



## **El impacto del coaching empresarial en los resultados de ventas de una empresa refresquera**

Claudia Angelica Ochoa Gutierrez<sup>1</sup>, Luis Diego Ruiz Redondo<sup>1</sup>, Mariana Martínez Salinas<sup>1</sup> y Juan Ríos Ponce<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Instituto Tecnológico de Morelia. clauscode@gmail.com

El coaching empresarial ha tomado importancia en los últimos años, ya que los líderes de las empresas se han dado cuenta que para el desarrollo de su empresa no solo deben mejorar sus productos o actualizar sus herramientas de trabajo, deben ver a sus empleados como puntos clave para la evolución de su empresa. En La refresquera mexicana Aga se realizaron sesiones de coaching implementando técnicas para medir las habilidades de comunicación mediante la aplicación de una serie de test: Evaluación Cognitiva de Montreal, Test de los colores y ABAS-II: Sistema de Evaluación de la conducta adaptativa, y posteriormente se midió el desarrollo personal, primero la satisfacción con la escala de felicidad para adultos (EFPA) y después las relaciones interpersonales con el diagnóstico y evaluación de las relaciones interpersonales y sus perturbaciones "Revista Argentina de Clínica Psicológica". En el proyecto se implementó la metodología (la cual es una combinación específica de métodos de autores como Alex Rovira y Jorge Jara para que sea adecuada para la organización) para que AGA lograra ser una empresa de nivel 5. En las sesiones semanales se trataron temas como el ser conscientes de su trabajo y de su persona, para comenzar a cambiar situaciones negativas como el ambiente tenso de trabajo y la impuntualidad. Los datos se recolectaron a través de una evaluación inicial, semanal y una final. Al cabo de 15 semanas se pudieron ver resultados satisfactorios, el ambiente laboral mejoró y la impuntualidad de los trabajadores fue disminuyendo ya que ellos expresaron que ahora se sentían más empáticos con la empresa y sus necesidades, así como más optimistas para lograr los objetivos de la empresa. Todo esto se pudo alcanzar gracias al seguimiento que se les dio a los empleados para que fueran más conscientes de sus acciones y de su trabajo para llegar al punto en que se sintieran identificados con la misión y la visión de la empresa y por consecuencia, aumentaron su productividad y como resultado aumentó EL porcentaje de las ventas.