sería bueno que el coach sea una persona certificada con conocimiento en diferentes campos. Conocedor de sus propios patrones comportamentales para así gracias a su experiencia comprender la de sus colaboradores.

Se considera necesario que la dinámica del coach sea enfocada en coaching empresarial y que sean planteados objetivos retadores y asegurarse de que los participantes cuenten con los medios necesarios para alcanzarlos.

Además, se considera necesario que aparte de la función del coach en influir de forma positiva en sus clientes, éste debe estar centrado en las personas de su equipo para así lograr desarrollo de las personas que forman su equipo, de forma que hará todo lo que esté en su mano para que consigan alcanzar su mejor versión y desarrollar su talento y su potencial.

• Recomendaciones para los colaboradores

Se recomienda a los coachees considerar al coaching y a sus herramientas como fuente de autoayuda para lograr sus objetivos y metas.

Se considera recomendable que el coachee se informe y aprenda más de los métodos del coaching para mejorar su desempeño laboral y profesional.

Los colaboradores deberían considerar que el COACHING no es terapia o solucionador de problemas sino una herramienta que les ayude a ellos mismos descubrir su gran potencial y talento.

REFERENCIAS

- Troncos, G. (2018). El Coaching como herramienta para mejorar la productividad laboral de los colaboradores de la empresa Apg Global SAC Callao. In Universidad César Vallejo. Cesar Vallejo.
- Dingman, M. E. (2004). The effects of executive coaching on job-related attitudes. In ProQuest Dissertations and Theses. Regent University.
- Rodríguez-Milhomens, G. (2015). Coaching: el trabajo de conversar. Dixit, 9, 9. <https://doi.org/10.22235/d.v0i9.259>
- Cerdan Quiroz, P. (2018). Coaching y la calidad de servicio al cliente de la empresa GDS del Perú S.A.C. San Miguel, 2018. Universidad César Vallejo.
- Pezo Arteaga, E. (2017). Coaching y Productividad de los colaboradores del área de investigación del Grupo Es Consultores Tarapoto 2016. Universidad César Vallejo.
- Kowalski (2020). "Journal of Continuing Education in Nursing".
- Maldonado (2016). "El coaching como herramienta de desarrollo personal en mujeres entre 25 y 30 años que viven en contextos de violencia familiar"
- Rozalén, M. (2009), "Creencias de autoeficacia y coaching. Como mejorar la productividad de las personas. In IV Jornadas Internacionales Mentoring & Coaching: 22 Universidad – Empresa"
- Peñalver, (2009). "Coaching empresarial. ¿Una herramienta de desarrollo para los tiempos actuales?"
- Villegas (2015). "Influencia del coaching en la gestión de talento humano en la cooperativa de ahorro y crédito fianza y garantías Ltda. Miraflores 2015"

Farro y Toro (2014), "Impacto de la aplicación de coaching para mejorar el clima laboral de la empresa "Taiwán motos" en la ciudad de Chiclayo en el año 2013"

Lozano, (2008), "El coaching como estrategia para la formación de competencias profesionales"

Rozas, (2006), "Desarrollo del coaching en empresas de la octava región"

Mejía Chiang, C., & Jáuregui Machuca, K. (2020). Coaching en las organizaciones: experiencia con personal administrativo en salud. *Revista Universidad & Empresa*, 22(39), 1-26.

Díaz, (2018), "Programa de coaching empresarial basado en el modelo grow para mejorar el desempeño laboral en la piladora nuevo horizonte, monsefu-2018"

Tonato, (2014) "El Coaching y su incidencia en la efectividad gerencial de la lavandería y tintorería Lavaclassic del Cantón Pelileo"

Ravier, L. (2005): Coaching como proceso.

Bradley J. (2007): Editorial Mac Graw Hill. Bogotá. El Coach de Negocios.

Tamayo, & Jaimes (2011) Aplicación del modelo coaching en la empresa construcciones y vías s.a.s Medellín 2010, con el fin de impactar positivamente los niveles de productividad.

Arqueros, (2016) "El proceso de coaching ejecutivo: evaluación de los factores que determinan su eficacia a través de un análisis de discurso"

ANEXOS

ENTREVISTA A COLABORADORES SOBRE EL COACHING EN SU EMPRESA

- 1. ¿Cuáles fueron sus expectativas antes de llevar el coaching?**
- 2. ¿Cómo definiría usted qué es el coaching?**
- 3. En su experiencia, después de haber llevado sus sesiones ¿Cómo le ha servido el coaching?**
- 4. ¿Cuáles han sido los beneficios que ha obtenido del coaching de manera personal y profesional?**
- 5. Según usted, ¿cuál es su percepción en cuanto el coaching?
¿positiva o negativa?**
- 6. ¿Ha escrito, hablado o se ha comunicado con alguien, respecto a sus sesiones de coaching?**
- 7. ¿Según su experiencia, ¿considera que se requiere de un servicio continuo de coaching en la empresa? ¿Por qué?**

MATRIZ DE VALIDACION DE CONTENIDO DE INSTRUMENTO PARA MEDIR LA PERCEPCIÓN DE LA APLICACIÓN DEL MODELO COACHING

N°	Dimensiones/ Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Cuáles fueron sus expectativas antes de llevar el coaching?	X		X		X		Ninguna
2	¿Cómo definiría usted qué es el coaching?	X		X		X		
3	En su experiencia, después de haber llevado sus sesiones ¿Cómo le ha servido el coaching?	X		X		X		
4	¿Cuáles han sido los beneficios que ha obtenido del coaching de manera personal y profesional?	X		X		X		
5	Según usted, ¿cuál es su percepción en cuanto el coaching? ¿positiva o negativa?	X		X		X		
6	¿Ha escrito, hablado o se ha comunicado con alguien, respecto a sus sesiones de coaching?	X		X		X		
7	¿Según su experiencia, ¿considera que se requiere de un servicio continuo de coaching en la empresa? ¿Por qué?	X		X		X		

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): El instrumento presenta suficiencia

Aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir observaciones () No aplicable ()

Juez Validador / Apellidos y Nombres: Ninatanta Alva Jorge Humberto

Criterios:

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende sin dificultad algún enunciado del ítem, es preciso y directo.

Nota: La suficiencia se da cuando los ítems planteados son suficientes para la medir las dimensiones del instrumento.



Ninatanta Alva, Jorge Humberto

DNI 18189264

Firma del Experto

MATRIZ DE VALIDACION DE CONTENIDO DE INSTRUMENTO PARA MEDIR LA PERCEPCIÓN DE LA APLICACIÓN DEL MODELO COACHING

N°	Dimensiones/ Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Cuáles fueron sus expectativas antes de llevar el coaching?	X		X		X		Ninguna
2	¿Cómo definiría usted qué es el coaching?	X		X		X		
3	En su experiencia, después de haber llevado sus sesiones ¿Cómo le ha servido el coaching?	X		X		X		
4	¿Cuáles han sido los beneficios que ha obtenido del coaching de manera personal y profesional?	X		X		X		
5	Según usted, ¿cuál es su percepción en cuanto el coaching? ¿positiva o negativa?	X		X		X		
6	¿Ha escrito, hablado o se ha comunicado con alguien, respecto a sus sesiones de coaching?	X		X		X		
7	¿Según su experiencia, ¿considera que se requiere de un servicio continuo de coaching en la empresa? ¿Por qué?	X		X		X		

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): El instrumento presenta suficiencia

Aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir observaciones () No aplicable ()

Juez Validador / Apellidos y Nombres: Guevara Tirado José Alberto

Criterios:

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende sin dificultad algún enunciado del ítem, es preciso y directo.

Nota: La suficiencia se da cuando los ítems planteados son suficientes para la medir las dimensiones del instrumento.



Firma del Experto

MATRIZ DE VALIDACION DE CONTENIDO DE INSTRUMENTO PARA MEDIR LA PERCEPCIÓN DE LA APLICACIÓN DEL MODELO COACHING

N°	Dimensiones/ Ítems	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Cuáles fueron sus expectativas antes de llevar el coaching?	X		X		X		Ninguna
2	¿Cómo definiría usted qué es el coaching?	X		X		X		
3	En su experiencia, después de haber llevado sus sesiones ¿Cómo le ha servido el coaching?	X		X		X		
4	¿Cuáles han sido los beneficios que ha obtenido del coaching de manera personal y profesional?	X		X		X		
5	Según usted, ¿cuál es su percepción en cuanto el coaching? ¿positiva o negativa?	X		X		X		
6	¿Ha escrito, hablado o se ha comunicado con alguien, respecto a sus sesiones de coaching?	X		X		X		
7	¿Según su experiencia, ¿considera que se requiere de un servicio continuo de coaching en la empresa? ¿Por qué?	X		X		X		

Observaciones (Precisar si hay suficiencia): El instrumento presenta suficiencia

Aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir observaciones () No aplicable ()

Juez Validador / Apellidos y Nombres: Rodríguez Alvarado Ljubica Francesca

Criterios:

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar a la dimensión específica del constructo.

Claridad: Se entiende sin dificultad algún enunciado del ítem, es preciso y directo.

Nota: La suficiencia se da cuando los ítems planteados son suficientes para la medir las dimensiones del instrumento.

Firma del Experto

ANEXO 1 - MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Implementación de un modelo de Valor Compartido para mejorar la conectividad de los clientes del servicio hogar de la empresa Telefónica del Perú S.A.A - Zonal Huaraz.”

nteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores	Muestra	Diseño	Instrumento
<p>¿Cuál es la percepción de la aplicación del modelo coaching, en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions Trujillo, 2021?</p>	<p>Objetivo principal:</p> <p>Determinar la percepción de la aplicación del coaching y la mejora de la productividad en los colaboradores de la empresa Mapeo Solutions en Trujillo, año 2021</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las metas/objetivos a lograr • Analizar la situación empresarial de los colaboradores • Identificar las opciones o alternativas correctas para los colaboradores. • Concientizar a los colaboradores a asumir el cambio. 			<p>Población:8 colaboradores</p>	<p>Método:</p> <p>Diseño:</p>	<p>Entrevista</p> <p>Observación - cronómetro.</p> <p>Observación - Guía de observación.</p>

Tabla 01: Matriz de consistencia

Elaboración: Propia

ANEXO 2 - MATRIZ OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

ÁMBITO TEMÁTICO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORÍAS	SUB CATEGORÍAS
----------------------------	----------------------------------	-----------------------------------	-------------------	-----------------------

APLICACIÓN DEL COACHING

La aplicación del coaching es como llevar a una persona valiosa de donde él o ella está a donde él o ella pueda llegar Cacheiro (2012)

La aplicación del coaching se basa en el uso de diferentes herramientas para el logro de buenos resultados, tenemos al famoso modelo GROW de Graham que se divide en cuatro etapas para lograr las metas establecidas.

- **GOAL:** Determinar las metas a lograr
- **REALITY:** Determinar la situación empresarial de los colaboradores
- **OPTIONS:** Determinar las opciones correctas para los colaboradores
- **WILL:** Concientizar a los colaboradores a asumir el cambio

¿Cuáles fueron sus expectativas antes de llevar el coaching?

¿Cómo definiría usted qué es el coaching?

En su experiencia, después de haber llevado sus sesiones ¿Cómo le ha servido el coaching?

¿Cuáles han sido los beneficios que ha obtenido del coaching de manera personal y profesional?

Según usted, ¿cuál es su percepción en cuanto el coaching? ¿positiva o negativa?

¿Ha escrito, hablado o se ha comunicado con alguien, respecto a sus sesiones de coaching?

¿Según su experiencia, ¿considera que se requiere de un servicio continuo de coaching en la empresa? ¿Por qué?
