

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS PARA OBTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

**EL COACHING ORGANIZACIONAL Y SU APORTACIÓN A LA MEJORA
DE CALIDAD DE SERVICIO EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA**

IMPRESA INTEGRAL, PIURA – 2020

Línea de Investigación:

Recursos Humanos

AUTORES

Br. Gamboa Castro David Abel

Br. Gonzales Apón Manuel Fernando

ASESOR

Mg. Fiesta Dejo, Iris Paola

Piura – Perú

2020

Fecha de sustentación: 2020/10/19

DEDICATORIA

A mis Padres, hermanos, amigos y familiares, quienes siempre me apoyaron en cada uno de mis planes y proyectos.

A los docentes que siguieron de cerca el proceso de esta investigación, y permitieron que se culmine con éxito.

David Abel Gamboa Castro

A mis padres pues ellos son mi mayor motivación y mi fuente de apoyo en todo momento.

A mis hermanos, pues busco ser un ejemplo para ellos.

A mis amigos, quienes confiaron en mí en cada momento y me apoyaron desde el inicio de esta investigación

Manuel Fernando Gonzales Apón

Agradecimiento

A Dios, que me ha regalado la vida y la salud, además ha cuidado a las personas más importantes en mi vida.

A mis Padres, pues me apoyaron en cada uno de mis planes desde el inicio de mi vida profesional.

A cada uno de los docentes que me formaron profesionalmente.

David Abel Gamboa Castro

A mis padres, quienes me permitieron seguir una carrera profesional y me han apoyado incondicionalmente, incluso frente a circunstancias adversas.

A mis hermanos, quienes constantemente me motivaron a culminar esta investigación.

A mis grandes amigos y a mis docentes por su amistad incondicional.

Manuel Fernando Gonzales Apón

Resumen

La presente investigación titulada “El coaching organizacional y su aportación a la mejora de calidad de servicio en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura – 2020”, tuvo como objetivo principal Determinar si el coaching organizacional y su aportación permite a la mejora de calidad del servicio en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura – 2020. El inicio de la investigación fue el desarrollo de la problemática de estudio, con la cual se llegó a la siguiente interrogante ¿De qué manera el coaching organizacional aporta a mejorar la calidad de servicio en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020?, para lo cual se planteó la siguiente hipótesis: El coaching organizacional si mejora la calidad de servicios en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020. Se plantearon los siguientes objetivos específicos: Identificar el nivel de calidad de servicio al cliente de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020. Conocer el nivel de asociación del coaching organizacional y la calidad de servicio de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020. Valorar el desarrollo del coaching organizacional en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral Piura-2020. Esta investigación es de tipo básica correlacional, para la recolección de datos se utilizó la encuesta, a través de su instrumento el cuestionario. La muestra objeto de estudio fue de El tamaño de la población equivale al tamaño de la muestra que asciende a 35 trabajadores. Y principalmente se concluyó que el coaching organizacional influye de manera positiva en la calidad de servicio de acuerdo al valor de la Chi-cuadrada 16,217, lo cual significa que tienen una relación estratégica existente, por lo que se concluye, en la confirmación de la hipótesis planteada.

Palabras claves: coaching organizacional y calidad de servicio

Abstract

The main objective of this research, "Organizational coaching and its contribution to improving the quality of service in the workers of the company Imprenta Integral, Piura - 2020", was to determine whether organizational coaching and its contribution allow for quality improvement. of the service in the workers of the company Imprenta Integral, Piura - 2020. The start of the research was the development of the study problem, which led to the following question: How does organizational coaching contribute to improving quality? of service in the workers of the company Imprenta Integral, Piura- 2020?, For which the following hypothesis was proposed: Organizational coaching if it improves the quality of services in the workers of the company Imprenta Integral, Piura- 2020. The following specific objectives: Identify the level of customer service quality of the company Imprenta Integral, Piura- 2020. Know the level Association of organizational coaching and the quality of service of the company Imprenta Integral, Piura-2020. Assess the development of organizational coaching in the workers of the company Imprenta Integral Piura-2020. This research is of a basic correlational type, for the data collection the survey was used, through its instrument the questionnaire. The sample under study was Population size equals the sample size of 35 workers. And mainly it was concluded that organizational coaching positively influences the quality of service according to the value of the Chi-square 16,217, which means that they have an existing strategic relationship, so it is concluded in the confirmation of the hypothesis raised.

Keywords: Organizational coaching and quality of service

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando el cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la tesis titulada: “El coaching organizacional y su aportación a la mejora de calidad de servicio en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura – 2020” luego de haber culminado nuestros pasos por esta casa de estudio, donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

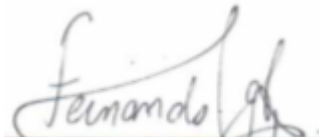
El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración, es producto de una investigación trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria en esta prestigiosa casa de estudios; producto de la orientación y enseñanza desinteresada de nuestros docentes, siendo por ello oportuno para expresarles nuestro más sincero agradecimiento, para poder así brindar un aporte que servirá de base a futuros estudios relacionados con el tema en mención.

Por lo expuesto señores miembros del jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer vuestra gentil atención al mismo.

Atentamente



Br. Gamboa Castro, David Abel



Br. Gonzales Apón, Manuel Fernando

INDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN	IV
ABSTRACT.....	V
PRESENTACIÓN	VI
INDICE	VII
LISTA DE TABLAS.....	IX
LISTA DE FIGURAS	X
I. INTRODUCCION.....	1
1.1. Problema de investigación	2
1.2. Enunciado del problema o interrogante.....	4
1.3. Objetivos	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
1.4. Justificación.....	4
1.4.1. Justificación teórica	5
1.4.2. Justificación metodológica.....	5
1.4.3. Justificación practica.....	5
II. MARCO DE REFERENCIA	6
2.1. Antecedentes	7
2.1.1. Internacional	7
2.1.2. Nacional.....	8
2.1.3. Local	10
2.2. Marco teórico	12
2.2.1. Coaching organizacional.....	12

2.2.1.1. El coach y el Coachee.....	13
2.2.1.2. Etapas del coaching organizacional	13
2.2.1.3. Características del coaching	14
2.2.1.4. Dimensiones del coaching.....	15
2.2.1.5. Características del coach	16
2.2.1.6. Funciones del coach.....	18
2.2.2. Calidad en el servicio.....	19
2.2.2.1. Definición.....	19
2.2.2.2. Dimensiones de la calidad de servicio.....	20
2.2.2.3. Calidad de servicio como ventaja competitiva	23
2.2.2.4. Tipos de calidad de servicio	24
2.3. Marco conceptual	25
2.4. Hipótesis	26
2.5. Operacionalización de variables.....	27
III. METODOLOGIA EMPLEADA.....	30
3.1. Tipo de investigación.....	31
3.2. Población y muestra de estudios.....	31
3.2.1. Población.....	31
3.2.2. Muestra.....	32
3.2.3. Unidad de análisis.....	32
3.3. Diseño de contrastación.....	32
3.4. Técnicas e instrumentos de colecta de datos.....	33
3.5. Procesamiento y análisis de datos	33
IV. PRESENTACION DE RESULTADOS	34
4.1. Análisis e investigación de resultados.....	35
4.2. Resultados cuantitativos	46
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	46
CONCLUSIONES.....	51
RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS.....	53
ANEXOS	55

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 DISTRIBUCION DE LA POBLACION	31
TABLA 2 ASOCIACIÓN DE LAS DIMENSIONES COACHING ORGANIZACIONAL Y CALIDAD EN EL SERVICIO.....	45
TABLA 3 PRUEBA CHI-CUADRADO	46

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA DIMENSIÓN INTRAPERSONAL DE LAS PERSONAS	35
FIGURA 2: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA DIMENSIÓN APTITUD DE LAS PERSONAS.....	36
FIGURA 3: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA DIMENSIÓN INTERPERSONAL DE LAS PERSONAS	37
FIGURA 4: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA DIMENSIÓN COGNITIVA DE LAS PERSONAS.....	38
FIGURA 5: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA DIMENSIÓN CONFIABILIDAD DE LAS PERSONAS	39
FIGURA 6: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA DIMENSIÓN CAPACIDAD DE RESPUESTA EN LAS PERSONAS	40
FIGURA 7: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA DIMENSIÓN SEGURIDAD DE LAS PERSONAS.....	41
FIGURA 8: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA DIMENSIÓN SEGURIDAD DE LAS PERSONAS.....	42
FIGURA 9: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA DIMENSIÓN TANGIBLE DE LAS PERSONAS.....	43
FIGURA 10: DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN LA VARIABLE CALIDAD EN EL SERVICIO.....	44

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Problema de investigación

Rodríguez (2019) sostiene que el coaching es un procedimiento de aprendizaje que consiste en ayudar a la otra persona para que se pueda desarrollar por sí misma, se sienta seguro a la hora de tomar sus decisiones con la finalidad de precisar el potencial y aumentar el rendimiento en el desarrollo de su trabajo. Por ende, aplicando el coaching se obtendrá mejores resultados, y se sentirá seguro a la hora de pensar. El coach es el entrenador que va a asistir a la persona para que pueda aprender en vez de enseñarle, intervendrá para el personal pueda entender y distinguir la situación en la que se encuentra en ese momento. La calidad en el servicio se conforma como uno de los temas con más importancia en una empresa u organización a nivel mundial; además, se orienta a la identificación y determinación del nivel de eficiencia y eficacia que sostienen los trabajadores de una empresa, sea cual sea su tamaño, con respecto al cumplimiento de determinados objetivos laborales.

Uno de los desafíos que presentan hoy en día las empresas es encontrar cuáles son los factores en la motivación y entrenamiento que permitan el incremento del nivel en la calidad de servicio de un grupo de trabajadores. El reto más importante de una organización es establecer actividades para el entrenamiento de sus trabajadores con la finalidad de incrementar el nivel en la calidad en el servicio.

Infante (2019) sostiene que en el Perú hay muchas empresas que ya están adaptadas con el rol de un coach y en consecuencia con la efectividad del coaching profesional esta estrategia a permitido su impresionante crecimiento. Afirma que el coaching no se trata de una moda pasajera; sino que el coaching ha llegado para quedarse, consolidarse y convertirse en una de las actividades estratégicas más importantes en el mundo empresarial del siglo XXI. El coaching es una de las herramientas más utilizadas para el desarrollo de las denominadas “habilidades blandas” que les facilita el logro de resultados positivos en la vida profesional y personal.

El coaching busca impulsar el potencial de las personas, de una forma real, metodológica y estructurada planteando un entorno de crecimiento a

nivel personal y profesional de los trabajadores que están subordinados. Un gran factor de liderar es tener características distintivas en su personalidad, las cuales deben ayudar a los trabajadores a incrementar su rendimiento laboral; así como motivar la productividad mediante un ambiente organizacional, fomentar la integridad y el trabajo en conjunto de los miembros del equipo, comunicaciones interpersonales, la elección correcta de decisiones, resolución de problemas, relaciones asertivas y desarrollar idóneamente un buen clima laboral.

Esta investigación aspira a describir cómo se desenvuelve el desarrollo de una herramienta de coaching de acuerdo con la calidad del servicio de la empresa Imprenta Integral, Piura 2020.

El principal problema de la empresa Imprenta Integral de Piura nace con el incorrecto desempeño de los trabajadores en sus labores, ya que estos desconocen sus funciones, responsabilidades laborales y el correcto manejo de las maquinarias y de la falta de una inducción antes de iniciar sus labores. Asimismo, se puede notar la poca comunicación entre sus directivos y subordinados, escaso trabajo en equipo, limitadas competencias, así como la carencia de políticas motivacionales y reconocimientos.

Otro problema que se evidencia está enfocado en las maquinarias, debido a que estas no cuentan con la constante modernización ni del mantenimiento adecuado dificultándole a la empresa brindar un servicio de alta calidad a sus clientes; lo que conlleva a la poca confiabilidad y seguridad al momento recibir los servicios. Esta problemática genera que la empresa incremente las molestias de sus usuarios.

Teniendo en cuenta el escenario descrito se pretende valorar la herramienta del coaching organizacional a fin de superar los problemas mencionados anteriormente, contribuyendo de esta manera a mejorar la calidad de servicio. Con lo planteado anteriormente, se busca descubrir nuevas habilidades, desarrollar u obtener destrezas necesarias para una mejora, que redundara en un valor agregado que permita al personal desarrollar sus actividades y los objetivos de trabajo.

1.2. Enunciado del problema o interrogante

¿De qué manera el coaching organizacional mejora la calidad de servicio en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar si el coaching organizacional mejora la calidad del servicio en los trabajadores de la empresa imprenta integral, Piura – 2020

1.3.2. Objetivos específicos

- ❖ Identificar los problemas de los trabajadores para favorecer en la gestión del coaching organizacional de la empresa Imprenta Integral Piura-2020”
- ❖ Determinar el nivel de calidad de servicio al cliente de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020.
- ❖ Conocer el nivel de asociación del coaching organizacional y la calidad de servicio de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020.

1.4. Justificación

En los últimos años las organizaciones se han enfocado en desempeñar una mejor función utilizando el coaching como una manera de ayudar a potenciar las aptitudes y motivaciones del personal orientadas al logro de sus objetivos. Del mismo modo con el uso de esta estrategia se busca lograr un ambiente de paz, donde todos se lleven bien, se ayuden mutuamente, trabajen en equipo, fortalezcan su comportamiento y resolver las aptitudes negativas.

En el caso de la empresa objeto de estudio, el coaching se convertirá en la herramienta más indicada que permita revertir las características anteriormente mencionadas. En este sentido, el presente proyecto de investigación busca mejorar el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Imprenta Integral Piura a través de la aplicación de esta técnica.

1.4.1. Justificación teórica

El estudio abordará teorías de diferentes autores acerca del coaching organizacional y la calidad de servicio como marco teórico para fundamentar nuestros conocimientos en la presente investigación.

1.4.2. Justificación metodológica

A través de la utilización del coaching se busca mejorar el rendimiento de los trabajadores de la empresa imprenta integral, obteniendo información a través de cuestionarios que permitirán mejorar los resultados inicialmente obtenidos, bajo el marco de una investigación descriptiva correlacional.

1.4.3. Justificación práctica

Se realizará esta investigación para sustentar y analizar como el coaching organizacional consigue mejorar a los trabajadores, con ello medir su grado de desempeño laboral en la empresa imprenta integral.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacional

Camacho y Espinoza (2016) tiene como título. *“El coaching educativo y el desarrollo socio afectivo como propuesta estratégica de gestión de liderazgo para fortalecer el clima laboral de docentes y directivos del colegio Marco fidel Suárez I.E.D. de Bogotá D.C.”* tesis para optar el título académico de magíster en gestión educativa. Se plantearon como objetivo diseñar una propuesta de gestión basada en el coaching educativo y el desarrollo social afectivo, que busca reforzar el clima laboral de los docentes y directivos del colegio Marco Fidel Suárez I.E.D. de Bogotá D.C. La metodología del trabajo de investigación fue cualitativa y cuantitativa, orientada al estudio de la difícil realidad social. Se recolectó información a través de la técnica de grupo focal y encuestas. La investigación concluyó que el coaching educativo y el desarrollo socio efectivo, ayudan a mejorar y fortalecer el clima laboral de los miembros del colegio Marco Fidel Suárez, porque estabilizan conductas, valores y facilitan instrumentos para mejorar el clima laboral y favorecer la sana convivencia.

Rincon Y Sagastuy (2015), desarrollaron en la universidad católica de Colombia, su trabajo de investigación titulado *“Diagnóstico para mejorar la calidad del servicio al cliente en la post – venta de la compañía Seven Construcciones SAS”*. La metodología del trabajo de investigación fue cuantitativa no experimental, para la obtención de su muestra se usaron un porcentaje de sus compradores; muestras del proyecto Davidia 101 y muestras de navarra 106 de su población Los autores concluyeron que el mayor porcentaje de la población en estudio tiene un concepto bueno respecto al servicio y atención que se le prestó en la sala de ventas y el personal de administración de la Compañía SEVEN CONSTRUCCIONES SAS, la calidad de la información suministrada sobre el proyecto y sobre el proceso de compra un porcentaje importante califican como excelentes los servicios prestados por la constructora; mientras un porcentaje menos significativo lo consideran regulares y malos. Evidenciando que se debe mejorar la calidad del producto terminado ya que se está desmejorando y esto conlleva a una fuente de

pérdidas monetarios y recursos personales.

Castell, Guarnizo, Martinez (2017) tiene como título *“El coaching como estrategia de mejoramiento y liderazgo para la empresa Guapi SAS. En la ciudad de Villavicencio”* tesis para optar el título de especialista en gerencia de proyectos. Se plantearon como objetivo determinar la situación de la empresa y ejecutar el coaching como estrategia de mejoramiento y liderazgo para la empresa Guapi SAS. En Villavicencio. La metodología del trabajo de investigación fue cualitativo tipo descriptivo, con una muestra de 10 colaboradores (administrativos – operativos) su técnica de investigación es la encuesta. Se usaron 10 preguntas para medir y sacar la conclusión si verdaderamente el coaching va influir y mejorar el comportamiento de los colaboradores de la empresa Guapi SAS. La investigación concluye, que se realizó el diagnostico donde se determina que la empresa en la situación que se encuentra, está en la necesidad de implementar el coaching como estrategia de mejoramiento, para capacitar a los trabajadores de la empresa y que tengan un resultado positivo. Hacen referencia, que se espera que la implementación del coaching logre un potencial colectivo de habilidades y capacidades de los miembros de la empresa ya que este les aclara mejores compromisos.

2.1.2. Nacional

Castillo y Castillo (2018) tiene como título *“Propuesta de estrategias de coaching para mejorar la calidad de servicio del restaurante turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017”*, tesis para obtener el título de licenciado en administración hotelera y de servicios turísticos. Planteó como objetivo general proponer estrategias de coaching para mejorar la calidad de servicio del restaurante turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017. El enfoque de la investigación fue cualitativo de tipo inductivo, y diseño no experimental; su población estuvo conformada por 4372 clientes y su muestra es de 134 clientes. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta y su instrumento, el cuestionario. La investigación concluyó que la calidad del servicio del restaurante turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017 es regularmente percibido por

sus clientes, los cuales indican que sus problemas se relacionan con la

atención, la confianza y la seguridad; asimismo indicaron que existen problemas con la asepsia y saneamiento del local, generan mal aspecto sin el uso del uniforme y por último existe un escaso conocimiento de los platos ofrecidos en la carta.

Fustamante y Santisteban (2018) tiene como título *“Propuesta de un programa de coaching para mejorar el desempeño laboral de los docentes en la I.E.P Ciencia College- Morrope, 2018”*, tesis para obtener el grado de título profesional de licenciado en administración. Planteó como objetivo general proponer un programa de coaching para mejorar el desempeño laboral de los docentes en la I.E.P Ciencia Collage-Morrope, 2018. El tipo de investigación utilizada fue descriptiva con diseño no experimental. Su población estuvo conformada por 25 docentes, utilizó la encuesta como técnica para la recopilación de la información y el instrumento escala de Likert. Los autores concluyeron que el desempeño laboral de los maestros es el adecuado y los factores que afectan el desempeño laboral son la oportunidad, el cumplimiento de las normas y el trabajo en equipo; por último, el programa se centró en la captación del mensaje, estrategia metodológica, desarrollo de capacidades, y pertinencia curricular.

Chinchay, Damian y Quiñonez (2018) tiene como título *“Propuesta de un programa de coaching empresarial para mejorar el desempeño laboral en la empresa alianza metalúrgica S.A San Juan De Lurigancho, 2017”*. Tesis para obtener el título de licenciado en administración y gestión de empresas. Plantearon como objetivo general proponer un programa de coaching empresarial para mejorar el desempeño laboral en la empresa Alianza Metalúrgica S.A. el tipo de investigación utilizado fue de diseño no experimental y de enfoque mixto. La población de la investigación estuvo constituida por toda la organización Alianza Metalúrgica del distrito de San Juan de Lurigancho y la muestra fue poblacional; utilizaron la técnica la entrevista y el auto informe. Los autores concluyeron que el programa propuesto para el coaching empresarial incluye charlas, reuniones, capacitaciones; además, se determinaron las teorías de consultoría, teoría formativa de evaluación,

teoría integrativa de passmore, teoría de adherencia de kilburg. También se identificaron características como iniciativa trabajo en equipo, desarrollo de talentos, comunicación; que permitieron que los colaboradores alcanzaran la eficiencia y el potencial para trabajar en equipo ayudando a mejorar la calidad de servicio. Finalmente, se fomentaron estrategias para conocer y autoevaluar las fortalezas del personal.

2.1.3. Local

Carrión (2017), en su investigación *“Modelo de liderazgo basado en el coaching para el directivo de una empresa hotelera en la ciudad de Piura”*, tesis para optar el título de licenciada en administración de empresas. Planteó como objetivo demostrar la necesidad del coaching en el directivo de una empresa hotelera, con este mismo propósito se busca replicar en las demás compañías del mismo rubro. El enfoque de la investigación fue cualitativo y cuantitativo, la metodología utilizada fue analítica – descriptiva y consistió en averiguar sobre los aspectos teóricos para dar un alcance sobre el tema en cuestión. La técnica utilizada fue la encuesta, que se aplicó a quince personas pares o encargados de gerencias. El autor concluyó que los resultados estadísticos obtenidos permiten tener en cuenta la necesidad y la importancia del coaching como una importante herramienta para determinar la situación en la que se ubica la empresa en tiempo real, considerando a la confidencialidad como un aspecto indispensable en el coaching que garantiza su norma de desarrollo. Asimismo, indico que la discreción en la información genera en el entorno de confianza del coach, la empresa y los involucrados, lo que hace posible el logro de los objetivos a seguir.

Valdiviezo (2017), en su estudio *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del banco de crédito del Perú, agencia Piura 2016”*, tesis para optar el título de licenciada en ciencias administrativas. Planteó como objetivo analizar la relación entre calidad del servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones de la agencia principal del banco de crédito, en la ciudad de Piura. El tipo de

investigación fue descriptivo, la técnica que utilizó fue la encuesta, realizada a 363 clientes del banco. Los resultados mostraron un índice de correlacional $r=692>0.3$ con una $sig.=0.000<0.05$, que permite definir la aceptación de la hipótesis que afirma la existencia de una relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. La autora concluyó que en la agencia central del banco de crédito en la provincia de Piura se puede observar una serie de problemas en el servicio que se le brinda al cliente, ya que el banco ha implementado por secciones las colas para la atención al cliente y esto ha generado malestar por las demoras en la atención. Por esa razón se midieron las dimensiones de la calidad del servicio en base al modelo ServQual, que señala la medición de las expectativas como una necesidad, por lo que se propuso medir solo las percepciones. Actualmente, la calidad del servicio que ofrece el banco a los clientes es satisfactoria y su objetivo principal es la entrega de un servicio de calidad que permita que los clientes estén satisfechos.

Pinillos (2019), tiene como título “*Gestión de calidad y coaching en las mype rubro restaurantes de la urbanización la Providencia- Piura, año 2019*”. Tesis para obtener el título profesional de licenciada en administración. Se plantea como objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y coaching de las mype del rubro de restaurantes de la urbanización La Providencia- Piura 2019. El tipo de investigación es cuantitativa y de nivel descriptivo con diseño no experimental. Para la variable coaching la población se conformó con 28 trabajadores y para la variable gestión de calidad su población es de 384 clientes que a su vez será el tamaño de la muestra. La técnica que se aplicó en la investigación es la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. La investigación concluye en que la apariencia que muestran los trabajadores es la idónea para la atención al público, la infraestructura tiene espacios amplios, cómodos y adecuados para la atención y la distribución de ambientes, además tienen mejoras para la accesibilidad de clientes con discapacidades, contando con un personal uniformado para la atención. Por último, el coaching incentiva la

comunicación para mejorar las relaciones interpersonales, recomendando no perder el vínculo y manteniendo un equilibrio emocional, proponiendo actualizar el manual de funciones, comunicar y definir metas según cada función laboral.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Coaching organizacional

Según Lozano (2008), nos explica que es viable y aplicable para cada aspecto de la vida, y a nivel organizacional se transforma en una herramienta la cual servirá para desarrollar y potenciar las capacidades de los colaboradores, líderes y empresarios dirigidos al cumplimiento de las metas organizacionales incrementando la competitividad. A través del coaching se aspira a proporcionar nuevos aprendizajes además de los cambios estructurales en la vida y la profesión de las personas de manera individual. Por otro lado, el coaching no solo está especializado en solo detectar errores, también hace que los individuos reconozcan cuáles son sus propios errores de esta manera cada uno aportara su mejor versión para lograr generar o aprovechar oportunidades y alternativas previamente del descubrimiento de su potencial. Por lo tanto, se constituye en un proceso de intervención o corrección, así como también como de acción pro-activa y reflexión.

Así mismo, Suarez (2013) nos dice que el coaching engloba la creatividad la cual genera alternativas con la finalidad de avivar el potencial y el talento de los individuos, a los cuales conllevara al descubrimiento de nuevas competencias. Además, el coaching es una relación ejecutada a través de un proceso, en donde las principales herramientas para la intervención del Coach (Individuo especializado) en relación al Coachee (Cliente o individuo intervenido) son las preguntas potencializadas, la observación y la escucha activa, con la finalidad de lograr de una manera exitosa el cumplimiento de los objetivos y metas, a través de sus propias competencias y habilidades.

2.2.1.1. El coach y el Coachee

Suarez (2013) nos dice que el coach tiene como funciones principales el poder de la escucha y de la observación, esto se debe a que el coaching inicia desde la creencia del coachee como una persona creativa y con recursos necesarios para lograr las metas y objetivos por sí misma. El Coaching inicia a partir de la presuposición de que las personas individualmente gestionan su vida y durante el proceso del Coaching el coach no tiene por qué decir a sus clientes como llevar su vida o lo que deben hacer o dejar de hacer, debido a que el coachee debe descubrirlo. Por otro lado, el término "Coachee" es referido al cliente y a la vez es la persona que mejor conoce su propia situación, es debido a esto que, el coach nunca debe aconsejar al cliente o dirigir su vida. Uno de los principios básicos del coaching es que el cliente es el único dueño para manipular sus acciones, único en saber su capacidad al afrontar sus decisiones y el responsable de su vida, por lo tanto, el cliente es el único que decide.

2.2.1.2. Etapas del coaching organizacional

Lozano (2008), indica que son 3 las etapas del coaching:

- Primera, se basa en ayudar a plantear el problema para que el coach inicie la revisión de los hechos concretos, con lo que verificara para que no sea el juicio del observador, con la finalidad de evidenciar posibles alternativas de solución.
- Segunda, en esta etapa se cuestionan los ejemplos del coach, con la finalidad de crear una actitud más reflexiva para ayudar a encontrar otras formas para proceder y proseguir con modelos nuevos que faciliten su desempeño laboral en la organización.
- Tercero, se constituye en el que coach puede dar una solución innovadora al problema que se presenta.

Las organizaciones han comenzado a implementar sistemas de coaching como estrategia para mejorar su competitividad. Solo aquellas compañías que se comprometen a innovar son las que pueden mantenerse en el mercado actual de manera competitiva. Por lo mismo, se debe tener en cuenta algunos aspectos intrínsecos para que pueda existir un coaching efectivo en las organizaciones.

2.2.1.3. Características del coaching

- Concreta: Son conductas que tienen la posibilidad de mejorar, a través de un lenguaje claro y directo al punto, animando al coach en ser específico. Se centra en el desempeño del cliente y en los objetivos. El desempeño se puede mejorar únicamente cuando se describe de manera precisa, con la finalidad de que ambas partes entiendan lo que se está discutiendo.
- Interactiva: En esta característica se intercambia información entre las partes, a través de preguntas y respuestas se retroalimentarán con ideas interviniendo tanto el Coach como el Coachee.
- Forma específica: Cuenta con un par de factores primordiales: el flujo de conversación y la meta de la conversación claramente definida, los cuales implican la primera fase en donde se amplía la información, para luego concentrarla en aspectos específicos de acuerdo a la medida de los participantes que lograran la meta pactada al inicio de la conversación.
- Responsabilidad compartida: El coach y el cliente trabajan juntos para una mejora continua en el desempeño laboral. De igual manera, todos los participantes tienen una responsabilidad compartida con el propósito de lograr una conversación útil para la mejora del desempeño
- Respeto: Las empresas que utilizan este proceso comunican a todos sus respetos por el cliente que recibe el Coaching

- El proceso del coaching está concentrado en el desempeño, la cual proporcionara algunas herramientas para cumplir con tres propósitos designados para el gerente o supervisor. Consta de cuatro partes:
- Desarrollar una relación de concordancia.
- Se emplean cuatro roles del coaching centrado en el desempeño: entrenamiento, ajustar el desempeño, mantener el desempeño y resolución de problemas.
- Desarrollar y Mejorar a los empleados.
- Gestionar las recompensas que construyan y fomenten el compromiso y el logro de resultados.

2.2.1.4. Dimensiones del coaching

- Intrapersonal

Según honrubia y lopez (2005), la relación intrapersonal se basa fundamentalmente en el auto-concepto, es decir, la persona identifica desde su percepción los atributos que cree poseer de sí mismo, lo cual comprende sus necesidades, motivaciones y valores que posee. El proceso de identificación de uno mismo, se le denomina autoconocimiento, que conlleva a la autovaloración del propio sujeto reflejándose en la aceptación de sí mismo.

Las relaciones interpersonales son importantes para el establecer lazos de amistad y respeto con las demás personas. Si el sujeto no se conoce a sí mismo ni sus características, difícilmente podrá construir y establecer relaciones con el entorno.

- Aptitud

Aragón y Silva (2008) citaron a (Claparede, 1923) quien define a la aptitud como el conjunto de habilidades innatas que poseen las personas y de la intervención del entorno, las cuales

varían y dependen de acuerdo a las situaciones que se les presente.

En el caso de imprenta integral, la aptitud de nuestros trabajadores, se relaciona con el rendimiento en el desempeño, en sus funciones laborales, y el cumplimiento con el tiempo asignado para sus ejecuciones.

- Interpersonal:

De acuerdo a Bolgeri (2018), la relación interpersonal es el proceso de interacción en donde desarrollamos la imagen con la que nos presentamos ante los demás, lo cual contribuye a adquirir un mayor conocimiento de la persona basado en las interacciones con otros. Por ejemplo, la manera en que nos perciben, la aceptación, aprobación o rechazo. De esta manera, el sujeto puede confirmar, consolidar, modificar o rediseñar su identidad para una mejor vida social.

- Cognitiva:

Kort (2003) La conducta cognitiva o la condición es el procesamiento de información por medio del cerebro, existen tres niveles, procesamiento de lenguaje natural (idioma natal), permite a la persona adquisición de nuevos conocimientos, lenguaje de procesador que le permita la organización a las personas.

Además, la cognición despierta intereses y orienta a la búsqueda de nuevas soluciones sobre diversas situaciones.

2.2.1.5. Características del coach

- Claridad

El Coach garantiza la claridad en su comunicación, ya que las personas no hacen nada o comienzan a fallar, o lo que es peor, asumen lo que deben hacer, estos son errores que cuestan tiempo y dinero.

- Apoyo

Esta característica es para apoyar al equipo, de esta manera aportan la ayuda que se necesita, así como la información, consejos, materiales, o comprensión.

Construcción de confianza: concede a los miembros del equipo generar confianza para que los clientes creen en ellos y en lo que hacen, señalando sus éxitos ocurridos y revisando las causas de los éxitos para otorgar el reconocimiento hacia la excelencia.

- Mutualidad

Compartirán una visión de los objetivos en común. Para cerciorarse de lo anterior, se debe tomar tiempo para explicar en detalle las metas. Cerciorarse que los participantes del equipo respondan preguntas como “¿Por qué esta meta es buena para el equipo o para la organización?”, o “¿Cuáles son los pasos que deben realizarse para lograr las metas? ¿Cuándo?”.

- Paciencia

Estas características junto al tiempo son importantes para prevenir que el coach reaccione de tal manera que se puedan evitar respuestas engañosas, ya que pueden obstruir la confianza del equipo además de la habilidad para pensar y reaccionar.

- Riesgo

Comprende en que los participantes tengan conocimiento de que sus errores no conllevaran a un despido, siempre y cuando los miembros aprendan de ellos.

- Perspectiva

Esta característica tiene relación con la comprensión del punto de vista de los clientes. Se debe preguntar a las personas

para su involucración y así revelar su propia realidad. Para saber mejor que es lo que pasa con los individuos, se deben hacer cada vez más preguntas. Un error sería asumir que ya se sabe lo que piensan y sienten.

- Confidencialidad

Esta característica mantiene resguardada la información de cada miembro del equipo, ya que es la base de la confianza y, por lo tanto, de su credibilidad como líder.

- Respeto

Se implica la actitud que percibe el supervisor o el gerente hacia sus trabajadores. El supervisor o el gerente pueden respetar a sus miembros en un alto grado, por otro lado, también puede comunicarse poco respeto hacia sus trabajadores, siendo algunos factores como contradecir su poca disposición a involucrarse, su ineficiente habilidad para ejercer la paciencia, y su deciente manera de compartir las metas.

2.2.1.6. Funciones del coach

Algunas de las principales funciones:

- Líder visionario inspirador.
- Seleccionador de talentos.
- Define con el cliente su necesidad y objetivo.
- Estratega e innovador.
- Entrenador de equipos.
- Acompaña al cliente en la elaboración de una estrategia.
- Acompañamiento de vendedores en el campo.
- Gestor del trabajo en equipo.
- Consultor de desempeño individual de vendedores.
- Motivador y mentor de desarrollo de carrera.
- Acompaña a la persona o al equipo a descubrir soluciones.
- Hacer que el cliente se responsabilice por sus acciones.

Wolk (2007), en su libro: "Coaching, el arte de soplar brasas", indica que el coaching, a pesar de ser un entrenamiento, también se entiende como una disciplina, arte, procesos, técnicas, estilo de liderazgo, conducción y gerenciamiento. Personalmente se puede entender como un "proceso de aprendizaje"

2.2.2. Calidad en el servicio

2.2.2.1. Definición

Según Christopher Lovelock (2009) nos muestra la calidad en el servicio desde varias perspectivas:

La perspectiva trascendental de la calidad es sinónimo de excelencia innata: es una señal de alto desempeño y de estándares inquebrantables. En esta perspectiva aplicamos la actuación en las artes visuales y se plantea a la gente que aprende a reconocer la calidad solamente a través de la experiencia que se genera por medio de la exposición repetida.

El método basado en el producto: se considera a la variable calidad como medible; se plantea las diferencias de la calidad se refleja en la cantidad de un ingrediente o atributo que posee el producto. Esta perspectiva no toma en cuenta las diferencias entre los gustos, necesidades y preferencias de los clientes.

Las definiciones basadas en el usuario: este punto de vista parte de la supuesta calidad que yace en los ojos del observador. Estos conceptos equiparan la satisfacción máxima con la calidad. Esta perspectiva se orienta hacia la demanda la cual reconoce las necesidades y deseos diferentes de cada cliente.

Método basado en la manufactura: se relaciona la oferta con las prácticas de manufactura. Si la empresa es de servicios, la calidad es impulsada por las operaciones, que a su vez se impulsan por las metas de productividad.

Las definiciones basadas en el valor: se define la calidad en los términos de precio y valor. Además, se puede definir como “excelencia costeable” al intercambiar el desempeño y el precio.

Definir la calidad del servicio puede llegar a ser peligroso, debido a la satisfacción de los clientes respecto a sus expectativas previas, será difícil afirmar que los clientes reciben servicio de buena calidad, debido a que las expectativas de los consumidores son bajas y el servicio es mejor al nivel que se esperaba.

2.2.2.2. Dimensiones de la calidad de servicio

Según los investigadores la naturaleza del servicio exige un método distintivo para definir y medir su calidad. la valoración de la calidad se dificulta por la naturaleza de varios servicios en comparación con el de un bien. Debido a que la mayor parte de clientes participan en la producción de un servicio. Por consecuencia se debe hacer excepciones entre el proceso de la prestación y el resultado del servicio lo que es denominado calidad técnica

De acuerdo con los investigadores Valrie Zeithaml, Leonard Berry y Parasuraman identifican cinco dimensiones que utilizan los clientes para evaluar un servicio, las cuales son:

- Tangibles

Heizer y Render (2004) el componente tangible es un aspecto importante dentro de la calidad en el servicio, aquí se percibe lo bien o mal que se diseña y produce un servicio brindado por la empresa, esto establece una diferencia y ventaja competitiva frente a la competencia.

En el caso de imprenta integral debe contar con equipos modernos (computadoras, las fotocopadoras,+ impresoras), instalaciones visualmente atractivas (infraestructura y

mostrador), condiciones óptimas para los materiales asociados para brindar el servicio (materia prima) y apariencia impecable y profesional de los trabajadores.

- Confiabilidad

Kotler y Keller (2006) definen la confiabilidad como un aspecto importante tanto en la entrega del producto, como al momento de brindar un servicio, siendo esencial que las empresas brinden garantías con la finalidad de incrementar sus ventas. Además, es esencial mantener la calidad del servicio o que este no varíe en grado notorio para que no repercuta en la disminución de la confiabilidad del cliente en la empresa.

La empresa integral, para brindar confiabilidad en sus servicios. Debe cumplir con lo prometido, resolver los problemas de servicio de los clientes, brindar adecuadamente los servicios desde el primer momento y en el tiempo adecuado sin demoras y retrasos. Por último, evitar cometer errores que disminuyan la calidad de servicio.

- Capacidad de respuesta:

Cottle (1991) conceptualiza a la capacidad de respuesta como la actitud que muestran los trabajadores antes los clientes, tanto para ayudarlos y a la vez brindarles un servicio rápido, es decir, el potencial que tienen los trabajadores para establecer un contacto directo y cercano con los clientes y conocer sus necesidades.

En la empresa Imprenta Integral, es necesario brindar capacitaciones a los trabajadores de manera que les sea fácil, entrar en contacto con el cliente y así brindarles una atención rápida. Informar al cliente sobre cómo se brindará el servicio, disponer de voluntad para ayudarlos y responder a sus inquietudes.

- Seguridad

Según Seto (2004) la seguridad son aquellos conocimientos y atención mostrado por el personal y sus habilidades para demostrar credibilidad y confianza al cliente. Por otro lado, tenemos a Peso (2003) que define a la seguridad como un componente importante para el cliente ya que es determinada por la manera en que la empresa que brinde el servicio maneje su información, para ello es importante contar con políticas de seguridad desarrolladas de acuerdo a sus estándares, guías, y procedimientos que lleva a cabo la empresa. Con el fin de garantizar la armonía e integridad del cliente.

La empresa Imprenta Integral tendrá que garantizar la seguridad de los clientes, de manera que, los trabajadores sean capaces de transmitirles confianza a los clientes, haciéndolos sentir seguros con cada transacción realicen. Además, los trabajadores deben ser corteses en todo momento y contar con los conocimientos básicos y necesarios para responder a todas las dudas de los clientes.

- Empatía

De acuerdo con Sanchez (2004) la empatía tiene un papel esencial en el proceso de comunicación, permitiendo establecer un dialogo optimo y una sólida relación interpersonal entre las personas, además se determina como una habilidad para reconocer, comprender y percibir los sentimientos de los demás. Desde el enfoque empresarial tenemos a Setó (2004) que conceptualiza la empatía como la atención individualizada que brindan los trabajadores a los clientes a fin de satisfacer sus necesidades y expectativas.

En la empresa Imprenta Integral queremos es necesario inculcar en los trabajadores la empatía, la cual le va a permitir prestar un servicio o atención individual y personalizada a cada

cliente. Los trabajadores se preocupan por sus clientes y que comprendan sus necesidades y requerimientos.

2.2.2.3. Calidad de servicio como ventaja competitiva

Según Michael Porter (2002), se puede entender que, hoy en día teniendo un ambiente competitivo, existe un gran riesgo debido a que los consumidores perciben pocas diferencias entre las alternativas de los competidores, por lo tanto, escogerán alternativas basadas en precios más bajos y calidad percibida.

De acuerdo a la elevada competencia en el sector de servicios, se convierte de vital importancia que las organizaciones distingan sus productos o servicios de tal forma que sean significativa para los clientes.

La estrategia competitiva puede ser de varias formas en las que un negocio puede lograr ventaja competitiva, para esto una empresa se debe distinguir de su competencia. Para garantizar su éxito, debe consolidarse como el mejor proveedor de las necesidades que buscan los clientes meta.

Esto significa que la ventaja competitiva se debe enfatizar en los atributos que son apreciados por los consumidores en el segmento de mercado, para esto los gerentes deben pensar de una manera sistemática todas las facetas del paquete de servicios.

Por otro lado, también se puede denominar a la ventaja competitiva como una característica de la empresa que puede distinguirse de la competencia, además puede ser posible de mantener, superior a la competencia, difícil de igualar y aplicable a variadas situaciones en el mercado.

La ventaja competitiva aspira a generar un beneficio superior al normal, es decir, le permitirá a la organización conseguir un rendimiento por encima al que se obtiene por la

actividad normal de la organización, es así que podemos traducir en una rentabilidad elevada. La relación puede crecer debido a dos factores, incremento de clientes dispuestos a pagar o una reducción en los costos.

Michael Porter (1992) propone tres estrategias para lograr ventajas competitivas:

- Liderazgo en costos: La organización persigue ser la única capaz de lograr una verdadera ventaja en costos en el sector
- Diferenciación: Adición de atributos y servicios adicionales y diferenciales.
- Enfoque: Estrategia destinada a un segmento particular de clientes. Tiende a la obtención de ventajas en diferenciación y no en costos.

2.2.2.4. Tipos de calidad de servicio

- Calidad técnica:

También llamado como calidad física, es decir, lo se puede medir.

- ✓ El cliente valora en la transacción lo que recibe.
- ✓ Puede ser de una manera bastante objetiva.

- Calidad funcional:

La calidad del servicio toma una vital importancia de cómo se desarrolla, ya que lo que el consumidor observa es la superioridad general del producto o servicio.

En la primera vía se obtiene el producto o servicio final, en la segunda vía se origina una superioridad en cómo se entrega el producto o servicio, debido el consumidor no solamente desea una situación a la medida, también quiere información y apoyo por parte de impresión.

2.3. Marco conceptual

A continuación, se hará uso de un glosario de términos utilizados en el transcurso de todo el documento, mismo que servirá de guía para el lector y sea de fácil entendimiento.

A) Coaching.

Lozano (2008), el Coaching es una herramienta que contribuye al desarrollo de estrategias que favorecen el crecimiento personal y profesional, para la obtención de resultados e incrementar el potencial. El Coaching proviene de la palabra francesa coach que significa carruaje, es decir un vehículo que permite pasar de un sitio A a un sitio B. En términos del Coaching personal y empresarial significa sobrepasar obstáculos, es lograr resultados extraordinarios, hacer cambios significativos.

B) Cliente.

Según Raffino (2020), “el concepto de cliente se utiliza para hacer referencia a las personas o entidades que hacen usufructo de los recursos o servicios que brinda otra”.

C) Estrategia

Morrisey (1993), define a “la estrategia como la dirección en la que una empresa necesita avanzar para cumplir su misión. Esta definición ve a la estrategia como un proceso intuitivo. El cómo llegar ahí se da a través de la planeación a largo plazo y la planeación táctica.”

D) Calidad en el servicio.

Imai (1998) La calidad se refiere, no solo a productos o servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, por todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios.

E) Calidad

Según Deming (1989) “Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede

ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente”.

F) Ventaja competitiva

Según Sevilla (2018) “Una ventaja competitiva es cualquier característica de una empresa, país o persona que la diferencia de otras colocándole en una posición relativa superior para competir. Es decir, cualquier atributo que la haga más competitiva que las demás”.

G) Servicio

Para Richard y Sandhusen (2002) "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".

H) Habilidad

Connell, Sheridan y Gardner (2003) proponen que las habilidades son capacidades bio-psicológicas que tienen las personas y las competencias, el conocimiento y las capacidades que son valoradas por la sociedad y la cultura.

2.4. Hipótesis

El coaching organizacional si aporta en la mejora de la calidad de servicio en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020.

2.5. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable independiente: Coaching Organizacional	Según Lozano (2008), nos dice que el coaching organizacional es viable a nivel empresarial y se transforma en una herramienta con la capacidad de realizar y maximizar las capacidades de las empresas, empresarios y colaboradores cumpliendo con los objetivos organizacionales además de un incremento en la competitividad. Con esta herramienta se obtiene con la finalidad de poder dar facilidades a nuevos cambios estructurales en la vida profesional de los colaboradores de la empresa.	En la realización del coaching organizacional obtendremos cambios estructurales de los cuales la incrementación de la competitividad será parte de un propósito organizacional, donde los integrantes desarrollen una mejor toma de decisiones para lograr el cumplimiento de los objetivos.	Intrapersonal	Autoconocimiento Autovaloración Auto-aceptación	ordinal
			Aptitud	Conocimiento organizacional (gestión de recursos, conocer los objetivos misión y visión). Ejecución eficaz en los procesos	
			interpersonal	Trabajo en equipo Empatía Escucha activa	
			cognitiva	Procesamiento de la información	

				Capacitación	
				Resolución de problemas	
Variable dependiente: Calidad en el Servicio	Es el hábito desarrollado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado. (Pizzo, 2015)	Sentirse cómodo con el servicio, sentirse atendido, satisfecho con el servicio que te están ofreciendo dado que la calidad en el servicio es lo mejor, porque se preocupan por el cliente y atienden lo que necesitan	Confiabilidad	Cumplir con el tiempo prometido del servicio. Disponer soluciones a problemas. Calidad del producto	ordinal
			Capacidad de respuesta	Servicio inmediato. Comunicación de la conclusión del servicio. Disposición a responder dudas.	
			Seguridad	Seguridad en las transacciones.	

			Vigilancia del local.
		Empatía	Atención personalizada. Comprensión de las necesidades de los clientes
		Tangibles	Modernidad en equipos. Estado de las instalaciones físicas. Imagen del personal.

III. METODOLOGIA EMPLEADA

3.1. Tipo de investigación

De acuerdo a la orientación o finalidad:

- Descriptiva

De acuerdo a la técnica de contrastación:

- Correlacional

3.2. Población y muestra de estudios

3.2.1. Población

Según Tamayo (2012) señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

La población que se tomará en el presente estudio estará conformada por todos los trabajadores de la Imprenta Integral SRL- Piura que totalizan 35 trabajadores.

Tabla 1

Distribución de la población

Género de trabajadores	Población	%
Hombres	15	43
Mujeres	20	57
Total	35	100

Fuente: Plantilla de empleados enero 2020

En la siguiente tabla se reporta la cantidad ascendente a 35 trabajadores que se encuentran actualmente laborando en la empresa Imprenta Integral SRL- Piura 2020.

3.2.2. Muestra

Tamayo y Tamayo (2006), define la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada"

El tamaño de la población equivale al tamaño de la muestra que asciende a 35 trabajadores

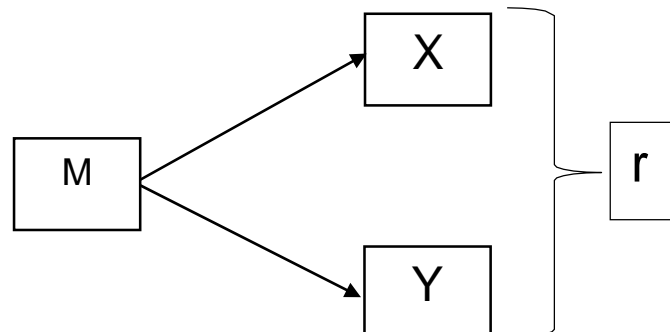
3.2.3. Unidad de análisis

Personal que labora en la empresa Imprenta Integral SRL- Piura 2020

3.3. Diseño de contrastación

En la siguiente investigación se aplicó un diseño de investigación básico-correlacional.

Esquema:



Donde:

M: Personal de trabajo de la empresa Imprenta Integral SRL

X: Coaching organizacional

Y: Calidad de servicio

R: Nivel de relación entre las dos variables

3.4. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

Según Bernal (2010) nos muestra que el cuestionario es un plan de interrogantes diseñadas con el fin de generar información relevante que nos ayude a lograr los objetivos que se presentan en la investigación.

De acuerdo a la naturaleza de los indicadores de la variable dependiente y de la variable independiente, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario, mediante una escala de Likert.

3.5. Procesamiento y análisis de datos

Para la recolección adecuada de los datos y la aplicación de los cuestionarios que se elaboraron, se consideró hacerlo de forma virtual y para ello se utilizó como medio digital un formulario de Google Drive, con el objetivo de facilitar a los encuestados el acceso, la confidencialidad de los datos proporcionados, asegurando el anonimato de los encuestados.

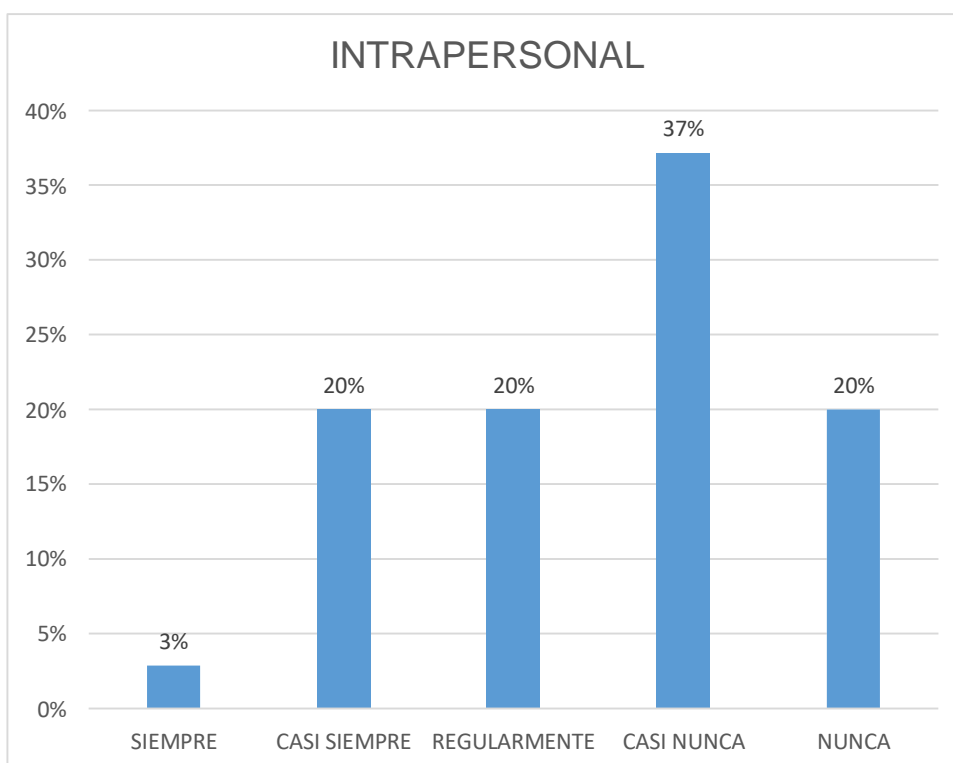
El procesamiento de datos según la estadística descriptiva, se desarrollará mediante el programa SPSS versión 23 y con gráficas que ayudan a hacer más visible los esquemas con ayuda del programa Microsoft Excel del paquete Office 2016. Por otro lado, en la estadística inferencial, con la Prueba de Hipótesis con ayuda de T-student, para hacer claras la contratación de hipótesis.

IV. PRESENTACION DE RESULTADOS

4.1. Análisis e investigación de resultados

- ❖ **Primer objetivo específico:** identificar los problemas de los trabajadores para favorecer en la gestión del coaching organizacional de la empresa Imprenta Integral Piura-2020”

Figura 1: Distribución de los encuestados según la dimensión intrapersonal de las personas



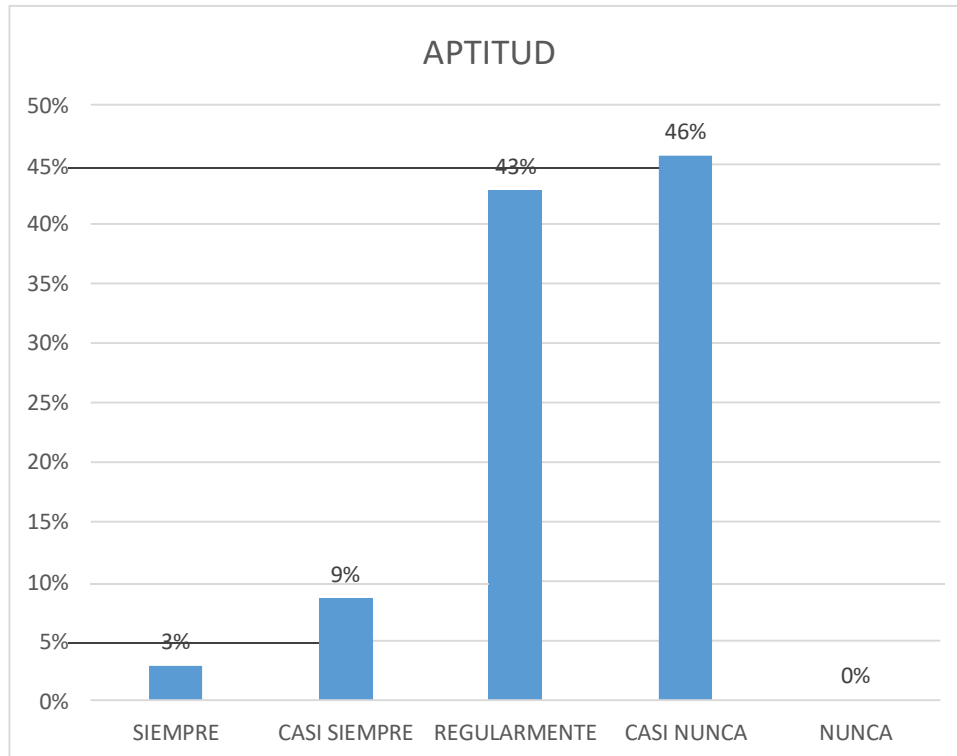
Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores

Elaboración: Por los autores

Interpretación

Respecto a la capacidad de respuesta de la dimensión intrapersonal, se muestra que el 37% (13 encuestados) respondieron que casi nunca tienen autoconocimiento en la empresa. Mientras que el 20% respondieron que casi siempre se aplica. El 20% manifestaron que nunca. El 20% manifestó que regularmente disponen autoconocimiento y finalmente el 3% manifestó siempre.

Figura 2: Distribución de los encuestados según la dimensión aptitud de las personas.



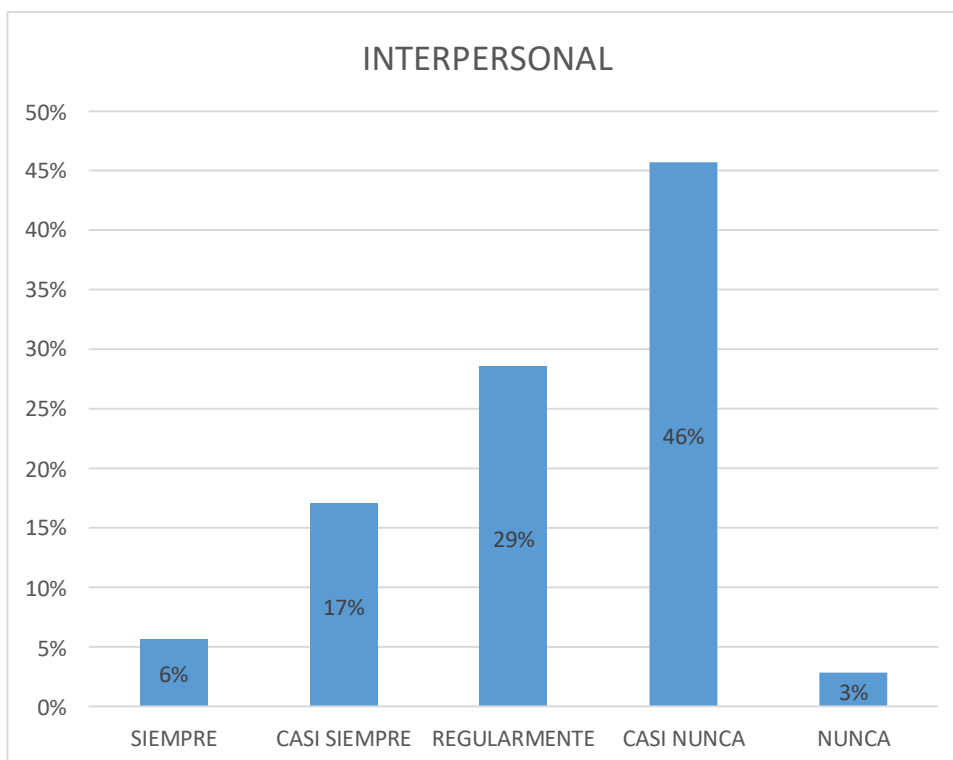
Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores

Elaboración: Por los autores

Interpretación

Respecto a la capacidad de respuesta de la aptitud, se muestra que el 46% (16 encuestados) respondieron que casi nunca disponen conocimiento organizacional en la empresa. Mientras que el 43% respondieron que regularmente se aplica. El 9% manifestaron que casi siempre. El 3% manifestó que siempre disponen conocimiento organizacional en la empresa y finalmente el 0% manifestó que nunca.

Figura 3: Distribución de los encuestados según la dimensión interpersonal de las personas.



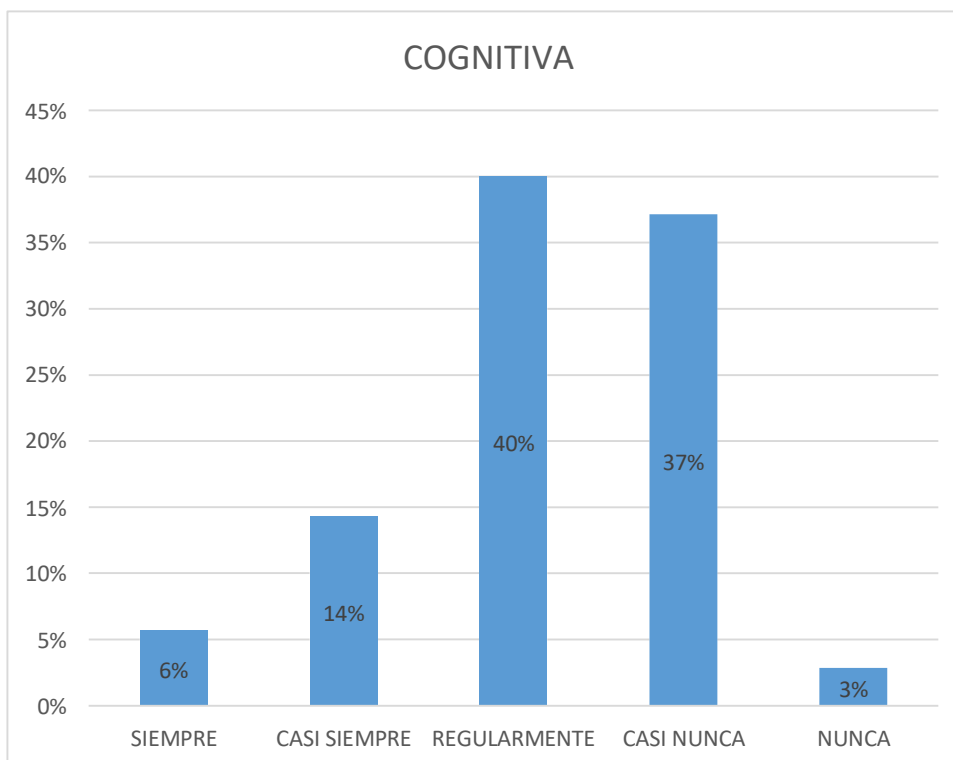
Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores

Elaboración: Por los autores

Interpretación

Respecto a la capacidad de respuesta de la dimensión interpersonal, se muestra que el 46% (16 encuestados) respondieron que casi nunca disponen trabajo en equipo en la empresa. Mientras que el 23% respondieron que regularmente se aplica. El 17% manifestaron que siempre. El 6% manifestó que siempre disponen trabajo en equipo y finalmente el 3% manifestó que nunca.

Figura 4: Distribución de los encuestados según la dimensión cognitiva de las personas.



Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores

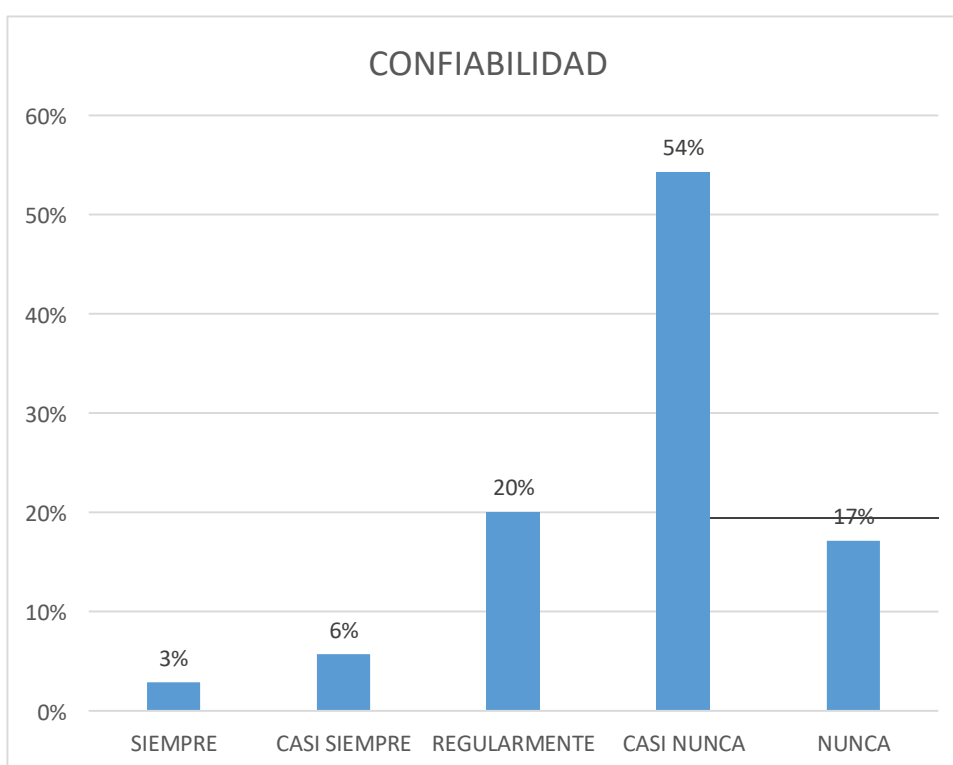
Elaboración: Por los autores

Interpretación

Respecto a la capacidad de respuesta de la calidad de servicio, se muestra que el 40% (14 encuestados) respondieron que regularmente disponen capacitaciones dentro de la empresa. Mientras que el 37% respondieron que casi nunca se aplica. El 14% manifestaron que casi siempre. El 6% manifestó que siempre disponen capacitaciones en la empresa y finalmente el 3% respondieron que nunca.

- ❖ **Segundo objetivo específico:** Identificar el nivel de calidad de servicio al cliente de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020.

Figura 5: Distribución de los encuestados según la dimensión confiabilidad de las personas.



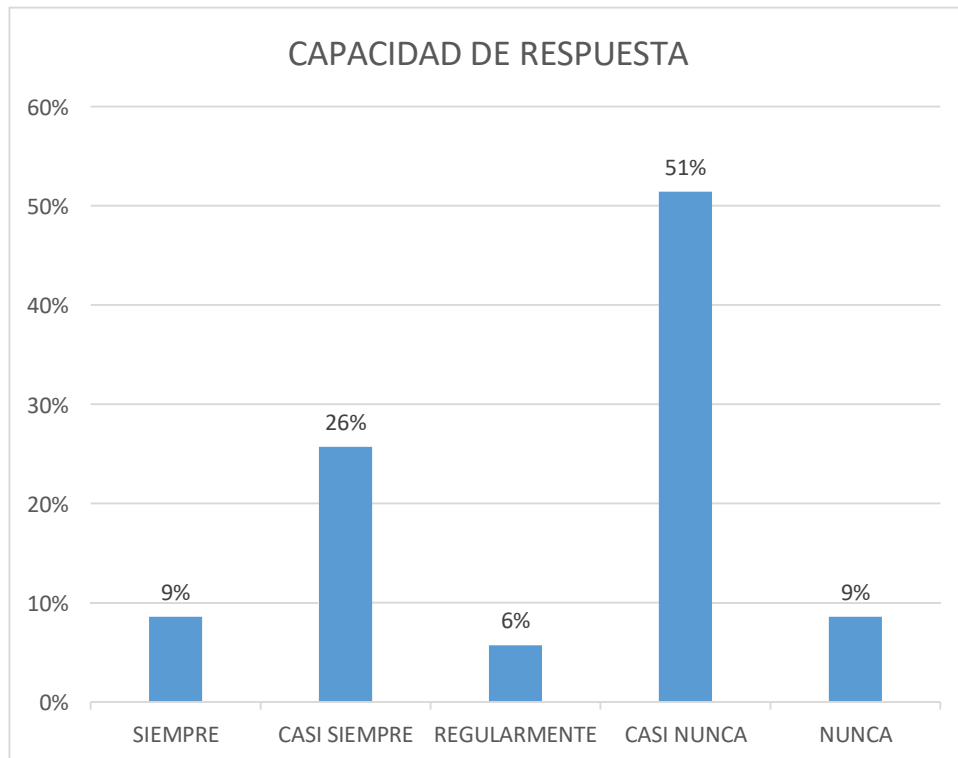
Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores

Elaboración: Por los autores

Interpretación:

Respecto a la confiabilidad de la calidad del servicio, se muestra que el 54% (19 encuestados) respondieron que casi nunca cumplen con el tiempo permitido del servicio de la empresa. Mientras que el 20% respondieron que regularmente si se aplica. El 17% manifestaron que nunca. El 6% manifestó que casi siempre se cumple con el tiempo permitido del servicio y finalmente el 3% manifestó que siempre.

Figura 6: Distribución de los encuestados según la dimensión capacidad de respuesta en las personas.



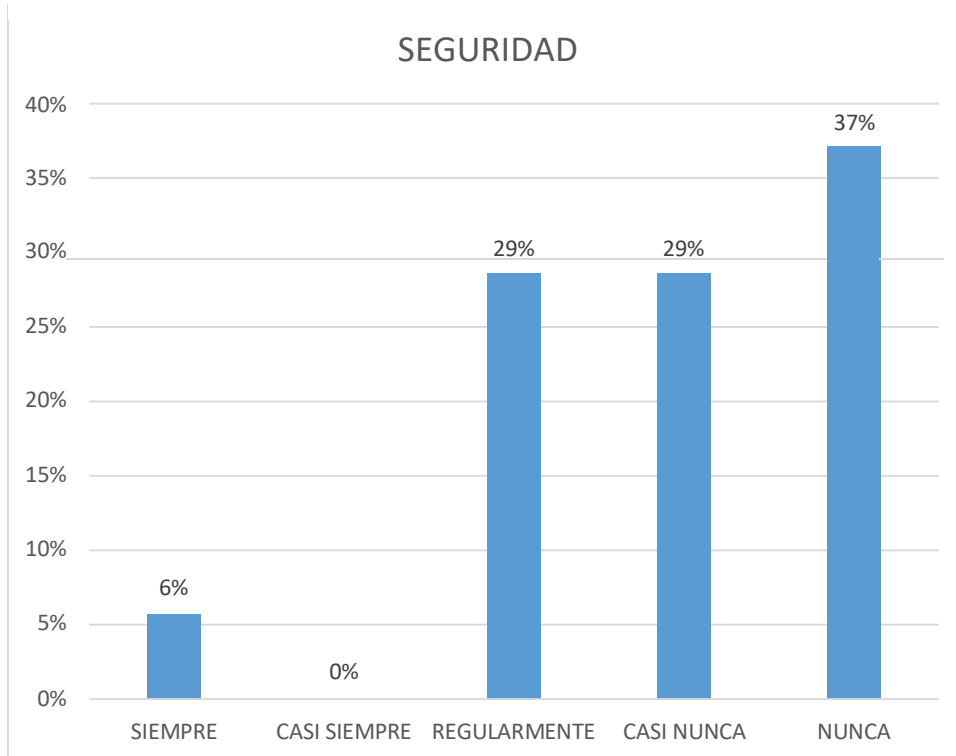
Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores

Elaboración: Por los autores

Interpretación:

Respecto a la capacidad de respuesta de la calidad de servicio, se muestra que el 51% (18 encuestados) respondieron que casi nunca disponen servicio inmediato en la empresa. Mientras que el 26% respondieron que casi siempre se aplica. El 9% manifestaron que siempre. El 9% manifestó que nunca disponen un servicio inmediato soluciones y finalmente el 6% manifestó que regularmente.

Figura 7: Distribución de los encuestados según la dimensión seguridad de las personas.



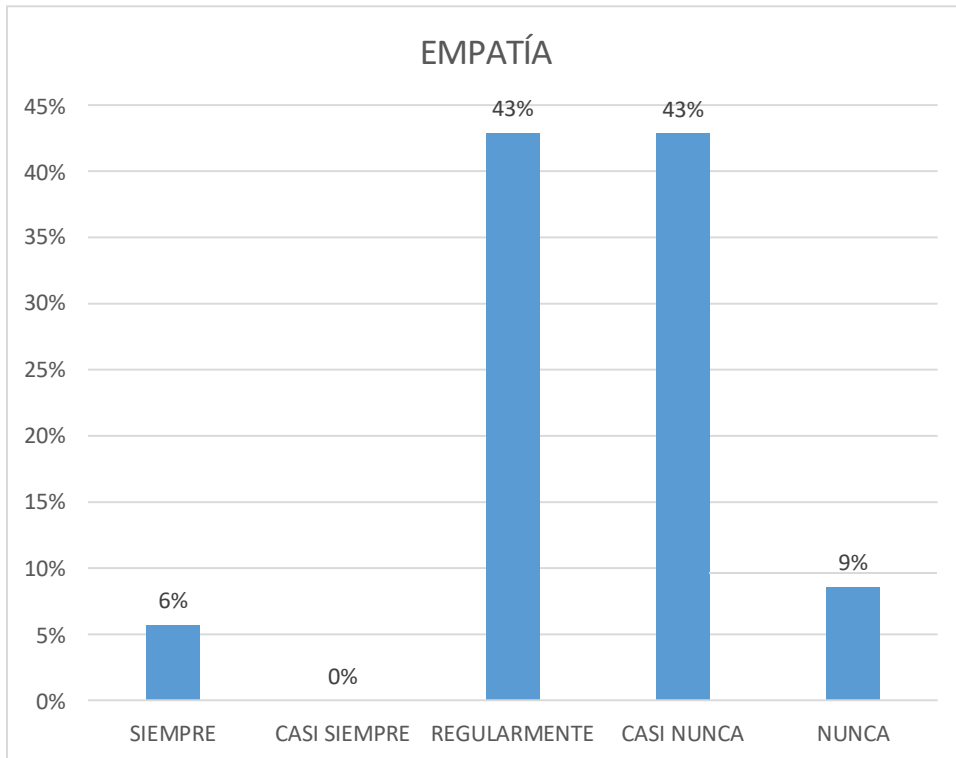
Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores

Elaboración: Por los autores

Interpretación:

Respecto a la capacidad de respuesta de la calidad de servicio, se muestra que el 37% (13 encuestados) respondieron que nunca disponen seguridad en las transacciones en la empresa. Mientras que el 29% respondieron que nunca se aplica. El 29% manifestaron que regularmente. El 6% manifestó que siempre disponen seguridad en las transacciones y finalmente el 0% manifestó que casi siempre.

Figura 8: Distribución de los encuestados según la dimensión seguridad de las personas.



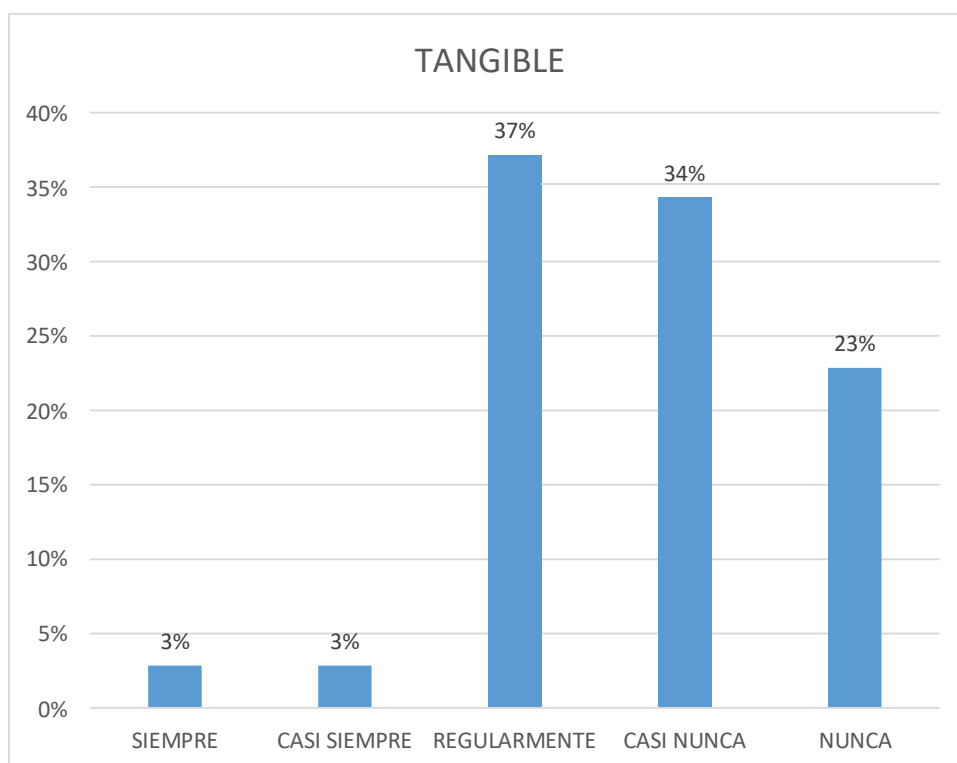
Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores

Elaboración: Por los autores

Interpretación:

Respecto a la capacidad de respuesta de la calidad de servicio, se muestra que el 43% (15 encuestados) respondieron que casi nunca disponen atención personalizada en la empresa. Mientras que el 43% respondieron que regularmente se aplica. El 9% manifestaron que nunca. El 6% manifestó que siempre disponen atención personalizada y finalmente el 0% manifestó que casi siempre.

Figura 9: Distribución de los encuestados según la dimensión tangible de las personas.



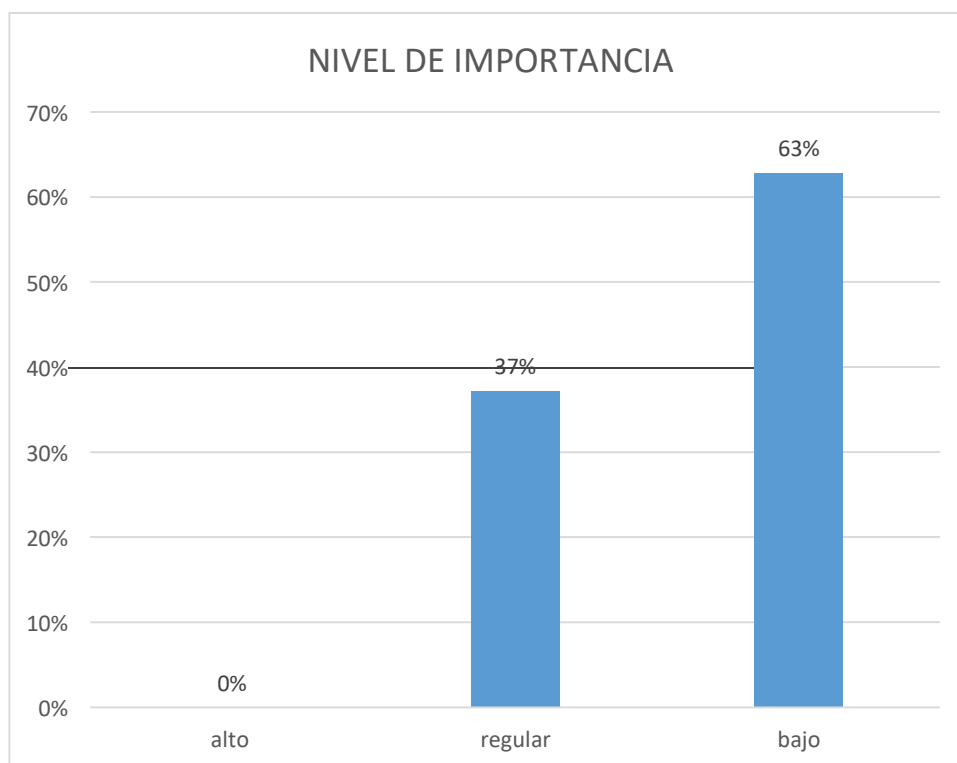
Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores

Elaboración: Por los autores

Interpretación:

Respecto a la capacidad de respuesta de la calidad de servicio, se muestra que el 37% (13 encuestados) respondieron que regularmente disponen modernidad en equipos en la empresa. Mientras que el 34% respondieron que casi nunca se aplica. El 23% manifestaron que nunca. El 3% manifestó que casi siempre disponen modernidad en equipos y finalmente el 3% que siempre.

Figura 10: Distribución de los encuestados según la variable calidad en el servicio



Fuente: encuesta aplicada a los colaboradores
Elaboración: Por los autores

Interpretación:

Del total de los encuestados, el 63% (22 encuestados) respondieron que el nivel de importancia de la calidad de servicio dentro de la empresa es bajo, mientras que un 37% (13 encuestados) respondieron que su nivel de importancia dentro de la empresa es regular.

- ❖ **Tercer objetivo específico:** Conocer el nivel de asociación del coaching organizacional y la calidad de servicio de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020.

Tabla 2 Asociación de las dimensiones coaching organizacional y calidad en el servicio

		valor	Error estándar asintótico	T aproximada	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Spearman	0,649	,079	4,902	,000
N de casos solidos	35				

*Fuente: Prueba Rho de Spearman
Elaboración: Por los autores*

Interpretación:

El coeficiente puede variar de -1 a +1 dependiendo a este, si el resultado del valor absoluto del coeficiente es mayor, más fuerte será la relación entre las variables. De acuerdo a la correlación de Spearman con un valor de 0,669 se puede considerar que el nivel asociación es moderada alta, debido a su aproximación al valor absoluto "1".

4.2. Resultados cuantitativos

- ❖ Objetivo general: Determinar si el coaching organizacional y su aportación permite a la mejora de calidad del servicio en los trabajadores de la empresa imprenta integral, Piura – 2020.

Tabla 3

Prueba Chi-cuadrado

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado	16,217	4	,003
Razón de verosimilitud	21,191	4	,000
Asociación lineal por lineal	14,325	1	,000
N° de casos validos	35		

Fuente: Prueba Chi-cuadrado

Elaboración: Por los autores

Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos el valor de Chi cuadrado calculado es 16,217, por lo tanto, es mayor a Chi-cuadrada tabulada 9,4877 lo cual concluye de manera que se considera la hipótesis afirmativa como validad H1: El coaching organizacional si mejora la calidad de servicios en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020.

V.DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La descripción y el análisis de los diferentes resultados que se obtuvieron a través de la técnica e instrumento que fueron aplicados a los colaboradores de la empresa en investigación, se realizan discusiones que se necesitan para el consolidado de los resultados, de esta manera se conllevara una futura línea para nuevas investigaciones.

Con relación al objetivo general: “Determinar si el coaching organizacional y su aportación permite a la mejora de calidad del servicio en los trabajadores de la empresa imprenta integral, Piura – 2020”. A través de la prueba Chi-cuadrado 16,217 se determinó que el coaching organizacional si aporta y permite mejorar la calidad del servicio en la empresa Imprenta Integral SRL. Como corrobora los autores Castell, Guarnizo y Martinez (2017) la empresa se ve en la necesidad implementar el coaching como estrategia de mejoramiento, para capacitar a los trabajadores de la empresa y que tengan un resultado positivo. Así mismo, según Chinchay, Damian y Quiñonez (2018) el coaching organizacional incluye charlas, reuniones, capacitaciones; además, se determinaron las teorías de consultoría, teoría formativa de evaluación, teoría integrativa de passmore, teoría de adherencia de kilburg. También se identificaron características como iniciativa trabajo en equipo, desarrollo de talentos, comunicación; que permitieron que los colaboradores alcanzaran la eficiencia y el potencial para trabajar en equipo ayudando a mejorar la calidad en el servicio. Finalmente, se fomentaron estrategias para conocer y autoevaluar las fortalezas del personal. De tal manera se considera que el coaching organizacional puede mejorar la calidad de servicio no solo de las personas que laboran dentro de la empresa del análisis de estudio, también puede aplicar en cualquier otra empresa.

Con relación al primer objetivo específico: “identificar los problemas de los trabajadores para favorecer en la gestión del coaching organizacional de la empresa Imprenta Integral Piura-2020”. En la figura 1 se aprecia la distribución de los encuestados según la dimensión: Intrapersonal, el 37% (13 personas) respondieron casi nunca mientras el 20% (7 personas) respondieron que casi siempre consideran ser colaboradores de gran importancia para la empresa, también se puede observar en la figura 2 la cual es la dimensión de aptitud que el 46% (16 encuestados) respondieron casi nunca, mientras que el 9%

(3 encuestados) respondieron que casi siempre tienen un adecuado conocimiento de los objetivos y manejo de recursos de la empresa. En tanto a la figura 3 la cual es la dimensión interpersonal se observa que el 46% (16 encuestados) respondieron casi nunca, mientras que el 17% (6 encuestados) respondieron que casi siempre se promueve el trabajo en equipo y la empatía para lograr una comunicación eficaz con el cliente. Y, por último, en cuanto a la figura 4 la cual es la dimensión cognitiva se puede observar que el 37% (13 encuestados) respondieron casi nunca, mientras que el 14% (5 encuestados) respondieron que casi siempre la empresa les brinda capacitaciones para la resolución de problemas cotidianos. Según desde la perspectiva de Carrión (2017), en su investigación *“Modelo de liderazgo basado en el coaching para el directivo de una empresa hotelera en la ciudad de Piura”* su punto de vista fue que los resultados estadísticos obtenidos permiten tener en cuenta la necesidad y la importancia del coaching como una importante herramienta para determinar la situación en la que se ubica la empresa en tiempo real, considerando a la confidencialidad como un aspecto indispensable en el coaching que garantiza su norma de desarrollo. Asimismo, indico que la discreción en la información genera en el entorno de confianza del coach, la empresa y los involucrados, lo que hace posible el logro de los objetivos a seguir.

Como respuesta al segundo objetivo específico: “Identificar el nivel de calidad de servicio al cliente de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020” según el análisis se puede observar en la figura 5 que el 54% (19 encuestados) respondieron que casi nunca la confiabilidad lo desempeñan en la empresa, mientras que el 3% (1 encuestado) respondieron que es siempre. También, en la figura 6 referente a la distribución de los encuestados según la dimensión: capacidad de respuesta se visualiza que el 51% (18 encuestados) respondieron casi nunca tienen capacidad de respuesta en la empresa, mientras que el 26% (9 encuestados) respondieron que casi siempre y solo el 9% (3 encuestados) respondieron que nunca. En tanto en la figura 7 que el 29% (10 encuestados) respondieron que regularmente la seguridad es aceptada en la empresa, mientras que el 37% (13 encuestados) respondieron que nunca, en la figura 8 referente a la distribución de los

encuestados según la dimensión: empatía, nos indica que el 43% (15 encuestados) respondieron que regularmente tienen empatía con los clientes, mientras que el 9% (3 encuestados) respondieron que nunca. En tanto en la figura 9 que es el 37% (13 encuestados) respondieron que regularmente, mientras que el 24% (12 encuestados) respondieron que casi nunca. Y, por último, el nivel de importancia que se obtuvo de acuerdo a la calidad de servicio por parte de los trabajadores de la empresa Imprenta Integral fue bajo con un 63%, lo cual significa que la empresa ejecutar las mejoras correspondientes. Según Valdiviezo (2017) en su estudio *“Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del banco de crédito del Perú, agencia Piura 2016”* en su investigación la calidad del servicio en base al modelo ServQual, este modelo señala que medir las expectativas es necesario, por lo que se propuso medir solo las percepciones. Hoy en día la calidad del servicio que ofrece el banco a los clientes, es satisfactoria, donde el objetivo principal es entregar un servicio de calidad para que los clientes estén satisfechos, así mismo, según Rincon Y Sagastuy (2015) en su investigación titulada *“Diagnóstico para mejorar la calidad del servicio al cliente en la post-venta de la compañía Seven Construcciones SAS”* su punto de vista fue el mayor porcentaje de la población en estudio tiene un concepto bueno respecto al servicio y atención que se le prestó en la sala de ventas y el personal de administración de la Compañía SEVEN CONSTRUCCIONES SAS, la calidad de la información suministrada sobre el proyecto y sobre el proceso de compra un porcentaje importante califican como excelentes los servicios prestados por la constructora; mientras un porcentaje menos significativo lo consideran regulares y malos. Evidenciando que se debe mejorar la calidad del producto terminado ya que se está desmejorando y esto conlleva a una fuente de pérdidas monetarios y recursos personales.

Como respuesta al último objetivo: “Conocer el nivel de asociación del coaching organizacional y la calidad de servicio de la empresa Imprenta Integral, Piura- 2020”. Se demostró a través de los resultados obtenidos que el coeficiente puede variar de -1 a +1 dependiendo a este, si el resultado del valor absoluto del coeficiente es mayor, más fuerte será la relación entre las variables. De acuerdo a la correlación de Spearman con un valor de 0,669 se puede considerar que el nivel asociación es alta moderada, debido a su aproximación al valor absoluto “1”.

CONCLUSIONES

- ❖ Se determinó que el coaching organizacional aporta de manera positiva en la calidad de servicio de acuerdo al valor de la Chi-cuadrada 16,217, lo cual significa que tienen una relación estratégica existente, por lo que se concluye, en la confirmación de la hipótesis planteada.
- ❖ Se indicó que el desarrollo de un programa de coaching organizacional es el adecuado según los resultados arrojados a través del instrumento utilizado en la investigación, se conoció que, los trabajadores carecen de la inteligencia intrapersonal, no se encuentran totalmente aptos para el desarrollo de sus labores, además de la poca comunicación interpersonal y por último algunos de los colaboradores no cuentan con capacidades cognitivas.
- ❖ El nivel de importancia de la calidad en el servicio por parte de los colaboradores de la empresa Imprenta Integral en el año 2020, se evaluó a través de una encuesta, la cual dio como resultado que las dimensiones de la calidad de servicio como la confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangible, no se les da la respectiva importancia que debería, ya que en el resultado se encuentran en un nivel bajo
- ❖ El coaching organizacional y la calidad en el servicio presentan un valor de 0,669 de acuerdo a la correlación de Spearman, lo cual se puede considerar que el nivel de asociación es moderado, debido a su aproximación al valor absoluto.

RECOMENDACIONES

- ❖ La empresa Imprenta Integral debe aplicar el coaching organizacional para mejorar la calidad de servicio en los colaboradores debido a los resultados arrojados en la investigación, con la finalidad de que la empresa sea reconocida por su gran calidad de atención al cliente.
- ❖ Se les recomienda a los directivos de la empresa Imprenta Integral hacer énfasis en las dimensiones que definen a la calidad de servicio para que sus colaboradores puedan llegar a cumplir con cada uno de los objetivos plasmados.
- ❖ Se recomienda a la empresa Imprenta Integra realizar secciones integrales de conocimiento con sus trabajadores, de esta manera darles a conocer las funciones que la empresa tiene y realiza internamente, de esta forma lograra un autoconocimiento de parte de los trabajadores con la empresa, ya que en la encuesta mostrada señala que de los encuestados el 37% casi nunca tienen autoconocimiento de la empresa.

REFERENCIAS

- Libros

Bernal C. (2010) *“Metodología de la Investigación”* Bogotá, Colombia.

Editorial: Pearson Educación. Tercera edición.

Morrisey, G. (1993) *“El pensamiento estratégico. Construya los cimientos de*

su planeación” Madrid, España. Editorial: Prentice Hall

Hispanoamericana

Lamb. C, Hair. J & McDaniel C. (2002) *“Mercadotecnia”* Ciudad de México,

México. Editorial: Continental. Séptima edición.

Connell, M., Scheridan, K. y Gardner, H. (2003). *“The Psychology of Abilities,*

Competencies and Expertise”. Editorial: Sternberg y E. Grigorenco.

Deming, W. (1989). *“Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis”*.

Editorial: Díaz de Santos.

- Tesis

Castell, Guarnizo, Martinez (2017) *El coaching como estrategia de mejoramiento y liderazgo para la empresa Guapi S.A.S. en la ciudad de*

Villavicencio (tesis de especialidad), cooperación universitaria minutos

de Dios. Recuperado de

https://repository.uniminuto.edu/jspui/bitstream/10656/7114/1/TEPRO_CastellNov

[oaEdgar_2017.pdf](#)

Camacho y Espinoza (2016) *El coaching educativo y el desarrollo socio*

afectivo como propuesta estratégica de gestión de liderazgo para

fortalecer el clima laboral de docentes y directivos del colegio Marco Fide Suárez I.E.D. de Bogotá D.C (tesis de magister), universidad libre Bogotá. Recuperado de

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9748/TESIS.pdf?sequence=1>

Carrión (2017) *Modelo de liderazgo basado en el coaching para el directivo de una empresa hotelera en la ciudad de Piura.* (tesis de licenciatura), universidad de Piura. Recuperado de

https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2869/TSP_AE_001.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valdiviezo (2017) *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del banco de crédito del Perú, agencia Piura 2016*” (tesis de licenciatura), universidad nacional de Piura. Recuperado de

<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1215/ADM-VAL-CAL-18.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Arroyo, M & Burgos, J. (2017). *Propuesta de coaching para mejorar la calidad en el servicio que brindan los conductores de la empresas de taxis*

company vip del distrito de Trujillo 2016.[tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego] recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/3457/1/RE_ADMI_MAYJHA.ARROYO_JORGE.BURGOS_PROPUESTA.DE.COACHING_DATOS.PDF

Castillo, F & Castillo, P. (2017). *Propuesta de estrategias de coaching para mejorar la calidad de servicio del restaurante turístico 25 horas ciudad de Chiclayo 2017* [tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo] recuperado de

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1674/1/TL_CastilloPanduroFatima_CastilloPanduroPierina.pdf

Caruajulca, E & Monzon, G (2016). *Aplicación del coaching organizacional para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de la gerencia de desarrollo económico de la municipalidad provincial Hualgayoc, en la ciudad de Bambamarca- Año2016* [tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Recuperado de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2331/1/RE_ADMI_EDINSON.CARUAJULCA_GERSON.MONZON_APLICACION..DEL.COACHING.ORGANIZACIONAL_DATOS.PDF

Pinillos, N (2019). *Gestión de calidad y coaching en las mype rubro restaurantes de la urbanización La Providencia – Piura, año 2019* [tesis de licenciatura, Universidad Católica De Los Ángeles Chimbote] recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15368/GESTION_DE_%20CALIDAD_COACHIN_PINILLOS_VIGIL_NADIA_NILZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fustamante, M y Santisteban, S (2018) “*Propuesta de un programa de coaching para mejorar el desempeño laboral de los docentes en la I.E.P Ciencia College- Morrope, 2018*” [tesis de licenciatura, Universidad Señor de Sipan] recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5285/Fustamante%20Medina%20%26%20Santisteban%20Sandoval.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chinchay, K, Damian, Y & Quiñonez A (2018) *Propuesta de un programa de coaching empresarial para mejorar el desempeño laboral en la empresa*

alianza metalúrgica S.A. San Juan de Lurigancho, 2017 [tesis de licenciatura, Universidad Peruana de las Américas] recuperado de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/297/PROPUESTA%20DE%20UN%20PROGRAMA%20DE%20COACHING%20EMPRESARIAL%20PARA%20MEJORAR%20EL%20DESEMPE%C3%91O%20LABORAL%20EN%20LA%20EMPRESA%20ALIANZA%20METAL%C3%9ARGICA%20S.A.%20SAN%20JUAN%20DE%20LURIGANCHO%20C%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- **Artículo**

[Infante \(2016\) el futuro del coaching en el Perú. Publicado por El Peruano. Recuperado de <https://elperuano.pe/noticia-el-futuro-del-coaching-el-peru-39314.aspx>](#)

[Saravia \(2019\) la importancia del coaching. Publicado por El Peruano. Recuperado de <http://www.elperuano.pe/noticia-la-importancia-del-coaching-86817.aspx>](#)

- **Sitios web:**

[Raffino, M. \(2020, 28 de mayo\). El concepto de cliente. Consultado el 25 de junio de 2020. <https://concepto.de/cliente/>](#)

[Garcia, O. \(2015, 23 de junio\). Competitividad, concepto e importancia. Consultado el 25 de junio de 2020 <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>](#)

ANEXOS

Anexo N°01: Cuestionario

Estamos realizando una encuesta con la finalidad de recaudar información para elaborar un trabajo de investigación el cual tiene por título:” **“El coaching organizacional y su aportación a la mejora de calidad de servicio en los trabajadores de la empresa imprenta integral, Piura – 2020”**

A continuación, se presentarán unas preguntas a las que deberá marcar con una (X) en la columna de su elección.

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
		Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
INTELIGENCIA INTRAPERSONAL						
1	¿Reconoce usted en sí mismo sus fortalezas y debilidades?					
2	¿Se siente bien consigo mismo o a veces desea ser otra persona?					
3	¿Considera usted que su trabajo realizado es de gran aporte para la empresa?					
APTITUD DE LOS TRABAJADORES						
4	¿Tienes un adecuado manejo de los recursos y maquinarias de la empresa?					
5	¿Conoces la misión, visión y objetivos de la empresa para cumplir adecuadamente el plan de trabajo?					
6	¿Existe control y supervisión en el desempeño de los procesos a fin de incrementar la eficiencia?					
COMUNICACIÓN INTERPERSONAL						
7	¿La empresa promueve el trabajo en equipo entre los trabajadores a fin de obtener mejores resultados?					

8	¿Considera que ser empático y atender todas las necesidades de los clientes mejora la calidad de servicio?					
9	¿Le resulta sencillo establecer comunicación directa y eficaz con el cliente logrando comprenderlo?					
CAPACIDADES COGNITIVAS						
10	¿La empresa les brinda a los trabajadores un sistema donde procesen la información necesaria para el desarrollo del plan de trabajo?					
11	¿La empresa les brinda capacitaciones cada un determinado periodo de tiempo para la constante mejora del servicio al cliente?					
12	¿Cuentan con el conocimiento y autosuficiencia necesaria para resolver problemas cotidianos que se puedan presentar en la empresa?					
CONFIABILIDAD						
13	¿Ante un problema presentado en el instante de la entrega del servicio, ¿es fácil para usted proponer una alternativa de solución?					
14	Según su criterio, ¿cree usted que el cliente queda satisfecho con la entrega y calidad del producto que como trabajador ofrece?					
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
15	¿Consideras que cumples de manera eficiente el tiempo que estableces al momento de entregar un servicio?					

16	¿Considera que, en lo posible, cumple con las expectativas de la empresa al tratar de entregar los trabajos que se le soliciten en el menor tiempo posible?					
17	¿Cuándo algún cliente requiere de su ayuda, no duda en responder sus consultas?					
EMPATIA						
18	¿Se ha preguntado en algún momento si el trabajo que ha ofrecido ha sido eficaz y ha cumplido con las expectativas del cliente?					
SEGURIDAD						
19	¿Estima que todo pago en la empresa se hace de forma segura, de tal forma que el dinero del cliente no pueda incurrir en riesgo?					
TANGIBLE						
20	¿Cuenta con equipos tecnológicos adecuados para una buena vigilancia de la empresa?					

Fuente: Elaboración propia

Anexo N°02: Validaciones

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: “EL COACHING ORGANIZACIONAL Y SU APORTACIÓN A LA MEJORA DE CALIDAD DE SERVICIO EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA IMPRENTA INTEGRAL, PIURA - 2020”

OBJETIVO GENERAL: Determinar si el coaching organizacional y su aportación permite la mejora de calidad de servicio en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura – 2020.

HIPÓTESIS: El coaching organizacional mejora la calidad de servicio de los trabajadores de la Imprenta Integral, Piura – 2020.

JUEZ EXPERTO: Zapata Chau, Jorge

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Magister



FECHA DE REVISIÓN: 19/07/2020

FIRMA: _____

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable independiente: coaching organizacional	Intrapersonal	Autoconocimiento	1. ¿Reconoce usted en sí mismo sus fortalezas y debilidades?	X	X	X	X	
		Autovaloración	2. ¿Se siente bien consigo mismo, o a veces desea ser otra persona?	X	X	X	X	
		Autoaceptación	3. ¿Considera usted que su trabajo realizado es de gran aporte para la empresa?	X	X	X	X	
	Aptitud	Conocimiento organizacional (gestión de recursos, conocer los objetivos, misión y visión)	4. ¿Tiene un adecuado manejo de los recursos y maquinaria de la empresa?	X	X	X	X	
			5. ¿Conoce la misión, visión y objetivo de la empresa para cumplir adecuadamente el plan de trabajo?	X	X	X	X	
		Ejecución eficaz en los procesos	6. ¿Existe control y supervisión en el desempeño de los procesos a fin de incrementar la eficiencia?	X	X	X	X	
	Interpersonal	Trabajo en equipo	7. ¿La empresa promueve el trabajo en equipo entre los trabajadores a fin de obtener mejores resultados?	X	X	X	X	
		Empatía	8. ¿Considera que ser empático y atender todas las necesidades de los clientes, mejora la calidad del servicio?	X	X	X	X	
		Escucha activa	9. ¿Le resulta sencillo establecer comunicación directa y eficaz con el cliente logrando comprenderlo?	X	X	X	X	

	Cognitiva	Procesamiento de la información Capacitación Resolución de problemas	10. ¿La empresa le brinda a los trabajadores un sistema donde procesen la información necesaria para el desarrollo del plan de trabajos? 11. ¿La empresa les brinda capacitaciones cada un determinado periodo de tiempo para la constante mejora del servicio al cliente? 12. ¿Cuentan con el conocimiento y autosuficiencia necesaria para resolver problemas cotidianos que se puedan presentar en la empresa?	X X X	X X X	X X X	X X X		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones	
Variable dependiente: Calidad en el	Confiabilidad	Cumplir con el tiempo prometido del servicio.	1. ¿Consideras que cumples de manera eficiente el tiempo que estableces al momento de entregar un servicio?	X	X	X	X		

servicio	Calidad del producto.	Disponer soluciones a problemas.	2. Ante un problema presentado en el instante de la entrega del servicio, ¿es fácil para usted proponer una alternativa de solución?	X	X	X	X		
			3. Según su criterio, ¿cree usted que el cliente queda satisfecho con la entrega y calidad del producto que como trabajador ofrece?	X	X	X	X		
			4. ¿Considera que, en lo posible, cumple con las expectativas de la empresa al tratar de entregar los trabajos que se le soliciten en el menor tiempo posible?	X	X	X	X		
	Capacidad de respuesta	Servicio inmediato	5. ¿Se ha preguntado en algún momento si el trabajo que ha ofrecido ha sido eficaz y ha cumplido con las expectativas del cliente?	X	X	X	X		
		Comunicación de la conclusión del servicio. Disposición a responder dudas.	6. ¿Cuándo algún cliente requiere de su ayuda, no duda en responder sus consultas?	X	X	X	X		
	Seguridad	Seguridad en las transacciones.	7. ¿Estima que todo pago en la empresa se hace de forma segura, de tal forma que el dinero del cliente no pueda incurrir en riesgo?	X	X	X	X		
		Vigilancia del local.	8. ¿Cuenta con equipos tecnológicos adecuados para una buena vigilancia de la empresa?	X	X	X	X		

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: “EL COACHING ORGANIZACIONAL Y SU APORTACIÓN A LA MEJORA DE CALIDAD DE SERVICIO EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA IMPRENTA INTEGRAL, PIURA - 2020”

OBJETIVO GENERAL: Determinar si el coaching organizacional y su aportación permite la mejora de calidad de servicio en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura – 2020.

HIPÓTESIS: El coaching organizacional mejora la calidad de servicio de los trabajadores de la Imprenta Integral, Piura – 2020.

JUEZ EXPERTO: MERLY LILIANA FLORES ARELLANO **GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO:** MAGÍSTER



FECHA DE REVISIÓN: 27/07/2020 **FIRMA:** _____

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
Variable independiente: coaching organizacional	Intrapersonal	Autoconocimiento	1. ¿Reconoce usted en sí mismo sus fortalezas y debilidades?	X	X	X	X	
		Autovaloración	2. ¿Se siente bien consigo mismo, o a veces desea ser otra persona?	X	X	X	X	
		Autoaceptación	3. ¿Considera usted que su trabajo realizado es de gran aporte para la empresa?	X	X	X	X	
	Aptitud	Conocimiento organizacional (gestión de recursos, conocer los objetivos, misión y visión)	4. ¿Tiene un adecuado manejo de los recursos y maquinaria de la empresa?	X	X	X	X	
			5. ¿Conoce la misión, visión y objetivo de la empresa para cumplir adecuadamente el plan de trabajo?	X	X	X	X	
		Ejecución eficaz en los procesos	6. ¿Existe control y supervisión en el desempeño de los procesos a fin de incrementar la eficiencia?	X	X	X	X	
	Interpersonal	Trabajo en equipo	7. ¿La empresa promueve el trabajo en equipo entre los trabajadores a fin de obtener mejores resultados?	X	X	X	X	
		Empatía	8. ¿Considera que ser empático y atender todas las necesidades de los clientes, mejora la calidad del servicio?	X	X	X	X	
		Escucha activa	9. ¿Le resulta sencillo establecer comunicación directa y eficaz con el cliente logrando comprenderlo?	X	X	X	X	

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tienes coherencia con los indicadores	Tienes coherencia con las dimensiones	Tienes coherencia con las variables	Observaciones
	Cognitiva	Procesamiento de la información Capacitación Resolución de problemas	10. ¿La empresa le brinda a los trabajadores un sistema donde procesen la información necesaria para el desarrollo del plan de trabajos?	X	X	X	X	
			11. ¿La empresa les brinda capacitaciones cada un determinado periodo de tiempo para la constante mejora del servicio al cliente?	X	X	X	X	
			12. ¿Cuentan con el conocimiento y autosuficiencia necesaria para resolver problemas cotidianos que se puedan presentar en la empresa?	X	X	X	X	
Variable dependiente: Calidad en el	Confiabilidad	Cumplir con el tiempo prometido del servicio.	1. ¿Consideras que cumples de manera eficiente el tiempo que estableces al momento de entregar un servicio?	X	X	X	X	

servicio	Calidad del producto.	Disponer soluciones a problemas.	2. Ante un problema presentado en el instante de la entrega del servicio, ¿es fácil para usted proponer una alternativa de solución?	X	X	X	X	
			3. Según su criterio, ¿cree usted que el cliente queda satisfecho con la entrega y calidad del producto que como trabajador ofrece?	X	X	X	X	
			4. ¿Considera que, en lo posible, cumple con las expectativas de la empresa al tratar de entregar los trabajos que se le soliciten en el menor tiempo posible?	X	X	X	X	
	Capacidad de respuesta	Servicio inmediato Comunicación de la conclusión del servicio. Disposición a responder dudas.	5. ¿Se ha preguntado en algún momento si el trabajo que ha ofrecido ha sido eficaz y ha cumplido con las expectativas del cliente?	X	X	X	X	
			6. ¿Cuándo algún cliente requiere de su ayuda, no duda en responder sus consultas?	X	X	X	X	
			7. ¿Estima que todo pago en la empresa se hace de forma segura, de tal forma que el dinero del cliente no pueda incurrir en riesgo?	X	X	X	X	
	Seguridad	Seguridad en las transacciones. Vigilancia del local.	8. ¿Cuenta con equipos tecnológicos adecuados para una buena vigilancia de la empresa?	X	X	X	X	

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: “EL COACHING ORGANIZACIONAL Y SU APORTACIÓN A LA MEJORA DE CALIDAD DE SERVICIO EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA IMPRENTA INTEGRAL, PIURA - 2020”

OBJETIVO GENERAL: Determinar si el coaching organizacional y su aportación permite la mejora de calidad de servicio en los trabajadores de la empresa Imprenta Integral, Piura – 2020.

HIPÓTESIS: El coaching organizacional mejora la calidad de servicio de los trabajadores de la Imprenta Integral, Piura – 2020.

JUEZ EXPERTO: ANIBAL TEOBALDO VERGARA VASQUEZ **GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO:** DOCTOR

FECHA DE REVISIÓN: 19/07/2020

FIRMA: _____

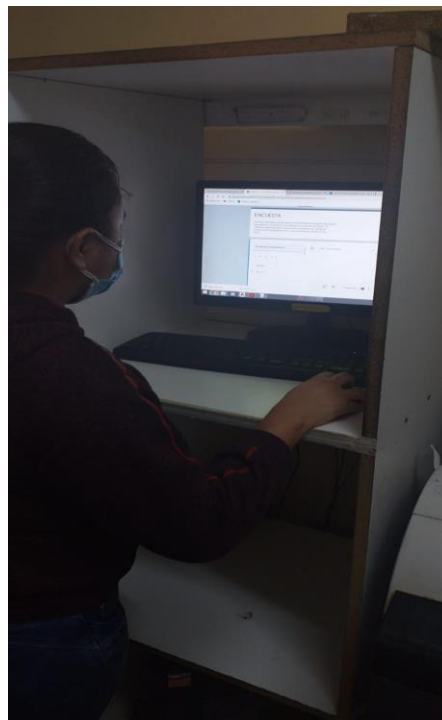
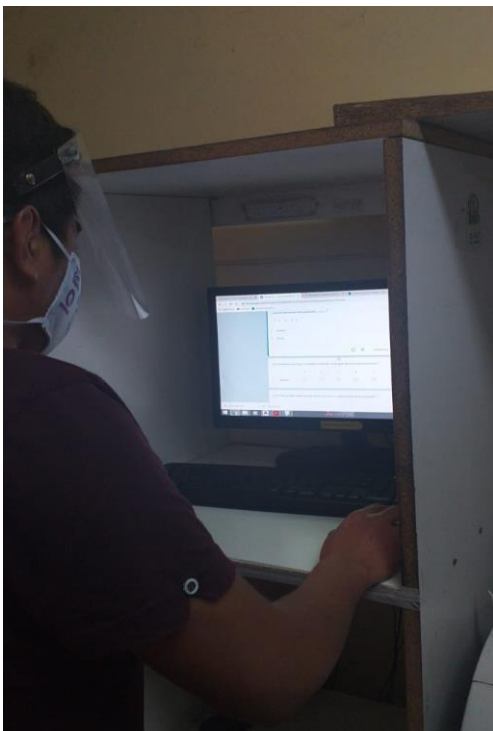
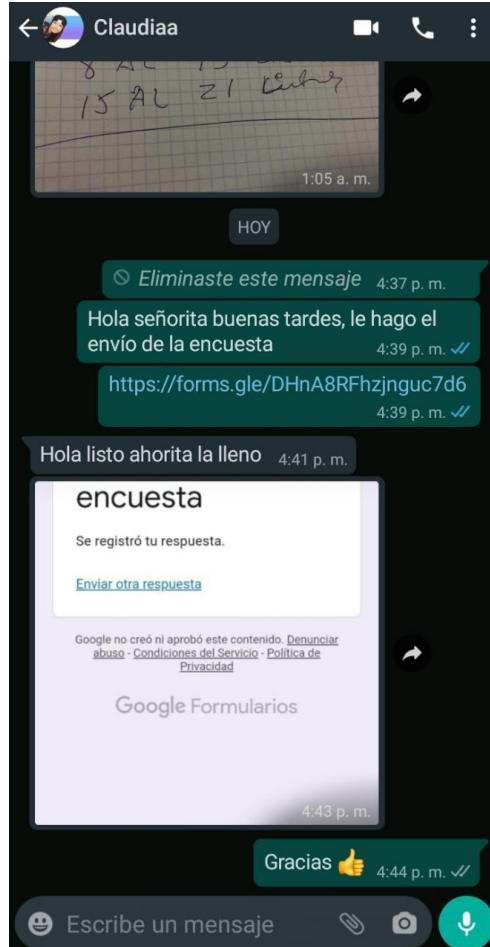
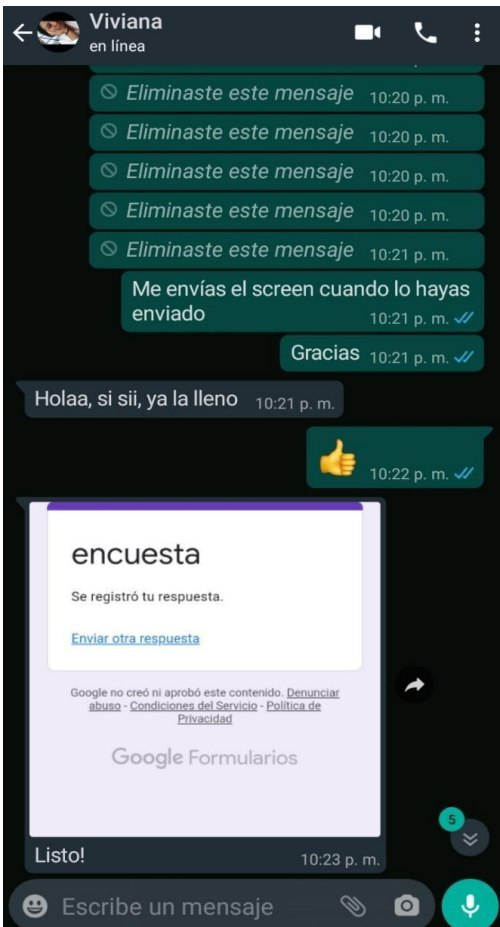


VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tiene coherencia con los indicadores	Tiene coherencia con las dimensiones	Tiene coherencia con las variables	Observación
Variable Independiente: coaching organizacional	Intrapersonal	Autoconocimiento	1. ¿Reconoce usted en sí mismo sus fortalezas y debilidades?	X	X	X	X	
		Autovaloración	2. ¿Se siente bien consigo mismo, o a veces desea ser otra persona?	X	X	X	X	
		Autoaceptación	3. ¿Considera usted que su trabajo realizado es de gran aporte para la empresa?	X	X	X	X	
	Aptitud	Conocimiento organizacional (gestión de recursos, conocer los objetivos, misión y visión)	4. ¿Tiene un adecuado manejo de los recursos y maquinaria de la empresa?	X	X	X	X	
			5. ¿Conoce la misión, visión y objetivo de la empresa para cumplir adecuadamente el plan de trabajo?	X	X	X	X	
		Ejecución eficaz en los procesos	6. ¿Existe control y supervisión en el desempeño de los procesos a fin de incrementar la eficiencia?	X	X	X	X	
	Interpersonal	Trabajo en equipo	7. ¿La empresa promueve el trabajo en equipo entre los trabajadores a fin de obtener mejores resultados?	X	X	X	X	
		Empatía	8. ¿Considera que ser empático y atender todas las necesidades de los clientes, mejora la calidad del servicio?	X	X	X	X	
		Escucha activa	9. ¿Le resulta sencillo establecer comunicación directa y eficaz con el cliente logrando comprenderlo?	X	X	X	X	

	Cognitiva	Procesamiento de la Información Capacitación Resolución de problemas	10. ¿La empresa le brinda a los trabajadores un sistema donde procesen la información necesaria para el desarrollo del plan de trabajos?	X	X	X	X		
11. ¿La empresa les brinda capacitaciones cada un determinado periodo de tiempo para la constante mejora del servicio al cliente?			X	X	X	X			
12. ¿Cuentan con el conocimiento y autosuficiencia necesaria para resolver problemas cotidianos que se puedan presentar en la empresa?			X	X	X	X			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	Redacción clara y precisa	Tiene coherencia con los indicadores	Tiene coherencia con las dimensiones	Tiene coherencia con las variables	Observaciones	
Variable dependiente: Calidad en el	Contabilidad	Cumplir con el tiempo prometido del servicio.	1. ¿Consideras que cumples de manera eficiente el tiempo que estableces al momento de entregar un servicio?	X	X	X	X		

servicio	Disponer soluciones a problemas. Calidad del producto.	2. Ante un problema presentado en el instante de la entrega del servicio, ¿es fácil para usted proponer una alternativa de solución?	X	X	X	X		
		3. Según su criterio, ¿cree usted que el cliente queda satisfecho con la entrega y calidad del producto que como trabajador ofrece?	X	X	X	X		
		4. ¿Considera que, en lo posible, cumple con las expectativas de la empresa al tratar de entregar los trabajos que se le solicitan en el menor tiempo posible?	X	X	X	X		
	Servicio inmediato Comunicación de la conclusión del servicio. Disposición a responder dudas.	5. ¿Se ha preguntado en algún momento si el trabajo que ha ofrecido ha sido eficaz y ha cumplido con las expectativas del cliente?	X	X	X	X		
		6. ¿Cuándo algún cliente requiere de su ayuda, no duda en responder sus consultas?	X	X	X	X		
		7. ¿Estima que todo pago en la empresa se hace de forma segura, de tal forma que el dinero del cliente no pueda incurrir en riesgo?	X	X	X	X		
	Seguridad	Seguridad en las transacciones. Vigilancia del local.	8. ¿Cuenta con equipos tecnológicos adecuados para una buena vigilancia de la empresa?	X	X	X	X	

Anexo N°03: Evidencias



Anexo N°04: Resolución



UPAO

Facultad de Ciencias Económicas

"Año de la Universalización de la Salud"

RESOLUCIÓN N° 0334-2020-FCCEE-D-UPAO

Trujillo, agosto 28 de 2020.

Visto, el expediente organizado por los Bachilleres de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración, egresados de esta Universidad y participantes del Programa de Apoyo y Actualización al Desarrollo de la Tesis PADT – I Filial Piura:

- GAMBOA CASTRO DAVID ABEL
- GONZALES APON MANUEL FERNANDO

Solicitando INSCRIPCIÓN de PROYECTO DE TESIS titulado: "EL COACHING ORGANIZACIONAL Y SU APORTACIÓN A LA MEJORA DE CALIDAD DE SERVICIO EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA IMPRENTA INTEGRAL, PIURA - 2020", para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración, y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante resolución rectoral N° 446-2020-CD/R-UPAO, de fecha 13 de febrero de 2020, se otorgó el Grado de bachiller en Ciencias Económicas a GAMBOA CASTRO DAVID ABEL;

Que, mediante resolución rectoral N° 613-2020-CD/R-UPAO, de fecha 25 de febrero de 2020, se otorgó el Grado de bachiller en Ciencias Económicas a GONZALES APON MANUEL FERNANDO;

Que, de conformidad con lo establecido en los artículos 30°, 31°, 32° y 33°, del Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad, los bachilleres antes mencionados han seguido los trámites para la aprobación y registro del proyecto de tesis;

Que, por proceso de adecuación del nuevo Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad, el proyecto de tesis ha sido objeto de revisión, evaluación y dictamen por el Comité Dictaminador, de conformidad con la resolución N° 0212-2020-FCCEE-D-UPAO;

Que, habiendo cumplido con los procedimientos académicos y administrativos reglamentariamente establecidos, debe autorizarse la aprobación e inscripción del proyecto de tesis en mención, para ingresar a la fase de desarrollo;

Estando a las consideraciones expuestas y en uso a las atribuciones legales conferidas a este Despacho.

SE RESUELVE:

Primero. -

APROBAR el proyecto de tesis con el título "EL COACHING ORGANIZACIONAL Y SU APORTACIÓN A LA MEJORA DE CALIDAD DE SERVICIO EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA IMPRENTA INTEGRAL, PIURA - 2020", presentado por los bachilleres en Ciencias Económicas GAMBOA CASTRO DAVID ABEL Y GONZALES APON MANUEL FERNANDO.

Segundo. -

AUTORIZAR la inscripción en el libro de registro de proyectos de tesis de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración, con el N° 060-2020, cuyo informe deberán presentarlo y sustentarlo, según el cronograma aprobado por el PADT- VERSIÓN I – FILIAL PIURA.

Tercero. -

DESIGNAR como asesora del proyecto de tesis a la Mg. Fiesta Dejo Paola, quien está obligado a presentar a Secretaría Académica los informes mensuales, del avance respectivo, establecidos en el cronograma del PADT I – Filial Piura.

Cuarto. -

DERIVAR al señor Director de la Escuela Profesional de Administración, el expediente con la documentación completa, para que disponga lo que corresponda de conformidad con las Normas y Reglamentos, a fin de que los bachilleres y asesora, cumplan las acciones de su competencia.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.


Decano
Facultad Ciencias Económicas


Secretario Académico
Facultad Ciencias Económicas

C.c. EPA, SA, Asesora, Interesados, PADT I – Filial Piura, Archivo.