

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM

RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA ESTRATÉGICA
2	TÍTULO DEL PROYECTO	TRABAJO FINAL PROGRAMA EN COACHING GERENCIAL
3	AUTOR(es)	RADA MATOMA GLORIA MILENA
4	AÑO Y MES	2015, 19 DE OCTUBRE
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	FISCHBACH ASUETA FEDERICO
6	DESCRIPCION ABSTRACTA	<p>Pretendemos con este trabajo entender y adaptar prácticas que nos apoyen en la retención del personal comercial, aprovechando la oportunidad de los conocimientos adquiridos en el diplomado de coaching gerencial y a través de esta herramienta lograr la productividad de la organización, enfocada esta con el equilibrio de las personas que allí laboran, logrando un engranaje en los objetivos de los empleados con los de la organización. Fomentando la motivación y felicidad con el trabajo que el área comercial realiza.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Coaching; Coachee; Coach, preguntas poderosas, modelos mentales.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Consumo másivo.
9	TIPO DE ESTUDIO	TRABAJO APLICADO
10	OBJETIVO GENERAL	Disminuir en un 20% el porcentaje de rotación del área Comercial de Coca Cola Femsa
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1) Aplicación de Coaching como estrategia para lograr la retención del área comercial del Coca Cola Femsa

12	RESUMEN GENERAL	<p>El enfoque para este trabajo es el área comercial, a pesar de la estabilidad laboral que brinda esta organización, vemos como su área comercial tiene alta rotación de empleados, yendo en contravía de la cultura que brinda la compañía a sus colaboradores, generando así grandes pérdidas a la organización. Vemos la oportunidad de a través del coaching generar un modelo que nos permita reducir la deserción del personal de la fuerza de ventas, Para ello el Coach debe tener conocimientos, destrezas, actitudes y comportamientos, que conjugue para crear una relación mutua donde convergan la confianza, el respeto, la empatía, la flexibilidad y la igualdad. Apoyara también a la organización para verificar que procesos se están realizando y que están interfiriendo con la motivación del equipo comercial, y nuestro insumo principal son las preguntas poderosas, obteniendo de estas las respuestas que nos ayudaran a alinear los objetivos de los empleados con la organización, para ello debemos tener en cuenta el modelo mental de los actores y que impide mejorar las relaciones, para así retener el personal. En este proceso es importante que los gerentes se han Coach, el trabajo del coaching en equipo y el manejo de los pasos del Coaching, donde se establezcan acuerdos y se dejen claro las reglas que lo establezcan y la confidencialidad del proceso.</p>
13	CONCLUSIONES.	<p>Desde el Coaching la esencia es demostrar los beneficios de este, generando un ambiente de confianza, donde las personas que no se han vinculado puedan creer en este proceso, y esto se genera mediante una escucha activa, respeto por la persona, tratar de entender, hacer rapport, no juzgar y con preguntas de poder lograr que se pueda reflexionar y analizar que si tenemos oportunidades de mejora, y a través del coaching tenemos múltiples ventajas y beneficios al alcance, y que el proceso de mejoramiento esta en nosotros mismos, y que solo con el apoyo de un experto podemos lograr beneficios que nos hará cambiar situaciones y el resultado es ser más felices y afrontar todo lo que nos proponemos, que no hay techo para el logro de nuestros sueños.</p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/edicion9/sector-destacado-bebidas/tendencia-natural-para-jugos-y-nectares.htm#sthash.5LRm663T.dpuf</p>

