



ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Coaching para el nivel de satisfacción en las socias
empresarias de la empresa Belcorp, Chepen 3152

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE

Maestro en administración de negocios – MBA

AUTORES

Br. Placencia Merino, Geoffrey
Br. Zelada Calderón, Harold Yarlin

ASESOR

Dr. Christian Abraham Dios Castillo

SECCIÓN

Humanidades

LINEA DE INVESTIGACIÓN

Gerencia del Talento Humano

CHICLAYO - PERÚ

2019



DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL JURADO EVALUADOR DE LA TESIS TITULADA:

COACHING PARA EL NIVEL DE SATISFACCION EN LAS
SOCIAS EMPRESARIAS DE LA EMPRESA BELCORP CHEPEN 3152

QUE HA SUSTENTADO DON (DOÑA):

Harold Zelada Calderon

NOMBRES Y APELLIDOS

ACUERDA:

Aprobar por Unanimidad

RECOMIENDA:

Pimentel, 10 de Mayo de 2018

MIEMBRO DEL JURADO

PRESIDENTE: Dra. Mercedes Collazos Alarcon

SECRETARIO: Mg. Tania Yasely Mendoza Banda

VOCAL: Dr. Cristian Abraham Dios Castillo



DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

EL JURADO EVALUADOR DE LA TESIS TITULADA:

COACHING PARA EL NIVEL DE SATISFACCIÓN EN
LAS SOCIAS EMPRESARIAS DE LA EMPRESA
BELCORP, CHEPEN 3152.

QUE HA SUSTENTADO DON (DOÑA):

Geoffrey Prádena Merino

NOMBRES Y APELLIDOS

ACUERDA:

APROBAR POR UNANIMIDAD

RECOMIENDA:

Pimentel, 23 de Agosto de 2018

MIEMBRO DEL JURADO

PRESIDENTE: Dra. Mercedes Bellazos Alarcón

SECRETARIO: MBA: Dania Yarely Mendoza Banda

VOCAL: Dr. Christian José Castillo

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **Harold Yarlin Zelada Calderón** egresado del Programa de Maestría (x) Doctorado () en Maestría en **Administración de Negocios – MBA** de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificado con DNI N° **73432704**.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor de la tesis titulada: **COACHING PARA EL NIVEL DE SATISFACCIÓN EN LAS SOCIAS EMPRESARIAS DE LA EMPRESA BELCORP, CHEPEN 3152**. La misma que presento para optar el grado de: Magíster en Administración de Negocios – MBA.
2. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Chiclayo, 04 de marzo de 2018.

Firma.



Nombres y apellidos: **Harold Yarlin Zelada Calderón**.

DNI: **73432704**.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, **Geoffrey Placencia Merino** egresado del Programa de Maestría (x) Doctorado () en Maestría en **Administración de Negocios – MBA** de la Universidad César Vallejo SAC. Chiclayo, identificado con DNI N° **44371677**.

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

1. Soy autor de la tesis titulada: **COACHING PARA EL NIVEL DE SATISFACCIÓN EN LAS SOCIAS EMPRESARIAS DE LA EMPRESA BELCORP, CHEPEN 3152**. La misma que presento para optar el grado de: Magíster en Administración de Negocios – MBA.
2. La tesis presentada es auténtica, siguiendo un adecuado proceso de investigación, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. La tesis presentada no atenta contra derechos de terceros.
4. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados.

Por lo expuesto, mediante la presente asumo frente a LA UNIVERSIDAD cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido de la tesis así como por los derechos sobre la obra y/o invención presentada. En consecuencia, me hago responsable frente a LA UNIVERSIDAD y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar a LA UNIVERSIDAD o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en la tesis presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello. Así mismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para LA UNIVERSIDAD en favor de terceros con motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido de la tesis.

De identificarse algún tipo de falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo S.A.C. Chiclayo; por lo que, LA UNIVERSIDAD podrá suspender el grado y denunciar tal hecho ante las autoridades competentes, ello conforme a la Ley 27444 del Procedimiento Administrativo General.

Chiclayo, 04 de marzo de 2018.

Firma. 

Nombres y apellidos: **Geoffrey Placencia Merino**.

DNI: **44371677**.

DEDICATORIA

Eres una mujer luchadora y me llena de orgullo, te quiero mucho y no abra manera de como devolverte todo lo que me has ofrecido. Esta tesis es un logro más que llevo a cabo, y sin lugar a dudas ha sido en gran parte a ti; no sé en dónde estaría de no ser por tu gran ayuda, cariño y amor.

Gracias madre.

Geoffrey Placencia Merino.

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional. A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo, así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

Harold Yarlin Zelada Calderón.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, expresamos nuestro agradecimiento al director de esta tesis Magistral, DR. CHRISTIAN ABRAHAM DIOS CASTILLO, por la entrega y sustento que ha brindado a este trabajo, por el respeto a mis sugerencias e ideas y por la dirección y el rigor que ha facilitado a las mismas. Quien a lo largo de este tiempo han puesto a prueba sus capacidades y conocimientos en el desarrollo de esta tesis el cual ha finalizado llenando todas nuestras expectativas. A nuestros padres quienes a lo largo de toda nuestra vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyeron en nosotros en todo momento y no dudaron de nuestras habilidades. A nuestros profesores a quienes les debemos gran parte de nuestros conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió y abre sus puertas a jóvenes como nosotros, para prepararnos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien y exitosas.

Los Autores.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En concordancia y cumplimiento de las normas que estipula el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo se pone a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: Elaboración de estrategias de motivación para mejorar el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa Belcorp Chepén 3152; Con la cual pretendo obtener el Grado de Administración.

El informe de tesis es con la finalidad de elaborar estrategias de motivación para mejorar el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa Belcorp Chepén 3152.

La tesis está estructurada en cuatro capítulos: capítulo I: Introducción; capítulo II: Marco teórico, capítulo III: Marco metodológico y capítulo IV: Resultados. Finalmente se tuvo en cuenta las conclusiones que son lo más importante de la investigación, las sugerencias, las referencias bibliográficas y los anexos que evidencian la investigación.

Estoy dispuesto a recibir las recomendaciones para enriquecer en sus partes la investigación que será en beneficio para la empresa BELCORP.

Los autores.

ÍNDICE

DICTAMEN DE SUSTENTACIÓN DE TESIS	ii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	iii - iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
PRESENTACIÓN	vii
ÍNDICE	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	13
1.1 Realidad Problemática... ..	14
1.2 Trabajos Previos... ..	18
1.3 Teorías Relacionadas al tema	26
1.4 Formulación del Problema	39
1.5 Justificación del Estudio.....	39
1.6 Hipótesis.....	40
1.7 Objetivos.....	41
II: MÉTODO	42
2.1 Diseño de Investigación.....	43
2.2 Variables, Operacionalización	43
2.3 Población y Muestra	49
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad.....	50
2.5 Métodos de Análisis de Datos... ..	50
2.6 Aspectos Éticos	51
III: RESULTADOS	52
IV: DISCUSIÓN	81
V: CONCLUSIONES	85
VI: RECOMENDACIONES	87
VII: PROPUESTA	89
VIII: REFERENCIAS	105
IX: ANEXOS	110
Encuesta	111

Lista de Cotejo.....	113
Matriz de Consistencia.....	116
Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis	118
Autorización de Publicación de Tesis.....	119
Reporte de Turnitin.....	121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01	Incentivos y recomendaciones	53
Tabla N° 02	Retribución	55
Tabla N° 03	condiciones de trabajo.....	57
Tabla N° 04	Herramientasy Materiales	59
Tabla N° 05	Relación con jefe inmediato	61
Tabla N° 06	Relación con sus compañeros de Trabajo... ..	63
Tabla N° 07	Capacitación Recibida	65
Tabla N° 08	Resultados de Capacitación	67
Tabla N° 09	Desempeño laboral.....	69
Tabla N° 10	Situación con la empresa	71
Tabla N° 11	Dimensiones.....	73
Tabla N° 12	Variables.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01	Teoría de las necesidades... ..	38
Figura N° 02	Incentivos y recomendaciones	54
Figura N° 03	Retribución	56
Figura N° 04	Condiciones de trabajo	58
Figura N° 05	Herramientasy Materiales.....	60
Figura N° 06	Relación con jefe inmediato.....	62
Figura N° 07	Relación con sus compañeros de Trabajo.....	64
Figura N° 08	Capacitación Recibida.....	66
Figura N° 09	Resultados de Capacitación	70
Figura N° 10	Desempeño laboral... ..	72

RESUMEN

La presente investigación titulada elaboración de estrategias de motivación para mejorar el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa Belcorp Chepén 3152. El trabajo se desarrolló en el ciclo 2017 – 2018, el objetivo principal es utilizar la Teoría de motivación de Maslow, la muestra utilizada constó de 10 personas, 1 gerente de ventas, 1 asistente de gerente y 8 socias empresarias, siguiendo un diseño no experimental - predictivo. Posterior a la aplicación del plan de estrategias se llegó a la siguiente conclusión:

Según los resultados se observa que la variable de motivación expresa una deficiencia, lo cual indica que existe poco compromiso por parte de los directivos o jefes o líderes de la empresa, sobre una muestra de ocho (08) socias empresarias, en tanto que los resultados relacionados con la variable de satisfacción, donde se refleja bajo nivel; es por ello que se plantea proponer estrategias de motivación para mejorar los niveles de satisfacción laboral de las socias empresarias. Se requirió “Diagnosticar el estado actual del nivel de satisfacción en las socias empresarias”, teniendo como resultado un bajo nivel en cuanto a la inexistencia de estrategias motivacionales como parte de la planificación organizacional. Se buscó “Identificar los factores influyentes en el nivel de satisfacción en las socias empresarias” cuyos resultados se basan a la confiabilidad de información y a los comportamientos de las socias empresarias y de los representantes de la empresa (líderes y jefes) mostrando un bajo nivel de los factores motivacionales influyentes en cuanto a elaborar estrategias motivacionales como parte de la planificación organizacional.

Palabras Claves: La Motivación Laboral, Nivel de Satisfacción de las Socias Empresarias.

ABSTRACT

The present research entitled elaboration of motivation strategies to improve the level of satisfaction of the business associates of the company Belcorp Chépén 3152. The work was developed in the cycle 2017 - 2018, the main objective is to use Maslow Theory of motivation, the sample used consisted of 10 people, 1 sales manager, 1 assistant manager and 8 business partners, following a non-experimental design - predictive. After the implementation of the strategy plan, the following conclusion was reached:

According to the results, it is observed that the motivation variable expresses a deficiency, which indicates that there is little commitment on the part of the managers or leaders of the company, on a sample of eight (08) business associates, while the results related to the satisfaction variable, where low level is reflected; that is why it is proposed to propose motivation strategies to improve the levels of job satisfaction of business partners. It was required to "Diagnose the current state of satisfaction level in business partners", resulting in a low level in terms of the lack of motivational strategies as part of organizational planning. The aim was to "Identify the influential factors in the level of satisfaction among business associates", whose results are based on the reliability of information and the behavior of business partners and company representatives (leaders and bosses) showing a low level of The influential motivational factors in terms of developing motivational strategies as part of organizational planning.

Key Words: The Work Motivation, Level of Satisfaction of the Business Members.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

I.- Introducción:

Actualmente las empresas e instituciones ya sean públicas o privadas, sufren una serie de problemas relacionados con el Desempeño laboral, con el acondicionamiento de sus necesidades y unidas a los mecanismos que éstas proporcionan para lograr un grado de motivación adecuada a un desempeño laboral exitoso y productivo, acorde con los objetivos y metas presupuestado de acuerdo, a su plan financiero. La creciente importancia de la productividad y la competitividad laboral, ha obligado a las empresas asumir el compromiso de mejorar continuamente sus recursos humanos, haciendo énfasis en la formación y desarrollo dirigido al personal.

Según (Reyes, 2014), en su investigación “Relación entre identificación laboral y desempeño laboral en un grupo de trabajadores del área operativa de una empresa de abarrotos de la universidad Rafael Landívar”, tuvo como objetivo establecer si existe relación estadísticamente significativa al nivel 0.05 entre identificación laboral y desempeño laboral en un grupo de trabajadores del área operativa de una empresa utilizó el diseño de tipo descriptivo y como instrumento utilizó una escala de Likert y un cuestionario, descubrió que este estudio muestra que entre la identificación laboral y el desempeño laboral en un grupo de trabajadores operarios no existe ninguna relación estadísticamente significativa.

Sin embargo los resultados obtenidos indican que el nivel de identificación laboral de los trabajadores del área operativa se encuentra en un nivel alto, ya que el grupo de los sujetos se encuentra con un media de 98.06, por lo que concluyó que el grado de identificación laboral que existe en un grupo de trabajadores del área operativa se encuentra en un grado alto, ya que la media encontrada fue de 98.06 y recomienda continuar con el proceso de evaluación de desempeño para que los colaboradores conozcan los resultados obtenidos y las áreas de mejora, y lograr así que este proceso se establezca en la organización.

1.1. Realidad Problemática:

Nivel Internacional:

Guayaquil – Ecuador.

Problema: La satisfacción laboral del personal de ventas tendrá relación con la productividad de la empresa productos paraíso. Se hizo un estudio para determinar la satisfacción laboral del personal de ventas y sus relaciones con la productividad.

“Se concluyó que la real satisfacción del hombre con su trabajo proviene del hecho de enriquecer el puesto de trabajo, para que de esta manera pueda desarrollar una mayor responsabilidad y experimente a su vez un crecimiento mental y psicológico”. (Brimos & Guerrero, 2014).

Guatemala.

Problema: cuál es el nivel de motivación y satisfacción laboral del personal de ventas multinivel en empresas que distribuyen productos naturales y vitamínicos. El estudio tuvo como objetivo conocer como los incentivos que las empresas a sus vendedores de mostrador influyen en el nivel de motivación y satisfacción laboral. Este estudio se llevó a cabo en 5 empresas situadas en la ciudad de Guatemala, a los gerentes generales se les aplicó una guía de entrevista la cual fue presentada de forma consolidada e incluía preguntas abiertas para obtener mayor información, a los vendedores de mostrador se les aplicó un cuestionario de preguntas cerradas. Se concluyó que algunos de los vendedores desean que la empresa otorgue mejores incentivos motivacionales, se concluyó que la mayoría de vendedores de mostrador de las empresas investigadas perciben un alto nivel de motivación y un alto nivel de satisfacción laboral apoyando estos resultados una regresión lineal simple que muestra la asimilación de ambas variables.

En algunos casos la minoría de vendedores no recibe lo pactado por la empresa respecto a sus bonificaciones y reconocimientos a sus ventas. (Pinto de León & Arévalo, 2016).

México.

Problema: El grado de motivación ¿es predictor del nivel de desempeño de los empleados del Instituto de la Visión en México? Metodología: La investigación fue de tipo cuantitativa, descriptiva, explicativa, correlacional, de campo y transversal. Resultado se observó que el grado de motivación es predictor del nivel de desempeño de los empleados. En conclusión, mediante los instrumentos aplicados se obtuvo la siguiente información: En relación al grado de motivación se pudo observar que los empleados tienen una autopercepción de la motivación que va de muy buena a excelente. Para el nivel de desempeño laboral los empleados se encontraron ubicados entre muy bueno y excelente. Enríquez (2014).

Nivel Nacional:

El Milagro.

Problema: Cual será el impacto al diseñar un plan de incentivos no económicos para el logro de la eficiencia empresarial, como se realiza en la empresa de electrodomésticos MARCIMEX S.A. de la ciudad de Naranjitos. Se diseñó un plan de incentivos no económicos para el logro de la eficiencia empresarial de los trabajadores de la empresa MARCIMEX S.A. Para cumplir el objetivo se empleó la investigación cualitativa. Los resultados demuestran que los incentivos no económicos son una fuente de estímulos y satisfacción personal y profesional que los trabajadores consideran una importante herramienta motivacional para el logro de las metas planteadas por la organización laboral. En conclusión, con la implementación de un adecuado plan de incentivos no económicos se lograría motivar a los trabajadores para alcanzar la eficiencia empresarial (Echarte & Zúñiga, 2016).

Arequipa.

Problema: Cual es influencia de la motivación de los trabajadores de la sociedad de beneficencia pública de Arequipa sobre el clima laboral y planteamiento de una propuesta de estrategias motivacionales. Las variables trabajadas fueron motivación y clima laboral. Los datos se recolectaron mediante encuestas válidas para luego pasar por un análisis estadístico donde se estudió las medidas de tendencia central y variabilidad

para terminar con la. En conclusión, donde la falta de motivación afecta negativamente al clima laboral de los trabajadores. Como resultado de la investigación se hace llegar la propuesta, "Talleres didácticos de estrategias motivacionales como propuesta de mejora de autorregulación motivacional para los trabajadores de la beneficencia pública de Arequipa." (Cárdenas & Tejeda, 2016).

Trujillo.

Problema: Cuál es la relación y repercusión que guarda el programa de compensación e incentivos con la motivación de los empleados de la empresa Distribuciones Casther y Asociados S.A.C. Esta empresa ha venido sosteniendo un crecimiento económico y un posicionamiento en el mercado, Hace aproximadamente tres años la empresa ha elevado sus ventas 25% en promedio, esto a consecuencia de la activa labor de la fuerza de ventas con los incentivos que en ese entonces se reconocían a los colaboradores y el cual este último año 2016 no se ha visto beneficiado específicamente en la parte remunerativa, lo cual ha generado un descontento y un desinterés en colaborar activa y agresivamente en la promoción de ventas, ya que según la modalidad empleada actualmente de recortar los incentivos, resulta igual la remuneración para el que vende más como para el que vende menos. La desmotivación por parte de los empleados se ha visto reflejada en la generación de un clima laboral Negativo, una baja producción de la fuerza de ventas y una disminución en la rentabilidad y el crecimiento sostenido. Conclusión: es esencial la implementación de un programa de motivación que se debe considerar como una inversión de la empresa para obtener mejores resultados futuros, ya que estas personas son el factor fundamental de llevar a la organización al éxito y a las metas deseadas, es importante darle el primer lugar al recurso humano, elegir estrategias que le permitan sentirse satisfechos, valorados y reconocidos por el trabajo que realizan. La motivación laboral es una factora muy importante dentro de la empresa, el desarrollo profesional del personal, la identificación de su potencial tanto internos como externos en la organización, por ello es de vital importancia

velar por la motivación de los colaboradores, ya que esto reflejará resultados positivos en la productividad. (Castañeda & Julca, 2016).

Nivel Regional:

Chiclayo.

Problema: Cual es En la presente investigación se generó una propuesta de mejora del nivel motivacional, sustentando la teoría McClellan, para los colaboradores de McDonald's en Chiclayo para el año 2015. La encuesta que fue utilizada se basó en el desarrollo teórico de David McClellan y fue estructurada bajo la técnica de Likert. La principal conclusión que se obtuvo con la presente tesis fue que el nivel motivacional para los colaboradores de McDonald's en Chiclayo, se encontró en un nivel alto. La propuesta generada, fue orientada a mejorar los indicadores que se ubicaron en nivel regular e inclusive bajo, con la finalidad de llevar la motivación total de los colaboradores de McDonald's en Chiclayo aun estado óptimo. (Mori & Orosco, 2015).

Nivel Institucional:

En el ámbito institucional el problema se encuentra en la empresa Belcorp, es una corporación con más de 45 años de experiencia, con presencia en 16 países, comprometidos con la belleza y la realización personal de las mujeres, a través de la venta directa de tres marcas y red de consultoras. La problemática es el proceso de desarrollo integral. Se realiza el trabajo con el objetivo de postular al Premio Orden al Mérito en la categoría de Empresa que reconoce de manera integral a la empresa exitosa que se caracterice por la aplicación de una política de Gestión Humana que posibilite el desarrollo integral de sus trabajadores. La metodología de desarrollo de este trabajo estuvo basada en investigación, medición y recolección de información. A continuación, conocerá todo el proceso de desarrollo integral, pasando por cada una de las etapas, Se resume el trabajo de Belcorp en 7 partes:

1.- Avanzan juntos hacia una visión común, sabemos que al integrar propósitos comunes.

2.- Desde el inicio están en un continuo proceso de aprendizaje.

3.- Desarrollan el talento, Gestionar el talento es clave, incluso desde la cabeza de la corporación se generan espacios de trabajo que facilitan a los colaboradores su desarrollo, y crecimiento dentro de la Compañía.

4.- Cuentan con un Sistema de Compensación. Trabajan con políticas de compensación que permiten trabajar con una mayor objetividad y competitividad salarial a través, de la construcción de bandas salariales.

5.- Salud y seguridad en su planta más allá de lo exigido por ley promovemos la calidad de vida y condiciones de trabajo en las instalaciones, donde tienen más de 1,800 colaboradores operativos.

6.- Se Promueve la calidad de vida en Belcorp fomentando el equilibrio entre 5 dimensiones (física, mental, trascendental, emocional y social), buscando beneficios que no solo impacten a nuestros colaboradores, sino que redunden en sus familias y en la calidad de vida de cada uno de ellos.

7.- Reconocen los logros promueven el reconocimiento frente a los logros de los colaboradores con el fin de motivarlos a continuar esforzándose y dar lo mejor de sí mismos.

1.2. Trabajos Previos:

Internacionales:

Enríquez (2014), México en su investigación denomina “motivación y desempeño laboral de los empleados del instituto de la visión en México”, esta investigación pretendió dar respuesta a la pregunta: El grado de motivación ¿es predictor del nivel de desempeño de los empleados del Instituto de la Visión en México? Metodología: La investigación fue de tipo cuantitativa, descriptiva, explicativa, correlacional, de campo y transversal. La población estuvo compuesta por 164 empleados de los cuales no se tomó muestra y se aplicó a todos los empleados. Para la investigación y recolección de datos se utilizaron dos instrumentos: el primero enfocado al desempeño, el cual cuenta con 48 ítems y una confiabilidad de 939; el segundo sobre la motivación, conformado por 19 ítems y una confiabilidad de 909. Como resultado se observó que el grado de motivación es predictor del nivel de desempeño de los empleados. Al realizar el análisis de regresión

se encontró que la variable grado de motivación explicó el 41.4% de la varianza de la variable dependiente nivel de desempeño. El valor de R^2 corregida fue igual a .414 De igual manera se obtuvo el valor F igual a 116.2 y el valor de p igual .00 permitieron determinar que existió una influencia lineal positiva y significativa. En conclusión, con las preguntas de investigación se pretendió conocer el grado de motivación y el nivel de desempeño del empleado del Instituto de la Visión en México. Mediante los instrumentos aplicados se obtuvo la siguiente información: En relación al grado de motivación se pudo observar que los empleados tienen una autopercepción de la motivación que va de muy buena a excelente. Para el nivel de desempeño laboral los empleados se encontraron ubicados entre muy bueno y excelente.

Sum (2016), Guatemala en su investigación denominada “estudio realizado con el personal administrativo de una empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango”, la motivación es un tema de gran importancia para las organizaciones, si se aplica de una buena forma puede ayudar a que los trabajadores tengan una mayor productividad, es importante para el desempeño laboral de los individuos, y así obtener mayores y mejores resultados. No se debe olvidar que la motivación es de gran relevancia si se desea tener un buen desempeño de los colaboradores, ya que es la misma la que lleva a que el individuo actúe de cierta manera, en una organización se pretende alcanzar los objetivos establecidos y el cumplimiento de las metas y así traerá grandes beneficios. El desempeño de los colaboradores se ve reflejado en las actividades que ellos realizan en su área de trabajo, todo esto depende también de la forma y la manera que los colaboradores de una organización estén motivados. La motivación también ayuda a describir la conducta de los colaboradores en el trabajo, el ser humano necesita de diferentes formas para que tengan un buen rendimiento y llegue alcanzar sus objetivos y metas. Durante esta investigación se comprobó que el nivel de motivación que tienen los colaboradores es alto, para su desempeño en la organización, se realizó con 34 sujetos del personal administrativo de una empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango.

La investigación es de tipo descriptivo y se utilizó una prueba psicométrica para medir el nivel de motivación y una escala de Likert para establecer el grado del desempeño laboral que tienen los colaboradores, los resultados obtenidos durante la investigación determina que la motivación influye en el desempeño laboral de los colaboradores. Según los resultados obtenidos de la presente investigación determina que la motivación influye en el desempeño laboral del personal administrativo de la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango. La prueba estandarizada Escala de Motivaciones Psicosociales, aplicada a los colaboradores para medir el nivel de motivación, evalúa diferentes factores, como lo son, Aceptación e integración social, reconocimiento social, autoestima/ auto concepto, autodesarrollo, poder, seguridad, obtuvieron diferentes puntuaciones en su mayoría altas las cuales se tomaron dos aspectos a calificar y fueron, incentivo y satisfacción. La motivación produce en el personal administrativo de la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, realizar las actividades laborales en su puesto de trabajo con un buen entusiasmo, y que ellos se sientan satisfechos al recibir algún incentivo o recompensa por un buen sueldo.

Pinto de León & Arévalo (2016), Guatemala se hizo una investigación " nivel de motivación y satisfacción laboral del personal de ventas multinivel en empresas que distribuyen productos naturales y vitamínicos", tuvo como objetivo conocer como los incentivos que las empresas a sus vendedores de mostrador influyen en el nivel de motivación y satisfacción laboral. Este estudio se llevó a cabo en 5 empresas situadas en la ciudad de Guatemala con la colaboración de los gerentes generales y vendedores de mostrador de la misma, se trabajó como muestra 5 gerentes generales y 24 empleados como vendedores de mostrador, a los gerentes generales se les aplicó una guía de entrevista la cual fue presentada de forma consolidada e incluía preguntas abiertas para obtener mayor información, a los vendedores de mostrador se les aplicó un cuestionario de preguntas cerradas, así también se reflejó que algunos de los vendedores desean que la empresa otorgue mejores incentivos motivacionales, se concluyó que la mayoría de

vendedores de mostrador de las empresas investigadas perciben un alto nivel de motivación y un alto nivel de satisfacción laboral apoyando estos resultados una regresión lineal simple que muestra la asimilación de ambas variables. En algunos casos la minoría de vendedores no recibe lo pactado por la empresa respecto a sus bonificaciones y reconocimientos a sus ventas.

Nacionales:

Pecho (2016), Lima en su investigación denominada “programa de gestión motivacional para la mejora de la satisfacción laboral de los colaboradores del área formación general y básica de la universidad autónoma del Perú”, En el estudio se determinó la situación problemática: La insatisfacción laboral de los colaboradores, del área de formación general y básica, en la Universidad Autónoma del Perú, a partir de ello se formuló el siguiente problema: ¿Qué efectos produce el programa de gestión motivacional para la mejorara de la satisfacción laboral de los colaboradores, del área de formación general y básica, en la Universidad Autónoma del Perú en el 2016? En la justificación se determina que es pertinente ya que permitirá mejorar la satisfacción laboral de los colaboradores del área de formación general y básica lo cual generará la mejora de los procesos académicos. A sí mismo, la hipótesis alterna es: Si se aplicara el programa de gestión motivacional mejorará la satisfacción laboral de los colaboradores, del área de formación general y básica, de la “Universidad Autónoma del Perú” en el 2016. El objetivo de la investigación es: Elaborar un programa de gestión motivacional para mejora de la satisfacción laboral de los colaboradores del área de formación general y básica de “Universidad Autónoma del Perú” en el 2016. En el contexto de la investigación, el diseño es cuasi experimental transversal, este tipo de diseño implica que la investigación está orientada a comprobar y contrastar teorías, sin intervenir en su desarrollo, donde el tipo de investigación del estudio es: correlacional - ex post facto y la población está conformada por 85 docentes, donde la muestra es 22 docentes, una parte del total de la población en los cuales se aplican los cuestionarios. En la prueba de hipótesis el grado de significación

de las variables es 0.00, concluyendo que: Si se aplicara el programa motivacional entonces, mejorará la satisfacción laboral de los colaboradores del área de Formación General y Básica de “Universidad Autónoma del Perú” en el 2016.

Gonzalo & Sánchez (2013), Trujillo en su investigación denominada “Plan de capacitación para mejorar el desempeño de los trabajadores operativos del gimnasio “sport club” de la ciudad de Trujillo – 2013”, Universidad Privada Antenor Orrego, los Autores concluyeron lo siguiente: Al diagnosticar la situación del desempeño laboral de los trabajadores operativos del gimnasio Sport Club antes de la implementación del plan de capacitación, encontramos que este era calificado por los clientes con un puntaje promedio de 3.39 en una escala de 0 a 10 donde 0 representaba lo más cercano al pésimo desempeño y 10 el óptimo desempeño, concluyendo que el enunciado del problema planteado para la presente investigación tuvo fundamento real, ya que el desempeño laboral no estaba bien visto por los clientes y tuvo que plantearse una medida para revertir la situación, que en este caso fue la implementación de un plan de capacitación. Al analizar los principales beneficios de la implementación del plan de capacitación concluimos en que no solo impactan en el ámbito económico, al mejorar la satisfacción del cliente con el desempeño de los trabajadores y fidelizarlos con la empresa, sino que también tienen impacto en el desarrollo personal de cada trabajador quienes notan la diferencia en sus capacidades para afrontar diversos problemas, para ejecutar su trabajo y relacionarse con los clientes. Mediante el análisis comparativo de los resultados del diagnóstico del desempeño laboral de los trabajadores operativos del gimnasio Sport Club de la ciudad de Trujillo obtenido antes y después de la implementación del plan de capacitación y gracias al análisis estadístico descriptivo, podemos concluir que se ha demostrado que 9 es el valor de la implementación de un plan de capacitación, la cual mejorara el desempeño laboral de los trabajadores operativos del gimnasio Sport Club de la ciudad de Trujillo, lo cual se demuestra incluso con la aplicación de la prueba

estadística Z al tener un estadístico de valor 29 que considera nuestra hipótesis en la zona de aceptación.

Chávez (2016), Tacna es su investigación denominada “el estrés laboral y su efecto en el desempeño de los trabajadores administrativos del área de gestión comercial de ELECTROSUR S.A. en el periodo 2015”, La presente tesis tiene como objetivo determinar el efecto que existe entre el estrés Laboral y el desempeño de los trabajadores administrativos de ELECTROSUR S.A. Y como objetivos específicos analizar qué factores del estrés laboral afectan directamente al desempeño del trabajador de ELS; además evaluar el desempeño que ejerce y su efecto en la Organización. Se propone un manual de prevención del estrés en el trabajo para mejorar el desempeño del trabajador. El tipo de investigación que presenta el proyecto es investigación básica o pura, descriptiva porque está orientada a conocer la situación que genera el estrés laboral y porque se busca la mejora del desempeño mediante un modelo establecido. La población de estudios está conformada por los trabajadores administrativos del área comercial de ELECTROSUR S.A. Se trata entonces de una población limitada. Contando esta área con 32 trabajadores abarcando administrativos y operativos para el caso de los administrativos se evaluará a la totalidad de los funcionarios con responsabilidad directa al área. Como instrumentos de recolección de datos se aplicó la encuesta, previamente validada; la cual contenía 25 preguntas referentes a la variable Estrés Laboral y Desempeño. Se remarcó el carácter anónimo del formulario, así como la sinceridad de las respuestas emitidas para contribuir al éxito del estudio. Una vez recolectados los datos, se sistematizaron estadísticamente por medio del software estadístico SPSS para el análisis, interpretación y conclusiones finales que se presentan detalladamente en la investigación. El presente trabajo estableció el efecto del Estrés Laboral en el Desempeño, al mismo tiempo mediante el cálculo del Chi Cuadrado de Pearson se pudo establecer que el Estrés laboral afecta significativamente al Desempeño de los trabajadores administrativos del sector comercial de ELS y que esto se debe a la determinación de distintos factores de Estrés Laboral y su medición en el Desempeño. De acuerdo a la

validación de Hipótesis de la Variable Independiente “Estrés Laboral” se ha llegado a la conclusión que el factor que determina el Estrés Laboral que se manifiesta en los trabajadores administrativos del área de Gestión Comercial de ELS. son ocasionados por una recarga laboral, esta afirmación está sustentado en el trabajo de campo en la cual un 59,4% de los trabajadores encuestados lo cual indica que tienen en general una percepción de la existencia del alto Estrés Laboral debido a que son ocasionados por una recarga laboral. Según los resultados obtenidos por la hipótesis específica de la Variable Dependiente “Desempeño”, se pudo evaluar el desempeño de los trabajadores administrativos del área comercial de ELS; se encontró que un 78,1% de los trabajadores encuestados perciben que existe bastante exigencia del desempeño laboral y se ve reflejado en sus habilidades laborales.

De la Puente & Alberto (2017), Trujillo en su investigación denominada “Compromiso organizacional y motivación de logro en personal administrativo de la Municipalidad Provincial de Trujillo”, en la presente investigación se buscó determinar la relación entre el compromiso organizacional y la motivación de logro en el personal administrativo. Se llevó a cabo en una muestra de 108 trabajadores comprendidos entre los 18 y 65 años. En Los resultados se aprecia que la mayoría de sujetos se ubican en el nivel medio del compromiso organizacional general, así mismo en las sub dimensiones compromiso afectivo, implicancia y compromiso de continuidad. En la motivación de logro se aprecia en sus sub escalas Afiliación, Poder y Logro niveles a tendencia alta. En el análisis correlacional se observan correlaciones pequeñas pero significativas entre compromiso organizacional y motivación de logro, así mismo la sub dimensión compromiso afectivo posee una relación pequeña y significativa con las sub escalas de afiliación de la motivación de logro. La sub escala de implicancia posee una relación mediana y significativa con las sub escalas de la motivación de logro en el personal administrativo. El personal administrativo de la municipalidad provincial de Trujillo presenta en un 53% nivel medio en el compromiso organizacional general. En personal administrativo de la municipalidad

provincial de Trujillo presenta en las sub dimensiones del compromiso organizacional a nivel medio compromiso afectivo 47%, Implicancia 40% y compromiso de continuidad 57%. El personal administrativo de la municipalidad provincial de Trujillo presenta en las sub escalas de motivación de logro a nivel tendencia alta Afiliación 71%, Poder 69% y Logro 69%. Existe correlación pequeña y significativa entre el compromiso organizacional y la motivación de logro en el personal administrativo de la municipalidad provincial de Trujillo. La sub dimensión compromiso afectivo del compromiso organizacional se encuentra correlacionado de manera pequeña y significativa con la sub escala de afiliación ($r= 269$) de la motivación de logro en el personal administrativo de la municipalidad provincial de Trujillo. La sub dimensión de Implicancia del compromiso organizacional se encuentra correlacionado de forma pequeña y significativa con las sub escala de afiliación ($r= 280$) pero correlaciones medianas y significativas con poder ($r= 374$) y logro ($r=319$) de la motivación de logro en el personal administrativo de la municipalidad provincial de Trujillo.

Regionales:

Castañeda & Julca (2016), Trujillo En su investigación denominada “aplicación de un programa de motivación laboral para mejorar la productividad de los trabajadores del área de ventas en la distribuidora Casther y asociados S.A.C. para el año 2016”, tuvo como objetivo definir en qué medida el diseño un programa de motivación laboral incrementará la productividad de los trabajadores del área de ventas. Para esta tesis se contó con un número limitado de trabajo ya que la población está conformada por los 12 trabajadores del área de ventas, siendo la muestra 12 trabajadores y constituyendo una investigación tipo aplicativo Pre - Experimental ya que se realizó para identificar la influencia de la variable independiente sobre la variable dependiente permitiéndonos conocer motivos por el cual los trabajadores del área de venta pueden aumentar, mantener o disminuir su productividad de los trabajadores del área de ventas, en base a las teorías y estudios de investigación previos que se han realizado. Con base a los

resultados se estableció que la empresa Cather y Asociados S.A.C. no cuenta con un plan de motivación para el personal del área de ventas, conociendo estos resultados se procedió a establecer un plan motivación para los dicha área, se consideró que la motivación extrínseca influiría más en los trabajadores ya que los trabajadores manifestaron que los incentivos económicos son más necesarios para ello, la implementación de este plan se realizó los primeros quince días del mes de mayo obteniendo resultados positivos ya las ventas obtenidas en este periodo superan en un 20% a las ventas de meses anteriores, por ello podemos afirmar que la relación que existe entre la motivación y la productividad es muy importante y destacar que el plan de motivación presentado es influyente para la productividad y rentabilidad de la empresa. Se concluye que existe influencia entre la motivación laboral y productividad. Se recomienda efectuar mediciones de satisfacción laboral periódicamente para mantener información actualizada de la misma, así como también medir la rentabilidad de los trabajadores de manera continua y se propone implementar el plan de motivación ya que los resultados obtenidos son positivos para la empresa.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema:

1.3.1. Variable Independiente (X): Coaching.

Para Cortés & García (2012), la motivación laboral es la fuerza intrínseca para generar acciones en el colaborador, con el propósito de impulsarlo a lograr el cumplimiento de sus objetivos y metas acorde a su responsabilidad, por tanto, los objetivos de la organización, considera tres elementos primordiales en el proceso motivador, el objeto que se pretende conseguir, la energía básica y el organismo o persona que absorbe el estímulo y reacciona con una respuesta asegurada.

Es legítimo indicar que aquellos elementos van de la mano, ya que se requiere una serie de estímulos que induzcan una conducta, es decir una respuesta. Sumado a que se debe tener en cuenta que cada trabajador ostenta razones diferentes que lo motiven a trabajar, sin embargo el autor sostiene que existen dos factores que influyen en el comportamiento del

trabajador; se le dice a la primera como las características del trabajo, comprende aquellas condiciones que son exclusivas de la actividad laboral, y el segundo factor llamado características del individuo, que declara que cada trabajador tiene razones diferentes para trabajar, que son consecuencias de factores como la edad, el estado civil, el sexo y demás contextos que suceden a lo largo de la vida.

Según Chiavenato (2009), la motivación laboral es la relación existente entre el comportamiento y el desempeño laboral de las personas, tal motivación implica objetivos y metas esforzados por los trabajadores; también se debe pensar en las diferencias fisiológicas psicológicas y ambientales que posee cada trabajador, puesto que estas ayudan a entender la motivación. Por lo antes mencionado, se considera a la motivación como un proceso psicológico básico, que en conjunto con la percepción, las actitudes, la personalidad y el aprendizaje, es uno de los elementos más importantes para deducir el comportamiento humano de los trabajadores, además la motivación laboral interactúa con otros procesos mediadores y con el entorno.

Importancia.

Según Medina, A.; Gallegos, C.; & Lara, P. (2008), en relación a la motivación laboral, en primer lugar, se debe reconocer la contribuciones particulares que cada trabajador realiza en la empresa, para ello es necesario evaluar al trabajador con base a las funciones que realiza, ya que nos permite saber de buena fuente su desempeño y comportamiento; luego de ello la empresa recompensa de acuerdo a los resultados obtenidos. Cabe recalcar que la información conseguida en relación a las actividades personales de los trabajadores permitirá conocer el rendimiento en el trabajo, por lo mismo que la evaluación favorecerá en la planificación de estrategias para la mejora.

Chapman & White (2011) declaran la importancia del estima que debe concebir el trabajador en la empresa es fundamental para la motivación laboral, ya que un trabajador estimado y motivado siente el deseo de ir a

trabajar todo los días; por el contrario, si el trabajador no se siente estimado acudirá a su centro de labor predispuesto o programado a realizar su trabajo sin el ánimo de maximizar su rendimiento.

Así mismo el autor manifiesta que una de las razones preponderantes por las que la mayoría de trabajadores se van de la empresa, es producto de la falta de estima y motivación que muestran las organizaciones por sus trabajadores.

Evaluación del rendimiento laboral.

Reside en valorar los resultados de la conducta laboral y proporcionar la información obtenida al trabajador, por ende se convierte en un importante estímulo motivador.

Principios de motivación.

Valdés (2016), señala que los principios fundamentales de la motivación, con los cuales debe contar una organización se detallan a continuación:

Resultados: El resultado exitoso es influenciado de manera significativa por trabajadores más motivados.

La participación: Cuando el trabajador participa en la planeación de las tareas, se estimula su desarrollo personal y profesional.

Conocimiento de objetivos: El trabajador que sabe a detalle los objetivos de la organización, de su área y de su cargo resulta estar más motivado que aquel que los desconoce.

Tareas bien realizadas: Una tarea bien realizada como un servicio prestado con excelencia o un producto de máxima calidad, es lo que más motiva al trabajador porque es su mayor satisfacción.

Retribución: La remuneración, aunque no basta para asegurar un buen rendimiento, es un factor de motivación que suma para que el empleado se sienta más valorado.

Recompensas: Los incentivos ante el trabajo bien realizado resulta ser motivador en la mayoría de las ocasiones.

Reconocimiento: El ascenso por méritos, las felicitaciones públicas y otros tipos de reconocimiento favorecen la motivación positiva del trabajador.

Responsabilidad: La posibilidad de planificar, establecer metas y tomar decisiones, son elementos que imprimen un mayor grado de motivación dentro de las organizaciones.

Crecimiento: Capacitación, desarrollo y promoción inciden positivamente para que el trabajo sea productivo.

Castigos y sanciones: Son un arma de doble filo que puede acarrear motivación y comportamientos negativos, su uso debe hacerse primordialmente para corregir comportamientos indeseados que vayan en contra de los valores y la cultura organizacional.

Teorías de motivación: Existen dos grandes grupos en los cuales se asocian las teorías según su sea su enfoque, el primer grupo se denomina teorías de motivación centradas en su contenido y son:

Jerarquía de las necesidades de Maslow: Parte del supuesto de que todos los individuos presentan cinco necesidades básicas que desean satisfacer; fisiológicas, de protección, sociales, de consideración y estima, y de auto desarrollo.

Necesidades aprendidas de McClellan: Investiga tres necesidades que impulsan la conducta humana; logro, poder y afiliación.

Modelo Jerárquico de Alderfer: Basa sus investigaciones en el modelo de Maslow. Las necesidades básicas están englobadas en tres niveles; de existencia, de relación, de crecimiento o desarrollo personal.

Teoría de los dos factores de Herzberg: Centra su enfoque el rendimiento de la persona, el mismo que varía según sea su nivel de

satisfacción; o sea, que las respuestas hacia el trabajo eran diferentes cuando se sentía bien o cuando se sentía mal.

Por otro lado, también se consideran las teorías en el proceso.

Teoría de la equidad de Adams: Sostiene que en el entorno laboral los colaboradores establecen comparaciones entre las contribuciones que realizan a la organización y las retribuciones que reciben de la misma.

Teoría de las expectativas de Vroom: Se basa en dos premisas la primera consiste en que las personas saben lo que quieren de su trabajo y comprenden que depende de su desempeño el conseguir o no las recompensas deseadas, y la segunda manifiesta que existe una relación entre el esfuerzo que se realiza y la ejecución o el rendimiento de trabajo.

Teoría del esfuerzo de Skinner: Fundamenta que la motivación se centra en tres variables; estímulo, respuesta, recompensa.

Teoría del establecimiento de metas: El colaborador debe ser consciente de la meta, y debe aceptar que la meta es algo por lo que desea trabajar.

Dimensiones

Herzberg y sus colegas citado por Hellriegel, Slocum (2009) define la motivación como el resultado influenciado por dos factores: factores de motivación (intrínsecos) y factores de higiene (extrínsecos).

Factores intrínsecos.

- . Reconomiento.
- . Responsabilidad.
- . Realización personal.
- . Realización laboral.
- . Progreso o ascenso.

Factores extrínsecos.

- . Política de la organización.
- . Administración.
- . Relaciones interpersonales.
- . Supervisión.
- . Status.
- . Salario.

. Condiciones de trabajo.

. Seguridad en el puesto.

Esta teoría sustenta que la satisfacción en el trabajo es función del contenido y/o de las acciones estimulantes; o sea, de los factores motivadores y la insatisfacción depende del medio de las relaciones con otras personas y del ambiente general (Herzberg, 1954).

1.3.2. Variable Dependiente (Y): Nivel de Satisfacción.

Concepto: La satisfacción en el trabajo viene siendo en los últimos años uno de los temas de especial interés en el ámbito de la investigación. Según Weinert (1985), “este interés se debe a varias razones, que tienen relación con el desarrollo histórico de las Teorías de la Organización, las cuales han experimentado cambios a lo largo del tiempo”.

Dicho autor propone las siguientes razones:

- Posible relación directa entre la productividad y la satisfacción del trabajo.
- Posibilidad y demostración de la relación negativa entre la satisfacción y las pérdidas horarias.
- Relación posible entre satisfacción y clima organizativo.
- Creciente sensibilidad de la dirección de la organización en relación con la importancia de las actitudes y de los sentimientos de los colaboradores en relación con el trabajo, el estilo de dirección, los superiores y toda la organización.
- Importancia creciente de la información sobre las actitudes, las ideas de valor y los objetivos de los colaboradores en relación con el trabajo del personal.
- Ponderación creciente de la calidad de vida en el trabajo como parte de la calidad de vida. La satisfacción en el trabajo influye poderosamente sobre la satisfacción en la vida cotidiana.

Según Robbins (2005), “como la actitud general de un individuo hacia su trabajo. Una persona con un alto nivel de satisfacción en el puesto tiene actitudes positivas hacia el mismo; una persona que está insatisfecha con su puesto tiene actitudes negativas hacia él”.

Las tres características del empleado que afectan las percepciones son:

- 1.- Las necesidades.
- 2.- Los valores.
- 3.- Rasgos personales.

Los tres aspectos de la situación de empleo que afectan las percepciones del deber ser:

- 1.- Comparaciones sociales con otros empleados.
- 2.- Las características de empleos anteriores.
- 3.- Los grupos de referencia.

Las características del puesto que influyen en la percepción de las condiciones actuales del puesto son:

- 1.- Retribución.
- 2.- Condiciones de trabajo.
- 3.- Supervisión.
- 4.- Compañeros.
- 5.- Contenido del puesto.
- 6.- Seguridad en el empleo.
- 7.- Oportunidad de progreso.

Características.

Satisfacción General: Indicador promedio que puede sentir el trabajador frente a las distintas facetas.

Satisfacción Por facetas: Grado mayor o menor de satisfacción frente a aspectos de trabajo como reconocimiento, beneficios, condiciones de trabajo, supervisión, políticas de la empresa.

La satisfacción laboral está relacionada al clima organizacional de la empresa y desempeño laboral.

Factores influyentes.

Se han realizado estudios, investigaciones.

Según Robbins (1998), considera que los factores que determinan la satisfacción laboral son:

- Reto del trabajo.
- Sistema de recompensa justas.
- Condiciones favorables de trabajo.
- Colegas que brinden apoyo.
- Compatibilidad entre personalidad y puesto de trabajo.

Otros Aspectos de la satisfacción laboral:

Satisfacción con el trabajo en sí – Reto del trabajo: Se puede resaltar según estudios, dentro de las características del puesto, la importancia de la naturaleza del trabajo mismo como un determinante principal de la satisfacción del puesto. Hackman y Oldham (1975), aplicaron un cuestionario llamado “Encuesta de Diagnóstico” en el puesto de varios empleados. Se identificaron las cinco dimensiones centrales.

Variedad de Habilidades: Es el grado en el cual un puesto requiere de una variedad de diferentes actividades para ejecutar el trabajo, lo que representa el uso de diferentes habilidades y talentos por parte del empleado.

Identidad de la tarea: Es el grado en el cual el puesto requiere ejecutar una tarea o proceso desde el principio hasta el final con un resultado visible.

Significación de la tarea: Es el grado en que el puesto tiene un impacto sobre las vidas o el trabajo de otras personas en la organización inmediata o en el ambiente externo.

Autonomía: Es el grado en el cual el puesto proporciona libertad, independencia y discreción sustanciales al empleado en la programación de su trabajo y la utilización de las herramientas necesarias para ello.

Retroalimentación: Del puesto mismo, el grado en el cual el desempeño de las actividades de trabajo requeridas por el puesto produce que el empleado obtenga información clara y directa acerca de la efectividad de su actuación.

Robbins (1998) junta estas dimensiones bajo el enunciado “Reto del trabajo”. Los empleados tienden a preferir trabajos que les den oportunidad de usar sus habilidades, que ofrezcan una variedad de tareas, libertad y retroalimentación de cómo se están desempeñando, de tal manera que un reto moderado causa placer y satisfacción. Es por eso que el enriquecimiento del puesto a través de la expansión vertical del mismo puede elevar la satisfacción laboral ya que se incrementa la libertad, independencia, variedad de tareas y retroalimentación de su propia actuación.

Se debe tomar en cuenta que el reto debe ser moderado, ya que un reto demasiado grande crearía frustración y sensaciones de fracaso en el empleado, disminuyendo la satisfacción.

Sistemas de recompensas justas.

En este punto nos referimos al sistema de salarios y políticas de ascensos que se tiene en la organización. Este sistema debe ser percibido como justo por parte de los empleados para que se sientan satisfechos con el mismo, no debe permitir ambigüedades y debe estar acorde con sus expectativas. En la percepción de justicia influyen la comparación social, las demandas del trabajo en sí y las habilidades del individuo y los estándares de salario de la comunidad.

Satisfacción con el salario.

Los sueldos o salarios, incentivos y gratificaciones son la compensación que los empleados reciben a cambio de su labor. La administración del departamento de personal a través de esta actividad vital

garantiza la satisfacción de los empleados, lo que a su vez ayuda a la organización a obtener, mantener y retener una fuerza de trabajo productiva.

Varios estudios han demostrado que la compensación es la característica que probablemente sea la mayor causa de insatisfacción de los empleados.

Las comparaciones sociales corrientes dentro y fuera de la organización son los principales factores que permiten al empleado establecer lo que “debería ser” con respecto a su salario versus lo que percibe. Es muy importante recalcar que es la percepción de justicia por parte del empleado la que favorecerá su satisfacción.

Satisfacción con el sistema de promociones y ascensos.

Las promociones o ascensos dan la oportunidad para el crecimiento personal, mayor responsabilidad e incrementan el estatus social de la persona. En este rubro también es importante la percepción de justicia que se tenga con respecto a la política que sigue la organización. Tener una percepción de que la política seguida es clara, justa y libre de ambigüedades favorecerá la satisfacción.

Los resultados de la falta de satisfacción pueden afectar la productividad de la organización y producir un deterioro en la calidad del entorno laboral. Puede disminuir el desempeño, incrementar el nivel de quejas, el ausentismo o el cambio de empleo.

Condiciones favorables de trabajo.

A los empleados les interesa su ambiente de trabajo. Se interesan en que su ambiente de trabajo les permita el bienestar personal y les facilite el hacer un buen trabajo. Un ambiente físico cómodo y un adecuado diseño del lugar permitirán un mejor desempeño y favorecerá la satisfacción del empleado. Otro aspecto a considerar es la cultura organizacional de la empresa, todo ese sistema de valores, metas que es percibido por el trabajador y expresado a través del clima organizacional también contribuye a proporcionar condiciones favorables de trabajo, siempre que consideremos

que las metas organizacionales y las personales no son opuestas. En esta influyen más factores como el que tratamos en el siguiente punto.

Colegas que brinden apoyo – satisfacción con la supervisión.

El trabajo también cubre necesidades de interacción social. El comportamiento del jefe es uno de los principales determinantes de la satisfacción.

Si bien la relación no es simple, según estudios, se ha llegado a la conclusión de que los empleados con líderes más tolerantes y considerados están más satisfechos que con líderes indiferentes, autoritarios u hostiles hacia los subordinados. Cabe resaltar sin embargo que los individuos difieren algo entre sí en sus preferencias respecto a la consideración del líder. Es probable que tener un líder que sea considerado y tolerantes sea más importante para empleados con baja autoestima o que tengan puestos poco agradables para ellos o frustrantes (House & Mitchell, 1974).

En lo que se refiere a la conducta de orientación a la tarea por parte del líder formal, tampoco hay una única respuesta, por ejemplo, cuando los papeles son ambiguos los trabajadores desean un supervisor o jefe que les calare los requerimientos de su papel, y cuando por el contrario las tareas están claramente definidas y se puede actuar competentemente sin guía e instrucción frecuente, se preferirá un líder que no ejerza una supervisión estrecha. También cabe resaltar que cuando los trabajadores no están muy motivados y encuentran su trabajo desagradable prefieren un líder que no los presiones para mantener estándares altos de ejecución y/o desempeño. De manera general un jefe comprensivo, que brinda retroalimentación positiva, escucha las opiniones de los empleados y demuestra interés permitirá una mayor satisfacción.

Compatibilidad entre la personalidad y el puesto.

Holland (1978), ha trabajado e investigado en este aspecto y sus resultados apuntan a la conclusión de que un alto acuerdo entre personalidad y ocupación da como resultado más satisfacción, ya que las

personas poseerían talentos adecuados y habilidades para cumplir con las demandas de sus trabajos. Esto es muy probable apoyándonos en que las personas que tengan talentos adecuados podrán lograr mejores desempeños en el puesto, ser más exitosas en su trabajo y esto les generará mayor satisfacción (influyen el reconocimiento formal, la retroalimentación y demás factores contingentes).

Satisfacción, insatisfacción de producción.

Es el rendimiento el que influye en la satisfacción y no viceversa como lo señala inicialmente el modelo de Lawler-Porter.

Según Lawler-Porter (1988), sostiene que la satisfacción laboral es el resultado más que la causa de desempeño, “diferentes niveles de desempeño desembocan en diferentes retribuciones, este produce a su vez diferentes niveles de satisfacción laboral”. Así dependiendo de su desempeño, el empleado recibirá diferentes retribuciones a su esfuerzo, por lo que tendrá diferentes grados de satisfacción laboral.

La insatisfacción produce una baja en la eficiencia organizacional, puede expresarse además a través de las conductas de expresión, lealtad, negligencia, agresión o retiro. La frustración que siente un empleado insatisfecho puede conducirle a una conducta agresiva, la cual puede manifestarse por sabotaje, maledicencia o agresión directa. Finalmente podemos señalar que las conductas generadas por la insatisfacción laboral pueden enmarcarse en dos ejes principales: activo – pasivo, destructivo – constructivo de acuerdo a su orientación, según se muestra en el cuadro adjunto.

Modelo de indicadores de medición.

La teoría de necesidades.

Maslow (1943), nos dice que cada ser humano se sentirá más motivado por lo que buscan que por lo que ya tienen. El comportamiento humano puede tener más de una motivación. El comportamiento motivado es una especie de canal que puede ayudar a satisfacer muchas necesidades aisladas

simultáneamente. Ningún comportamiento es casual, sino motivado; es decir, está orientado hacia objetivos.

Sus limitaciones tienen que ver con que no ha sido verificado por completo. Las investigaciones no apoyan la presencia de cinco niveles únicos, ni la progresión de un nivel a otro. Se hablarán de sus teorías:



Figura 1: Teoría de las necesidades.

Fuente: (Maslow, 1943).

Necesidades fisiológicas: Son necesidades de primer nivel y refiere a la supervivencia, involucra: aire, agua, alimento, vivienda, vestido, etc.

Dentro de estas encontramos entre otras, necesidades como la homeostasis alimentación, saciar la sed, temperatura adecuada corporal, sexo, etc.

Necesidades de seguridad: Se relaciona con la tendencia a la conservación, frente a situaciones de peligro, incluye el deseo de seguridad, estabilidad y ausencia de dolor.

Con su satisfacción se busca la creación y mantenimiento de un estado de orden y seguridad.

Necesidades sociales: Una vez satisfechas las necesidades fisiológicas y de seguridad, la motivación se da por las necesidades sociales.

Dentro de esta necesidad tenemos la de comunicarme con otras personas, la de establecer amistad con ellas, la de manifestar y recibir afecto, la de vivir en comunidad, la de pertenecer a su grupo y sentirse aceptado dentro de él.

Necesidades de reconocimiento o estigma: También conocidas como las necesidades del ego o de la autoestima.

Este grupo radica en la necesidad de toda persona de sentirse apreciado, tener prestigio y destacar dentro de su grupo social, de igual manera se incluyen la autovaloración y el respeto a sí mismo.

Necesidades de auto-realización: Se convierte en el ideal de cada individuo.

Consiste en desarrollar al máximo el potencial de cada uno, el llegar a ser todo lo que uno se ha propuesto como meta, es un objetivo humano inculcado por la cultura del éxito y competitividad y por ende de prosperidad personal y social.

1.4. Formulación del Problema:

¿Cómo mejorar el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa BELCORP Chepén Zona - 3152?

1.5. Justificación del Estudio:

a) Científica:

El presente proyecto pretende conocer los factores que motivan a las Socias Empresarias de BELCORP, posteriormente implementar un plan estratégico de motivación, las cuales fortalecerán los comportamientos favorables de las Socias Empresarias, haciendo que estas perduren y las

mantengan motivadas luego se construirá una herramienta fundamental que apoyará a las Socias empresarias de otras zonas.

Desde el punto de vista metodológico, este estudio se realizará a través de técnicas como cuestionario y la observación directa que reportarán datos los cuales serán analizados mediante tablas y gráficos.

b) Institucional:

Para la empresa BELCORP, este estudio servirá como herramienta en la toma de decisiones y conocer los factores que influyen en la motivación y el nivel de satisfacción de las socias empresarias actuales, además de acuerdo a los resultados obtenidos la empresa podrá evaluar cambios e implementación de estrategias que tengan al personal motivado.

c) Social:

El motor de las empresas es el recurso humano, las personas necesitan ser reconocidas por lo que hacen, de esta manera se mantienen activas, tienen comportamientos positivos, es decir las personas dejan de desempeñarse bien cuando falta la parte motivadora.

La motivación consiste en demostrarle sincera satisfacción en el trabajo que se ejecuta, elogiar, promover, felicitar un buen desempeño con lleva a mejores resultados para la empresa, es muy importante que la empresa tenga a su personal motivado para que estos tengan un desempeño con mayor eficacia y eficiencia, el presente estudio servirá como referente a futuros estudios y podrán replicar la estrategia, por lo tanto tendremos muchos trabajadores motivados trabajando para beneficio de nuestra sociedad y país.

1.6. Hipótesis:

La implantación de Coaching para el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa BELCORP Chepén 3152.

1.7. Objetivos:

1.7.1. Objetivo General:

Elaborar una propuesta de Coaching para el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa BELCORP Chepén 3152.

1.7.2. Objetivos Específicos:

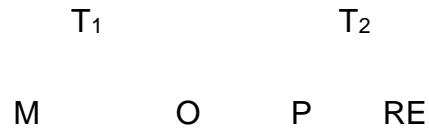
1. Diagnosticar el estado actual del nivel de satisfacción en las socias empresarias.
2. Identificar los factores influyentes en el nivel de satisfacción en las socias empresarias.
3. Diseñar estrategias de motivación.

CAPÍTULO II: MÉTODO

CAPÍTULO II: MÉTODO

2. 1. Diseño de Investigación:

No experimental – predictivo.



Donde:

M: Es la muestra que se está observando: nivel de satisfacción.

O: Es la observación a desarrollar en la muestra: Entrevista y análisis documental.

P: Es la propuesta de especialidad: estrategias de motivación.

T₁: Es el tiempo de medición inicial con información actual, junio 2017.

T₂: Es el tiempo de proyección por el período que durará la implantación de la propuesta de solución P, diciembre 2017.

RE: Son los “resultados estimados” o proyectados, que generará la implantación de la propuesta de solución P.

2. 2. Variables, Operacionalización:

2.2.1. Definición Conceptual:

Variable Independiente (X):

Maslow (1943), nos dice que cada ser humano se sentirá más motivado por lo que buscan que por lo que ya tienen. El comportamiento humano puede tener más de una motivación.

El comportamiento motivado es una especie de canal que puede ayudar a satisfacer muchas necesidades aisladas simultáneamente.

Ningún comportamiento es casual, sino motivado; es decir, está orientado hacia objetivos. Sus limitaciones tienen que ver con que no ha sido verificado por completo.

Variable Dependiente (Y):

La satisfacción en el trabajo es de especial "interés se debe a varias razones, que tienen relación con el desarrollo histórico de las Teorías de la Organización, las cuales han experimentado cambios a lo largo del tiempo" (Weinert 1985).

2.2.2. Operacionalización de Variables:

Variable Dependiente (Y): Nivel de Satisfacción.

Variable.	Definición conceptual.	Dimensión.	Indicadores.	Técnicas e Instrumentos.	Categorías.	Ítems.
Nivel de satisfacción.	La satisfacción en el trabajo es de especial "interés se debe a varias razones, que tienen relación con el desarrollo histórico de las Teorías de la Organización, las cuales han experimentado cambios a lo largo del tiempo".	Se.	Autorrealización.	Encuesta. Cuestionario.	1 = Nunca. 2 = A veces. 3 = Siempre.	1 y 2.
			Estima.		1 = Nunca. 2 = A veces. 3 = Siempre.	4 y 9.
			Social.		1 = Nunca. 2 = A veces. 3 = Siempre.	5 y 6.

			Seguridad.	1 = Nunca. 2 = A veces. 3 = Siempre.	7 y 8.
			Fisiológica.	1 = Nunca. 2 = A veces. 3 = Siempre.	3 y 10.

Variable Independiente (X): Coaching.

Variable.	Definición conceptual.	Dimensiones.	Indicadores.	Instrumentos.	Categorías.	Ítems.
COACHING.	Es considerado como el motor o fuerza intrínseca para efectuar acciones en el colaborador, con la finalidad de impulsarlo a lograr el cumplimiento de sus objetivos y metas acorde a su responsabilidad, por ende, los objetivos de la organización. (Cortés, García; 2012).	Factor intrínseco.	Reconocimiento.	Lista de cotejo.	Si y No.	1 – 5.
			Responsabilidad.		Si y No.	6 – 9.
			Realización personal.		Si y No.	10.
			Realización laboral.		Si y No.	11.
			Progreso o Ascenso.		Si y No.	12.
		Factor extrínseco.	Política de la organización.	Guía de verificación.	Si y No.	13.
			Administración.		Si y No.	14.

		Relaciones interpersonales.	Si y No.	15 – 16.
		Condiciones de trabajo.	Si y No.	17.
		Status.	Si y No.	18.
		Salario.	Si y No.	19.

2.3. Población y Muestra:

Población: Es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno (Tamayo, 2012).

Es el total de individuos del objeto de análisis. En esta oportunidad son 10 trabajadores de la empresa BELCORP Chepén.

Muestra: Es un subgrupo de la población, subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población (Sampieri, 2010).

Es la porción de la población que se tomará como representación. Permite reducir los tiempos y costos de estudiar a toda la población.

Tabla: Población de la BELCORP Chepén para realizar el estudio.

N°.	CARGO O FUNCIÓN.	SUJETOS.
1.	Gerente ventas de zona.	1.
2.	Asistente de gerente.	1.
3.	Personal de ventas.	8.
Total.		20.

Fuente: Empresa BELCORP Chepén.

Fecha: marzo 2018.

Unidad de análisis: Es el individuo del que se obtendrá la información para la investigación. En esta oportunidad la fuente de información son los trabajadores de la empresa BELCORP Chepén.

2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y

Confiabilidad:

2.4.1. Técnicas:

“Las técnicas son los medios empleados para recolar información” **Peñuelas (2008)**, En la presente investigación se utilizó la técnica documental que ha permitido recopilar información para expresar las teorías que sustentan el estudio del nivel de satisfacción.

La encuesta: En esta investigación se utilizó la encuesta previamente diseñado, con la finalidad de hacerle un conjunto de preguntas a la población de estudio, así mismo está conformada por la variable dependiente.

2.4.2. Instrumento:

El cuestionario: Es una técnica de recolección de datos y estará conformado por un conjunto de preguntas escritas que aplicamos a todos los trabajadores de la empresa Belcorp Chepén a fin de obtener la información necesaria para determinar los valores o respuestas de nuestras variables motivo de estudio.

Confiabilidad: Para medir la confiabilidad se aplicará el Alfa de Cronbach y el método: test re-test, es la aplicación del mismo instrumento en diferentes momentos para analizar su estabilidad en el tiempo.

Validez: Se mide mediante el juicio de expertos.

2.5. Métodos de Análisis de Datos:

Para el procedimiento de los datos estadísticos se utilizó la prueba estadística del SPSS teniendo como resultados de la prueba de normalidad el coeficiente correlación de Spearman.

Según Valderrey (2010), refiere que la rho de Spearman permite medir la correlación entre dos variables cuando se trabaja con una variable de distribución no normal.

2.6. Aspectos Éticos:

- **Criterios:** Características éticas del criterio.
- **Confidencialidad:** Se salvaguardará la identificación de la entidad y los participantes que brindan información para la investigación.
- **Objetividad:** La presente exploración se basará en criterios objetivos, técnicos e imparciales.
- **Originalidad:** Se citarán las fuentes bibliográficas de la investigación mostrada, a fin de manifestar la inexistencia de plagio intelectual.
- **Veracidad:** La investigación mostrada será verdadera, así como los resultados son originales de los tesistas.
- **Derechos humanos:** La investigación respeta los derechos humanos en la entidad de estudio.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1.- Objetivo Específico 01:

Diagnosticar el estado actual de satisfacción en las socias empresarias.

Tabla 1: ¿Ha recibido usted incentivos y/o reconocimientos (resolución, carta de felicitación, beca de capacitación), durante los dos últimos años por parte de la empresa?

	Frecuencia.	%.
Más de uno.	5.	63%.
Uno.	2.	25%.
Ninguno.	1.	12%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

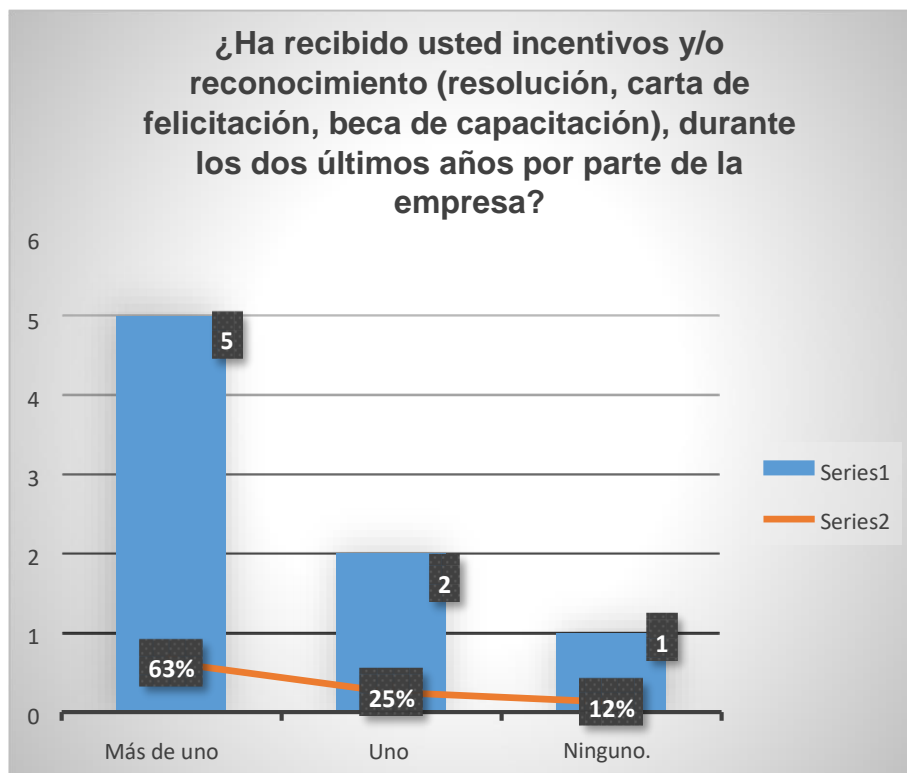


Figura N° 1: ¿Ha recibido usted incentivos y/o reconocimientos (resolución, carta de felicitación, beca de capacitación), durante los dos últimos años por parte de la empresa?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

Del total de entrevistados en la dimensión: El 13% opina que no ha recibido ninguna carta de felicitación, resolución y/o beca de capacitación, el 25% opina que lo han hecho de uno vez. En resumen: la mayoría (63%), de las encuestadas si ha recibido incentivos por parte de la empresa en más de una ocasión.

Tabla 2: La retribución que percibe usted: ¿Responde a las actividades realizadas?

	Frecuencia.	%.
Siempre.	8.	100%.
A veces.	0.	0%.
Nunca.	0.	0%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

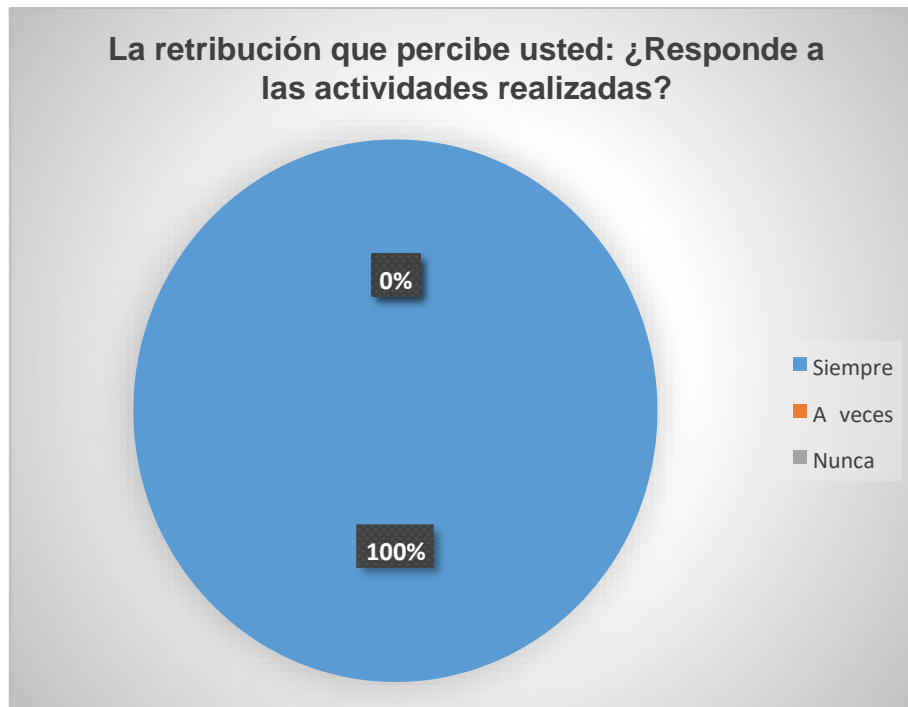


Figura N° 2: La retribución que percibe usted: ¿Responde a las actividades realizadas?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

De acuerdo a la figura, el 12% de las encuestadas considera que la retribución que percibe corresponde siempre a las actividades realizadas durante la campaña, el 38% de las encuestadas considera que a beses percibe el monto de sus actividades durante la campaña, mientras que el 50% considera que nunca percibe el monto de acuerdo a sus actividades.

Tabla 3: ¿De qué manera las condiciones del ambiente físico de su trabajo influyen en la forma que desempeña su trabajo?

	Frecuencia.	%.
Me ayuda mucho.	5.	63%.
Me ayuda poco.	3.	37%.
Ni una cosa ni otra.	0.	0%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

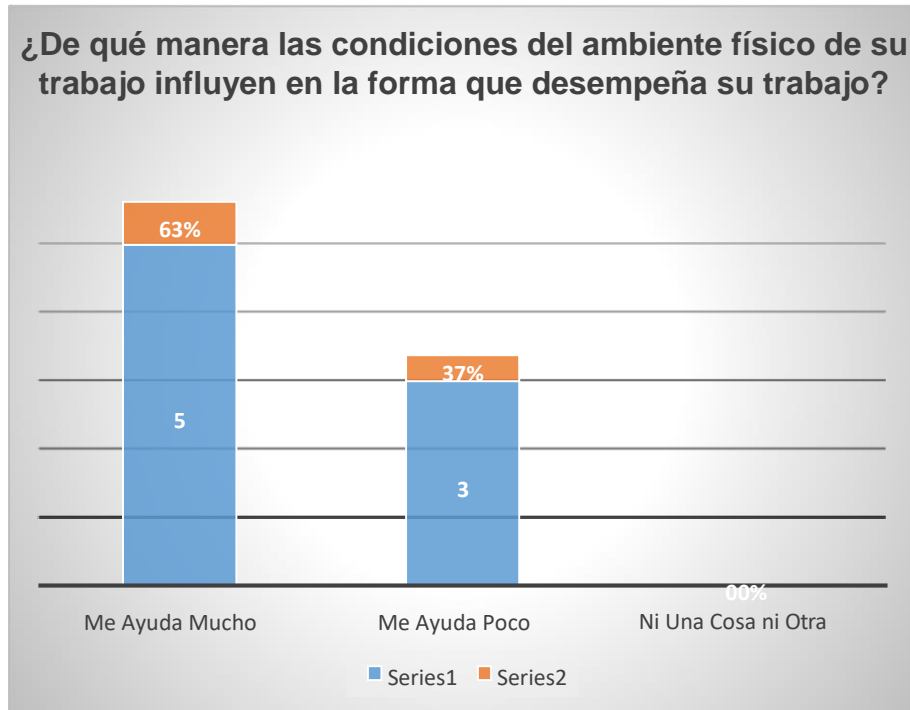


Figura N° 3: ¿De qué manera las condiciones del ambiente físico de su trabajo influyen en la forma que desempeña su trabajo?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

El 50% de las encuestadas considera que las condiciones del ambiente influyen mucho en la forma y el desempeño en sus labores, mientras que el 37% considera que las condiciones le ayudan poco, de acuerdo a la encuesta se puede apreciar que un 13% considera que el ambiente no es importante ya que el trabajo que realiza se hace siempre en campo.

Tabla 4: ¿Considera usted que la disposición de herramientas y materiales que brinda la empresa para la atención es apropiada?

	Frecuencia.	%.
Siempre.	3.	38%.
A veces.	5.	62%.
Nunca.	0.	0%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

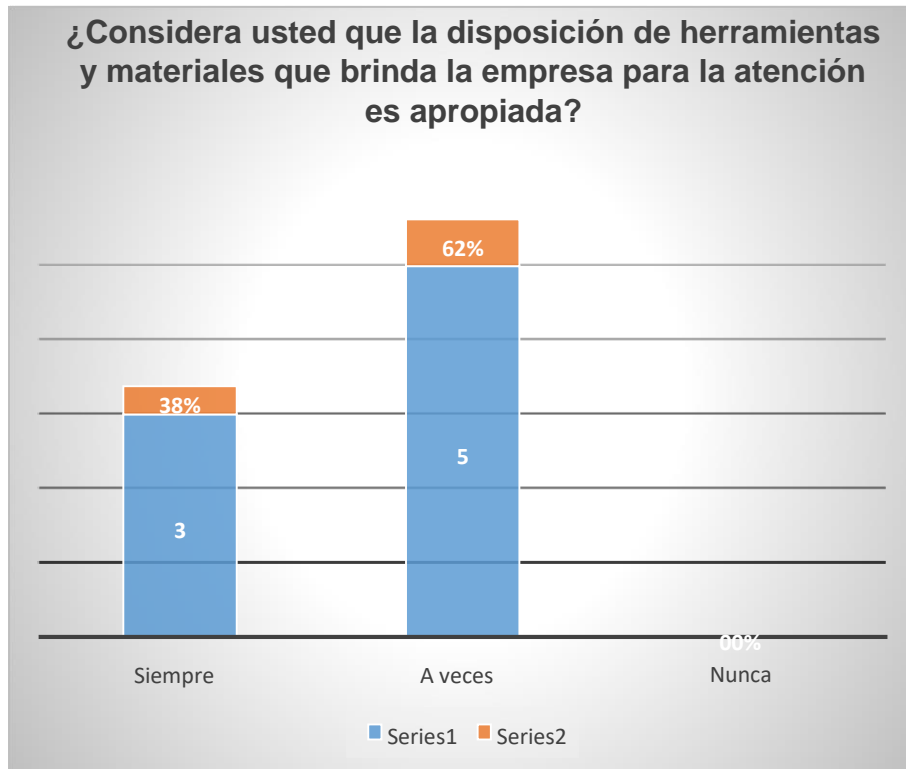


Figura N° 4: ¿Considera usted que la disposición de herramientas y materiales que brinda la empresa para la atención es apropiada?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

Las consultoras encuestadas, consideran en un 37% que las herramientas y materiales que brinda la empresa siempre son apropiadas, un 50% considera que a veces los materiales y las herramientas son las apropiadas, mientras que un 13% considera que nunca.

Tabla N° 05: ¿Cómo considera la relación entre usted y su jefe inmediato?

	Frecuencia.	%.
Buena.	5.	62%.
Regular.	3.	38%.
Mala.	0.	0%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

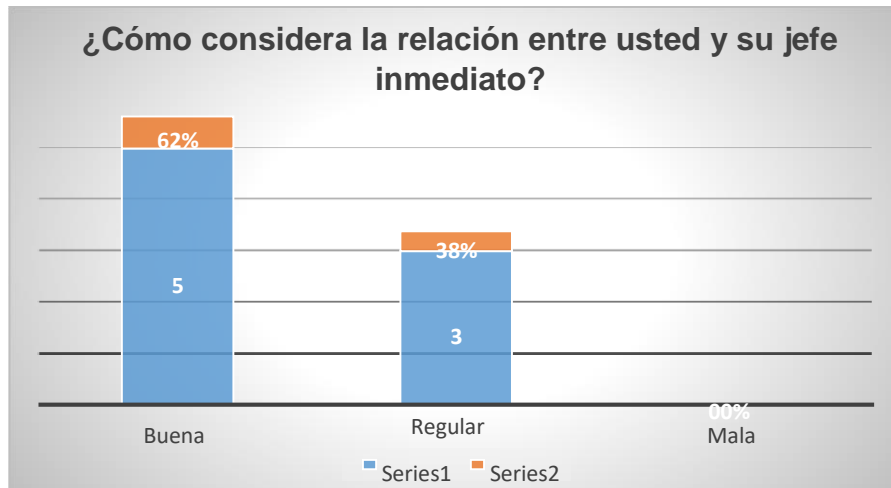


Figura N° 5: ¿Cómo considera la relación entre usted y su jefe inmediato?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

El 62% de las encuestadas consideran que la relación con su jefe inmediato es buena, mientras que un 38% considera que la relación con su jefe es regular, las encuestadas consideraron que el 0% en su relación con su jefe es mala.

Tabla 6: ¿Cómo considera la relación entre usted y sus compañeros de trabajo?

	Frecuencia.	%.
Buena.	3.	38%.
Regular.	5.	62%.
Mala.	0.	0%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

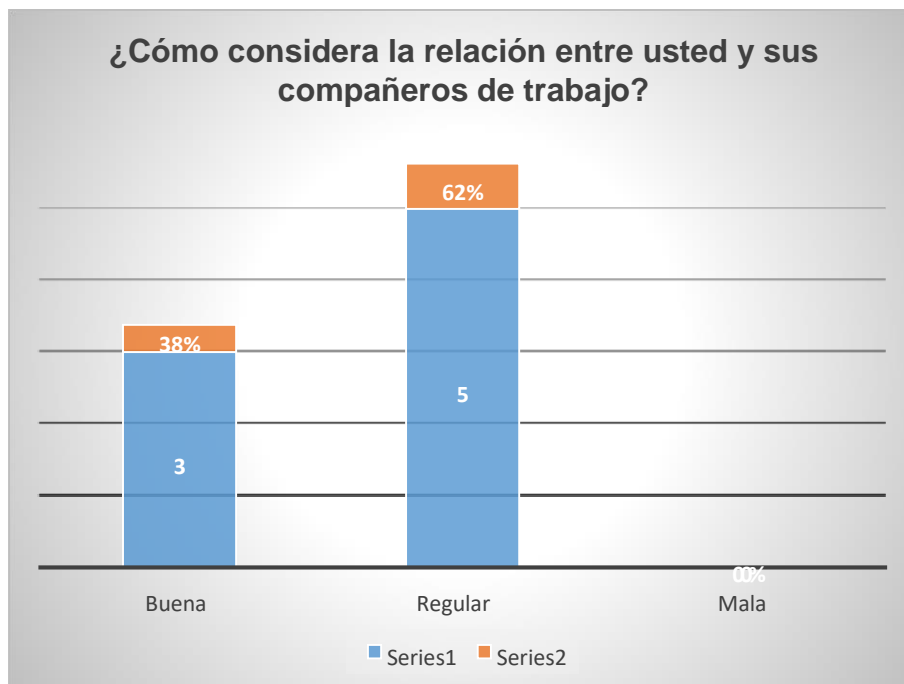


Figura N° 6: ¿Cómo considera la relación entre usted y sus compañeros de trabajo?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la figura N° 6, el 62% considera que la relación con sus compañeros de trabajo es buena, mientras que un 25% considera que la relación se da de manera regular, sin embargo, una encuestada que representa el 13% del total considera que la relación es mala.

Tabla 7: ¿Considera usted que la capacitación recibida por su institución para el desempeño de sus funciones ha sido?

	Frecuencia.	%.
Buena.	2.	25%.
Regular.	5.	62%.
Mala.	1.	13%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

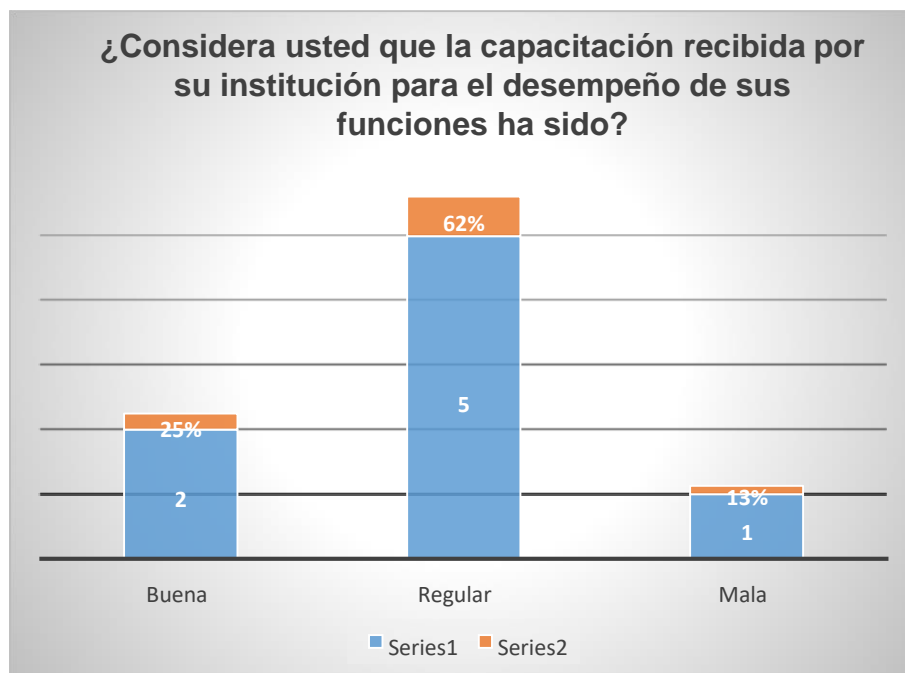


Figura N° 7: ¿Considera usted que la capacitación recibida por su institución para el desempeño de sus funciones ha sido?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos presentados en la figura, las encuestadas consideran que la capacitación recibida por la institución para mejorar su desempeño es buena en un 25%, mientras que un 62% considera que la capacitación le ha servido de manera regular, el 13% considera que la capacitación no ha sido efectiva.

Tabla 8: ¿Han surgido cambios en tus resultados después de haber recibido su capacitación?

	Frecuencia.	%.
Siempre.	2.	25%.
A veces.	5.	62%.
Nunca.	1.	13%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

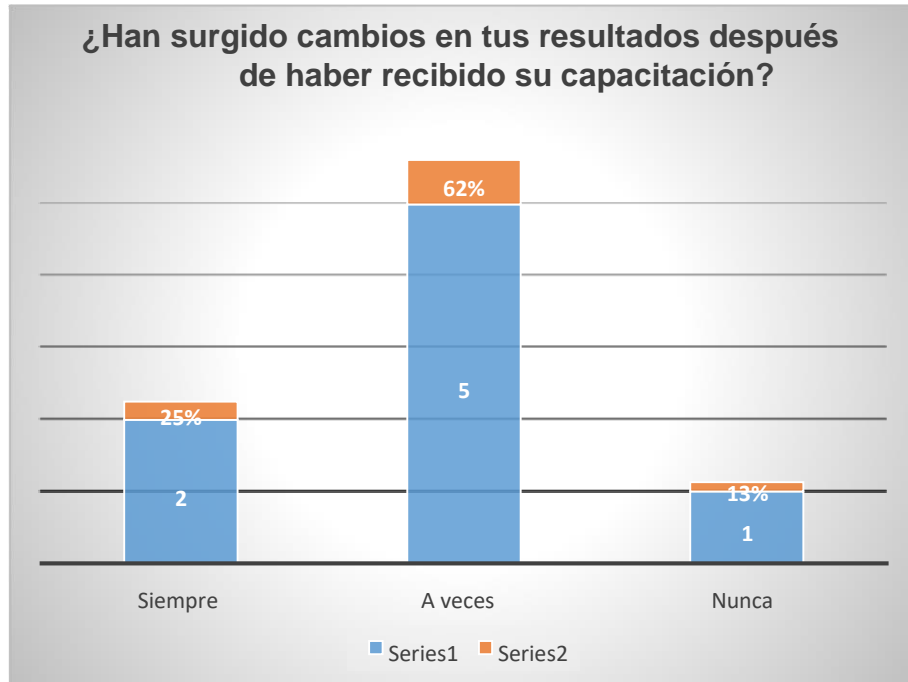


Figura N° 8: ¿Han surgido cambios en tus resultados después de haber recibido su capacitación?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos a las encuestadas se considera que los resultados obtenidos después de la capacitación siempre han sido buenos en un 25%, mientras tanto que un 50% considera que a veces la capacitación le ha resultado, mientras que un 25% considera que nunca les ha dado resultados.

Tabla 9: ¿Actualmente cómo considera usted su desempeño laboral en este negocio?

	Frecuencia.	%.
Buena.	1.	12%.
Regular.	7.	88%.
Mala.	0.	0%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

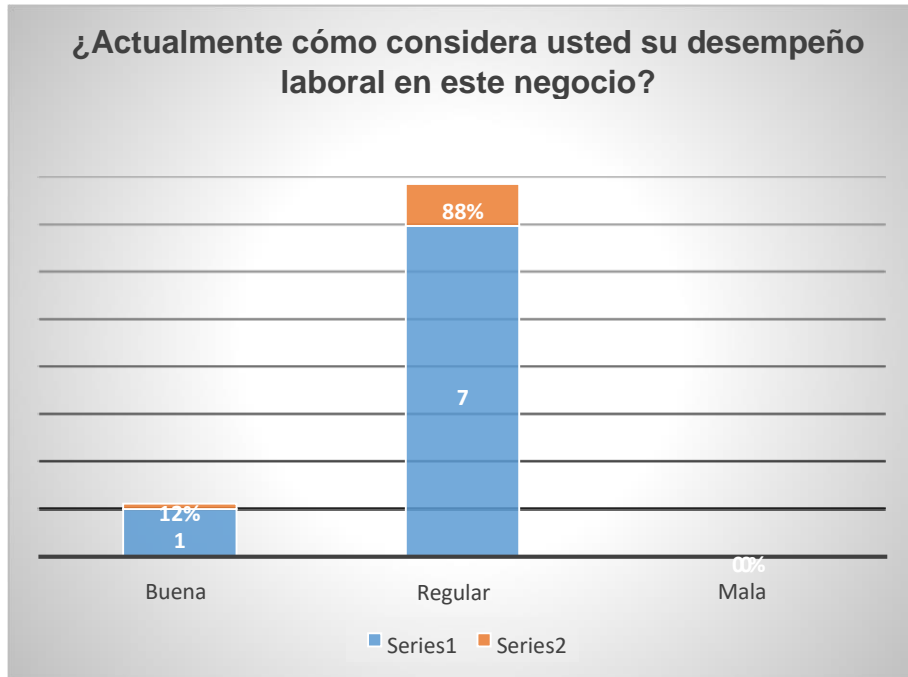


Figura N° 9: ¿Actualmente cómo considera usted su desempeño laboral en este negocio?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos, las consultoras consideran que su desempeño en el presente negocio es bueno en un 25%, mientras que el 50% considera que su desempeño en el negocio es regular, el 25 % de las encuestadas considera que su desempeño en el negocio es malo.

Tabla 10: ¿En su situación personal, se siente a gusto con las actividades que realiza día a día?

	Frecuencia.	%.
Siempre.	3.	38%.
A veces.	5.	62%.
Nunca.	0.	0%.
Total general.	8.	100%.

Fuente: Elaboración Propia.

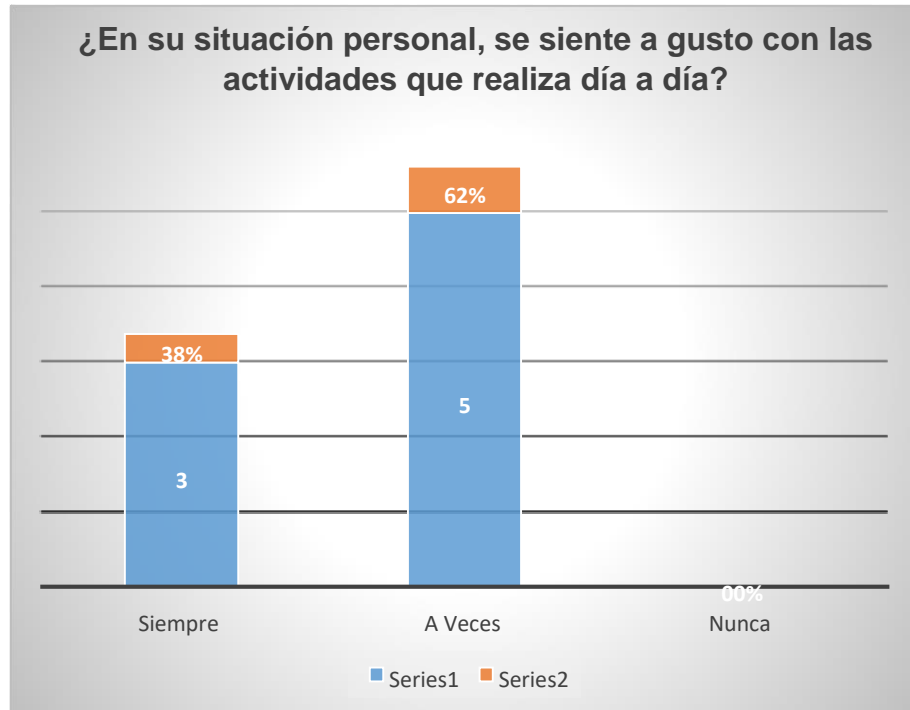


Figura N° 10: ¿En su situación personal, se siente a gusto con las actividades que realiza día a día?

Fuente: Elaboración Propia.

Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos, las consultoras consideran que su desempeño en el presente negocio es bueno en un 25%, mientras que el 50% considera que su desempeño en el negocio es regular, el 25 % de las encuestadas considera que su desempeño en el negocio es malo.

3.2.- Objetivo Específico 02:

Identificar los factores influyentes en el nivel de satisfacción en las socias empresarias.

Para desarrollar, el objetivo específico 02 ejecutamos como instrumento una guía de verificación, cuya técnica es la lista de cotejo, para identificar los factores

intrínsecos y extrínsecos que influyen en el nivel de satisfacción en las socias empresarias, como resultado obtuvimos lo que indica el siguiente cuadro:

Tabla 11.

DIMENSIÓN.	INDICADOR.	SI.	NO.
Factor intrínseco (Motivacionales).	Reconocimiento.		
	La empresa ofrece incentivos económicos a las asociadas cuando logran sus metas.		X.
	La empresa se preocupa por diseñar espacios seguros y cómodos.		X.
	Los jefes demuestran interés genuino por la vida del colaborador.		X.
	La empresa tiene implementado una bitácora de los cumpleaños de todos los asociados.		X.
	La empresa tiene implementado políticas de sugerencia y participación en las asociadas en las decisiones de la empresa.		X.
	Responsabilidad.		
	Los altos mandos tienen un liderazgo de tipo carismático.		X.

	La empresa trabajar en el compromiso.		X.
	La empresa tiene un pensamiento "EN GRANDE". De triunfo y éxito.		X.
	La empresa trabaja en lograr el compromiso en las asociadas.		X.
	Realización personal.		
	La empresa trabaja para evitar la monotonía.		X.
	Realización laboral.		
	Diseñar una correcta inserción de asociados.		X.
	Progreso o Ascenso.		
	Memorizar en el trabajador cuando alcance una meta.		X.
	Política de la organización.		
	Implementar políticas flexibles.		X.

	Administración.		
	Diseñar una cultura organizacional.		X.
	Relaciones interpersonales.		
	Establecer una política de colaboración.		X.
Factor extrínseco (De higiene).	Realizar actividades fuera de la oficina.		X.
	Condiciones de trabajo.		
	Cuidar el lugar de trabajo.		X.
	Status.		
	Orgullecer al asociado.		X.
	Salario.		
	Diseñar una escala económica.		X.

Los NO, son los factores que se perciben de manera negativa, ya que la empresa no viene tomando en cuenta aquellos indicadores.

3.3.- Objetivo específico 03:

Coaching.

Tabla 12.

Variable.	Indicador.	Estrategia.	Acción.
Coaching.	Reconocimiento.	Ofrecer un incentivo económico.	Seleccionar aquellos asociados que lleguen a sus metas todos los meses.
			Definir a tiempo el tipo de incentivo (bono o premio), sumado a las comisiones.
		Diseñar espacios seguros y cómodos.	Invertir en mobiliario, equipo, insumos y herramientas de calidad y eficientes.
		Demostrar un interés genuino por la vida de la socia empresaria.	Llevar un regalo sorpresa de manera sonriente a la asociada en algo que todos saben le gusta.
			Felicitación directa de los altos mandos por haber alcanzado algún logro.

	Implementar una bitácora de los cumpleaños de todos los asociados.	Promover la realización de una pequeña celebración.
	Implementar políticas de sugerencia y participación de las asociadas en las decisiones de la empresa.	Analizar las causas.
		Utilizar frases positivas.
Responsabilidad.	Construir un liderazgo carismático.	Establecer iniciativas como ejemplo a los asociados a que sigan la idea.

		Potenciar habilidades y capacidades.
	Inyectar un pensamiento “EN GRANDE”. De triunfo y éxito.	Explicar y construir en conjunto los objetivos de la empresa, sean realistas y alcanzables, a corto, mediano y a largo plazo y comunicar nuestra visión global.

	<p>Trabajar en el compromiso.</p>	<p>Preguntarles cuándo van a vender y entregar los productos, cuánto tiempo van a emplear en esa tarea, cómo la piensan realizar.</p>
	<p>Trabajar en Feedback.</p>	<p>Conversar con el equipo lo que hace bien y lo que hace mal, examinando las causas con detenimiento.</p>
<p>Realización personal.</p>	<p>Evitar la monotonía.</p>	<p>Diseñar de manera constante técnicas y métodos de trabajo.</p> <p>Explorar diferentes posibilidades (opciones de mercado).</p> <p>Trabajar en la mente de las asociadas para que disfruten de sus actividades.</p> <p>Propiciar escenarios donde puedan expresar su creatividad y ser ellos mismos.</p>

	Realización laboral.	Diseñar plan de inserción de asociados.	Brindarles confianza y autonomía.
	Progreso o Ascenso.	Memorizar en el trabajador.	Establecer costumbre de festejo por metas.
	Política de la organización.	Implementar políticas flexibles.	
			Conocer personalmente a los asociados y su situación individual.
	Administración.	Diseñar una cultura organizacional.	Definir el enfoque que tendrá la institución.
	Relaciones interpersonales.	Establecer una política de colaboración.	Cooperar, coordinar o crear los actos, esfuerzos y producción de productos y/o servicios de manera conjunta.
		Realizar actividades fuera de la oficina.	Definir gustos y preferencias de las socias.
	Condiciones de trabajo.	Cuidar el lugar de trabajo.	Cuidar la aplicación del plan de riesgos laborales y la promoción de la salud.

		Considerar el material, el equipo y las herramientas adecuadas y necesarias para realizar su trabajo.
Status.	Orgullecer al asociado.	Hacer partícipes a la socios de capacitaciones.
		Gestionar ingresos a clubes o restaurantes en espacios Vip o exclusivos.
Salario.	Diseñar una escala económica.	Definir tipo de asociado y sus funciones.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

En la empresa, se ha podido verificar que, no tiene en cuenta tres indicadores del factor intrínseco motivacional, como la responsabilidad y realización personal y laboral y; del factor extrínseco de higiene, indicadores que no tienen en cuenta, como el de políticas flexibles de la organización, condiciones de trabajo; esto contrapone a lo estudiado por (Brimos & Guerrero, 2016), quienes concluyen que la real satisfacción del hombre con su trabajo proviene del hecho de enriquecer el puesto de trabajo, bajo ciertas condiciones, para que de esta manera pueda desarrollar una mayor responsabilidad.

Lo antes mencionado se sostiene teóricamente por Cortés, García (2012), quien define a la motivación laboral como el motor o fuerza intrínseca para efectuar acciones en el colaborador, con la finalidad de impulsarlo a lograr el cumplimiento de sus objetivos y metas acorde a su responsabilidad.

Así mismo, otro indicador del factor intrínseco motivacional, que no se ha tenido en cuenta en la empresa es el de reconocimiento; por ello, se ha planteado como estrategias el ofrecer un incentivo económico (bono o premio), sumado a sus comisiones, el diseñar espacios seguros y cómodos, demostrar interés genuino por la vida de las socias empresarias (llevar regalos y felicitar de manera directa), implementar bitácora de cumpleaños e implementar políticas de sugerencia y participación de las socias en las decisiones de la empresa; ello se sostiene en la investigación realizada por (Castañeda & Julca, 2016), denominada “aplicación de un programa de motivación laboral para mejorar la productividad de los trabajadores del área de ventas en la distribuidora Casther y asociados S.A.C. para el año 2016”, quienes concluyen que, es esencial la implementación de un programa de motivación que se debe considerar como una inversión de la empresa para obtener mejores resultados futuros, ya que estas personas son el factor fundamental de llevar a la organización al éxito y a las metas deseadas, es

importante darle el primer lugar al recurso humano, elegir estrategias que le permitan sentirse reconocidos por el trabajo que realizan.

Del mismo modo en una combinación de ambos factores el intrínseco motivacional y extrínseco de higiene y de manera específica en cuanto a definir a tiempo el tipo de incentivo (bono o premio), sumado a las comisiones y salario (diseñar una escala económica definiendo el tipo de asociado y sus funciones) que, se sostienen en la investigación realizada por (Sum, 2016), denominada “estudio realizado con el personal administrativo de una empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango”, quien concluye que, la motivación produce en el personal administrativo de la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, realizar las actividades laborales en su puesto de trabajo con un buen entusiasmo, y que ellos se sientan satisfechos al recibir algún incentivo o recompensa por un buen sueldo.

Los puntos antes mencionados también se sostienen teóricamente por Maslow (1943), nos dice que cada ser humano se sentirá más motivado por lo que buscan, que por, lo que ya tienen. El comportamiento humano puede tener más de una motivación.

El comportamiento motivado es una especie de canal que puede ayudar a satisfacer muchas necesidades aisladas simultáneamente. Ningún comportamiento es casual, sino motivado; es decir, está orientado hacia objetivos.

En nuestros resultados de la encuesta a las socias empresarias, el 63% no ha recibido un incentivo y/o reconocimiento durante los dos últimos años; así mismo un 50% expresa que la retribución que percibe no responde a las actividades realizadas; en cuanto al desempeño laboral personal, el 75% menciona que es regular y malo y; el 76% confirma que a veces y nunca se siente a gusto con las actividades que realiza día a día; es por ello que se hace necesario proponer estrategias de motivación para mejorar el nivel de satisfacción y; que se sostiene por una tesis.

Según (Pecho, 2016), en su investigación denominada “programa de gestión motivacional para la mejora de la satisfacción laboral de los colaboradores del área formación general y básica de la universidad autónoma del Perú”, que al haber desarrollado dicho programa, logró un 54.55% de alta satisfacción laboral lo cual determina que se ha cumplido con el objetivo y se reafirma la hipótesis planteada que el desarrollar el programa de gestión motivacional mejorará la satisfacción laboral de los docentes del Área de Formación General y Básica.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

1. Para empezar en relación al objetivo general, el cual pide “Elaborar propuesta de coaching para el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa Belcorp Chepén 3152”, según los resultados se observa que la variable de motivacional expresa una deficiencia, lo cual indica que existe poco compromiso por parte de los directivos o jefes o líderes de la empresa, sobre una muestra de ocho (08) socias empresarias, en tanto que los resultados relacionados con la variable de satisfacción, donde se refleja bajo nivel; es por ello que se plantea proponer estrategias de motivación para mejorar los niveles de satisfacción laboral de las socias empresarias.
2. En relación al primer objetivo específico, se requirió “Diagnosticar el estado actual del nivel de satisfacción en las socias empresarias”, por lo que se obtuvo un diagnóstico situacional actual sobre las actividades desarrolladas por la empresa que dieron como resultado un bajo nivel en cuanto a la inexistencia de estrategias motivacionales como parte de la planificación organizacional.
3. En cuanto al segundo objetivo específico, donde se buscó “Identificar los factores influyentes en el nivel de satisfacción en las socias empresarias” cuyos resultados se basan a la confiabilidad de información y a los comportamientos de las socias empresarias y de los representantes de la empresa (líderes y jefes) mostrando un bajo nivel de los factores motivacionales influyentes en cuanto a elaborar estrategias motivacionales como parte de la planificación organizacional.
4. En relación al tercer objetivo específico, el cual se solicitó “Diseñar estrategias de motivación.”, cuyo resultado es producto de un proceso de verificación de las deficiencias motivacionales y corroboración de trabajo en campo de los bajos niveles de satisfacción.

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

1. Para comenzar en relación al objetivo general, el cual pide “Elaborar propuesta de coaching para el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa Belcorp Chepén 3152.”, mi propuesta es la de llevar a cabo la aplicación de un programa de gestión motivacional mediante una concientización a los directivos y jefes, quienes posteriormente permitirán que las socias empresarias muestren satisfacción laboral y por ende el compromiso con la empresa, que en mi opinión son pilares fundamentales para el desarrollo del proceso motivacional, lo cual va a determinar que las socias mejoren su rendimiento y se disminuya el índice de rotación, renunciadas, entre otros.
2. En relación al primer objetivo específico, se requirió “Diagnosticar el estado actual del nivel de satisfacción en las socias empresarias”, se propone la toma de decisiones por parte de Gerencia General y el área de RRHH con la implementación de espacios y actividades físicos en la organización para así generar, en socias empresarias, la imagen de compromiso, consideración y valoración de parte de la empresa.
3. En cuanto al segundo objetivo específico, donde se buscó “Identificar los factores influyentes en el nivel de satisfacción en las socias empresarias”, se propone definir un responsable para la identificación constante de acciones motivacionales que permitan mejorar el desarrollo eficiente, motivador y comprometido de las acciones y por ende la satisfacción laboral.
4. En relación al tercer objetivo específico, el cual se solicitó “Diseñar estrategias de motivación.”, se propone implementar las estrategias y acciones a corto, mediano y largo plazo para generar y estimular el desarrollo emocional, por medio de algunos indicadores, como incentivos, premiaciones, reconocimientos que se deben desarrollar en la empresa.

CAPÍTULO VII: PROPUESTA

CAPÍTULO VII: PROPUESTA

1. Presentación:

En el marco de mejorar el nivel de satisfacción en las socias empresarias, es que se ha elaborado una propuesta que tenga lineamientos y las estrategias de motivación para que la empresa Belcorp, pueda lograr sus objetivos institucionales y a su vez fomentar y desarrollar la participación activa de los involucrados, como por ejemplo, la oportunidad de una investigación de tesis de tipo propositiva de la Universidad César Vallejo, donde los tesisistas entregan un instrumento valioso con la finalidad que la empresa tenga a bien analizarlo y posteriormente ejecutarlo. Es por ello que, dentro de la tesis, se presenta estrategias de motivación para mejorar el nivel de satisfacción en las socias empresarias.

Cabe señalar que, durante estos meses se trabajó en un diagnóstico, tanto en las variables de motivación como en la satisfacción, para instaurar una propuesta de estrategias, lo cual implicó generar un modelo basado en las características particulares de cada socia empresaria y su función. Se desarrollará un trabajo con recursos propios, cuyos productos obtenidos han sido el insumo para la elaboración de estrategias.

En primer lugar, se presenta una encuesta para diagnosticar el estado actual de la satisfacción de las socias empresarias y, en segundo lugar, una lista de cotejo para identificar factores motivacionales influyentes de la satisfacción, como los factores motivacionales tanto intrínsecos como extrínsecos; posterior a ello, una serie de estrategias, según lo antes mencionado. La propuesta incluye a las socias empresarias, quienes integran la organización, agrupados de acuerdo a las funciones, identificadas en el diagnóstico de la investigación de tesis.

2. Actividades de la Empresa:

La empresa Belcorp, es una entidad privada, dedicada a la venta directa de productos de belleza por catálogo teniendo 18 campañas al año, con ciclo de 21 días por campaña.

Cuenta con una amplia red de distribución que abarca una gran cantidad de socias empresarias distribuidas en 16 países de Latinoamérica siendo la principal función de estas, búsqueda de nuevas consultoras y desarrollo de negocio para incrementar ventas y ganancias.

3. Justificación:

En las organizaciones modernas, el recurso más importante son las personas, entre ellas los trabajadores (en este caso y según el modelo del negocio, llamadas socias empresarias) que están involucradas y/o comprometidas en las diversas funciones y acciones laborales.

Esto es vital para una organización, en donde la conducta y rendimiento de cada una de ellas influye directamente en la calidad y la optimización del servicio que brindan, que es la venta directa de productos de belleza.

Un trabajador motivado en un entorno agradable, son los pilares fundamentales en los que las organizaciones exitosas sustentan sus logros.

Estos aspectos toman una gran importancia para alcanzar elevados niveles de satisfacción y por ende de desempeño.

En la mayoría de las empresas del Perú y sobre todo en la provincia de Chiclayo, estos factores, se encuentran en una etapa embrionaria; puesto que, no tienen una visión clara y concreta de lo que significa cultivar el trabajo de la motivación y en la satisfacción de los que pertenecen a una organización.

Por lo que, en esta investigación nos lleva de manera automática a enfocar ineludiblemente el tema de estrategias de motivación como los elementos esenciales para conservar y/o transformar las actitudes y los comportamientos de las personas dentro de las empresas. En tal sentido se plantea la presente propuesta de estrategias de motivación.

Lista de cotejo para identificar los factores motivacionales influyentes en la satisfacción.

Dimensión.	Indicadores.	Si.	No.
Factor intrínseco (Motivacionales).	Reconocimiento.		
	La empresa ofrece incentivos económicos a las asociadas cuando logran sus metas.		X.
	La empresa se preocupa por diseñar espacios seguros y cómodos.		X.
	Los jefes demuestran interés genuino por la vida del colaborador.		X.
	La empresa tiene implementado una bitácora de los cumpleaños de todos los asociados.		X.

	La empresa tiene implementado políticas de sugerencia y participación en las asociadas en las decisiones de la empresa.		X.
	Responsabilidad.		
	Los altos mandos tienen un liderazgo de tipo carismático.		X.
	La empresa trabaja en el compromiso.		X.
	La empresa tiene un pensamiento "EN GRANDE". De triunfo y éxito.		X.

	La empresa trabaja en lograr el compromiso en las asociadas.		X.
	Realización personal.		

	La empresa trabaja para evitar la monotonía.		X.
	Realización laboral.		
	Diseñar una correcta inserción de asociados.		X.
	Progreso o Ascenso.		
	Memorizar en el trabajador cuando alcance una meta.		X.
Factor extrínseco (De higiene).	Política de la organización.		
	Implementar políticas flexibles.		X.

	Administración.		
	Diseñar una cultura organizacional.		X.
	Relaciones interpersonales.		
	Establecer una política de colaboración.		X.
	Realizar actividades fuera de la oficina.		X.
	Condiciones de trabajo.		
	Cuidar el lugar de trabajo.		X.
	Status.		

Orgullecer al asociado.		X.
Salario.		
Diseñar una escala económica.		X.

4. Alcance:

La presente propuesta de Coaching es de aplicación para todas las socias empresarias que pertenecen a la empresa BELCORP.

5. Metas:

Una propuesta de coaching.

6. Indicadores de Gestión:

Producto específico: "Propuesta de coaching para el nivel de satisfacción de las socias empresarias de la empresa BELCORP".

Indicadores:

- 1.- Coaching para su posterior aplicación.
- 2.- Nivel de satisfacción de las socias empresarias.

Cuadro de socias empresarias.

Nombre.	Función.	N°.
Maryori Rivas Eneque.	Reclutamiento y desarrollo.	1.
Rosa Ascoy Balarezo.	Reclutamiento y desarrollo.	1.
Sonia valencia Medina.	Reclutamiento y desarrollo.	1.
Jacky cubas Montenegro.	Reclutamiento y desarrollo.	1.

Rosa Otoyá Ruiz.	Reclutamiento y desarrollo.	1.
Julia polo chirinos.	Reclutamiento y desarrollo.	1.
Judith Cobos Oviedo.	Reclutamiento y desarrollo.	1.
María Aguilar Pérez.	Reclutamiento y desarrollo.	1.
TOTAL.		8.
Fuente: Elaboración propia.		

7. Fines:

- . Mejorar la relación entre las socias empresarias y clientes, con ello, asegurar la calidad en el servicio de la empresa.
- . Generar actitudes, sentimientos y emociones positivas y mejoras en los objetivos y metas de trabajo (productividad), de la empresa.

8. Objetivos:

Objetivo General:

Contribuir con la mejora del nivel de satisfacción de las socias empresarias, para la ejecución eficiente de sus funciones, por medio de una propuesta de estrategias de motivación.

Objetivos Específicos:

. Determinar los factores motivaciones influyentes según la evaluación de las variables.

. Coordinar con el área de recursos humanos, considerando su representatividad, para facilitación del proceso de elaboración de las estrategias.

9. Estrategias y Acciones:

Estrategia.	Acción.
Ofrecer un incentivo económico.	Seleccionar aquellos asociados que lleguen a sus metas todos los meses.
	Definir a tiempo el tipo de incentivo (bono o premio), sumado a las comisiones.
Diseñar espacios seguros y cómodos.	Invertir en mobiliario, equipo, insumos y herramientas de calidad y eficientes.
Demostrar un interés genuino por la vida del colaborador.	Llevar un regalo sorpresa de manera sonriente al asociado en algo que todos saben le gusta.
	Felicitación directa de los altos mandos por haber alcanzado algún logro.

Implementar una bitácora de los cumpleaños de todos los asociados.	Promover la realización de una pequeña celebración.
	Analizar las causas.

Implementar políticas de sugerencia y participación de las asociadas en las decisiones de la empresa.	Utilizar frases positivas.
Construir un liderazgo carismático.	Establecer iniciativas como ejemplo a los asociados a que sigan la idea.
	Potenciar habilidades y capacidades.
Inyectar un pensamiento “EN GRANDE”. De triunfo y éxito.	Explicar y construir en conjunto los objetivos de la empresa, sean realistas y alcanzables, a corto, mediano y a largo plazo y comunicar nuestra visión global.
Trabajar en el compromiso.	Preguntarles cuándo van a vender y entregar los productos, cuánto tiempo van a emplear en esa tarea, cómo la piensan realizar.
Trabajar en Feedback.	Conversar con el equipo lo que hace bien y lo que hace mal, examinando las causas con detenimiento.

Evitar la monotonía.	Diseñar de manera constante técnicas y métodos de trabajo.
	Explorar diferentes posibilidades (opciones de mercado).
	Trabajar en la mente de las asociadas para que disfruten de sus actividades.
	Propiciar escenarios donde puedan expresar su creatividad y ser ellos mismos.
Diseñar plan de inserción de asociados.	Brindarles confianza y autonomía.
Memorizar en el trabajador.	Establecer costumbre de festejo por metas.
Implementar políticas flexibles.	Conocer personalmente a los asociados y su situación individual.
Diseñar una cultura organizacional.	Definir el enfoque que tendrá la institución.
Establecer una política de colaboración.	Cooperar, coordinar y co-crear los actos, esfuerzos y producción de productos y/o servicios de manera conjunta.

Realizar actividades fuera de la oficina.	Definir gustos y preferencias de las socias.
Cuidar el lugar de trabajo.	Cuidar la aplicación del plan de riesgos laborales y la promoción de la salud.
	Considerar el material, el equipo y las herramientas adecuadas y necesarias para realizar su trabajo.
Orgullecer al asociado.	Hacer partícipes a las socias de capacitaciones.
	Gestionar ingresos a clubes o restaurantes en espacios Vip o exclusivos.
Diseñar una escala económica.	Definir tipo de asociado y sus funciones.

10. Financiamiento:

Los tesistas, asumirán el costo del material académico – práctico a imprimir.

11. Presupuesto:

Descripción.	C.U. (s/).	Cantidad.	Total.
Materiales.	5.	35.	175.

Total.			175.
--------	--	--	------

12. Cronograma:

ESTRATEGIA.	META.	MESES.				LUGAR.	RESPON SABLE.
		1	2	3	4		
Ofrecer un incentivo económico.	8 socias empresarias beneficiadas.					Empresa	Tesisistas.
Diseñar espacios seguros y cómodos.							
Demostrar un interés genuino por la vida del colaborador.							
Implementar una bitácora de los cumpleaños de todos los asociados.							
Implementar políticas de sugerencia y participación de las asociadas en las decisiones de la empresa.							
Construir un liderazgo carismático.							
Inyectar un pensamiento "EN GRANDE". De triunfo y éxito.							

Trabajar en el compromiso.						
Trabajar en Feedback.						

Evitar la monotonía.						
Diseñar plan de inserción de asociados.						
Memorizar en el trabajador.						
Implementar políticas flexibles.						
Diseñar una cultura organizacional.						
Establecer una política de colaboración.						
Realizar actividades fuera de la oficina.						
Cuidar el lugar de trabajo.						
Orgullecer al asociado.						
Diseñar una escala económica.						

CAPÍTULO VIII: REFERENCIAS

CAPÍTULO VIII: REFERENCIAS

- Aguilar K. (2016). *Diseño de un Plan de Incentivos no Económicos para el Logro de la Eficiencia Empresarial*. – Milagro. Universidad Estatal de Milagro. – Milagro. – Ecuador.
- Amoros E. (2016). *Comportamiento Humano en las Organizaciones del Norte del Perú*. Recuperado de:
<http://www.eumed.net/librosgratis/2008c/420/FACTORES%20DE%20SATISFACCION%20LABORAL.htm>
- Arias L. & Palomino V. (2016). *Influencia de la Motivación de los Trabajadores de la Sociedad de Beneficencia Pública Sobre el Clima Laboral y Planteamiento de una Propuesta de Estrategias Motivacionales, Arequipa 2015*. – Arequipa. Universidad Católica San Pablo. – Arequipa. – Perú.
- Álava T. (1984). *Psicología Clínico*. (2da Edición). Lima. Perú. Editorial: San Marcos. (Página: 20 – 80). Universidad de San Marcos. – Lima. – Perú.
- Álvarez I. & Bernal A. (2000). *Feedback Laboral y Satisfacción*. (4ta Edición). Madrid. Editorial: Asociación de Editores de Andalucía. Universidad de Oviedo. – Madrid. – España.
- Baca L. (2012). Concepto de Coaching. Recuperado de:
<http://dle.rae.es/?w=diccionario>
- Baena V. (2011). *Fundamentos de Marketing: Entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial*. (1ra Edición). Barcelona. España. Editorial: UOC. (Página: 15 – 20). Universidad Europea de Madrid. – Barcelona. – España.
- Benalcázar W. (2014). *La Satisfacción Laboral del Personal de Ventas y su Relación con la Productividad de la Empresa Productos Paraíso del Ecuador* - Quito. Universidad Central del Ecuador. – Quito. – Ecuador.
- Blas E. & Luciano J. (2016). *Aplicación de un Programa de Motivación Laboral para Mejorar la Productividad de los Trabajadores del Área de Ventas en la*

Distribuidora CASTHER y ASOCIADOS S.A.C. Para el Año 2016. – Trujillo.
- Universidad Privada Antenor Orrego. – Trujillo. – Perú.

Cáceres K. (2018). *Pirámide de Maslow.* Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow.

Chávez L. (2016). *El Estrés Laboral y su Efecto en el Desempeño de los Trabajadores Administrativos del Área de Gestión Comercial de ELECTROSUR S.A. En el Período 2015.* – Tacna. Universidad Privada de Tacna. - Tacna. – Perú.

Chiang M. (2010). *Relaciones entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral.* Madrid. España. Editorial: Icai. Ediciones: Comillas. (Página: 17 – 24). Universidad Pontificia. – Madrid. - España.

Chiavenato I. (2011). *Administración de Recursos Humanos.* (5ra Edición). Buenos Aires. Argentina. Editorial: Best Seller Internacional. Ediciones: Mc Graw Hill. (Página: 02 – 50). Universidad Argentina. – Buenos Aires. – Argentina.

Díaz J. (2018). *Teoría de la Fijación de Metas Según Edwin Locke.* Recuperado de: <https://www.negociosyemprendimiento.org/2015/09/teoria-fijacionmetas-edwin-locke.html>

Díaz P. (1985). *Lecciones de Psicología.* (4ta Edición). Caracas. Venezuela. Ediciones: Ínsula. (Página: 80 – 140). Universidad de Caracas. – Caracas. – Venezuela.

Galindo P. (1990). *Conducta Organizacional y Psicología del Personal.* (5ta Edición). Guadalajara. México. Ediciones: Compañía. Editorial: Continental S.A. Universidad Autónoma Chapingo (UACH). – Guadalajara. – México.

García J. (1992). *El Comportamiento Humano en las Organizaciones.* (6ta Edición). Lima. Perú. Ediciones: Flores S.A.C. Universidad del Pacífico. – Lima. – Perú.

- García J. (2018). *Tipos de Motivación: Las 8 Fuentes Motivacionales*. Recuperado de: <https://psicologiaymente.net/psicologia/tipos-de-motivacion>
- Huanio M. & Pinedo M. (2017). *Capacitación Empresarial y su Incidencia en la Gestión Administrativa de la Empresa American Metal S.A.C. Del Distrito de Calleria – Pucallpa, 2016.* – Distrito de Calleria. Universidad Privada de Pucallpa. – Pucallpa. – Perú.
- Ispedtecasm (2018). *Estrategias Motivacionales: Conceptos básicos, ¿Qué nos motiva?* Recuperado de: <https://ispedtecasm.wikispaces.com/ESTRATEGIAS+MOTIVACIONALES>
- Leonor A. (2014). *Tipos de Motivación*. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos11/moti/moti.shtml#ixzz4onyf8W26>
- López A. (2002). *Teorías de Motivación Laboral*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-motivacion-laboral/>
- Martínez J. & Valls F. (2008). *Aplicación de la Teoría de Holland a la Clasificación de Ocupaciones. Adaptación del Inventario de Clasificación de Ocupaciones (ICO).* – México. Revista Mexicana de Psicología. – México.
- Maslow A. (1943). *Teoría de la Motivación Humana*. Volumen 50. – Nueva York. Revista Psicológica New York. – Nueva York. – Estados Unidos.
- McClellan (1961). *De El Achieving Society*. Princeton. N.J. – Van Nostrand. Revista Co. Van Nostrand. – Holanda.
- Medina A., Gallegos C. & Lara P. (2008). *Motivación y Satisfacción de los Trabajadores y su Influencia en la Creación de Valor Económico en la Empresa*. RAP. – Brasil. Revista de Administración Pública. – Brasil.
- Milla A. (2017). *La Motivación y el Desempeño Laboral de la Empresa Cable Futuro Chimbote 2017*. Recuperado de:

<https://es.scribd.com/document/349812367/TESIS-MOTIVACION-YDESEMPENO-docx>

- Mori N. & Orosco Y. (2015). *Propuesta de Mejora del Nivel Motivacional, Basado en la Teoría de MCCLELLAND, para los Colaboradores de MCDONALD'S – Chiclayo para el Año 2015.* – Chiclayo. Universidad Católica San Toribio de Mogrovejo. – Chiclayo. – Perú.
- Navarro E. (2008). *Aportación al Estudio de la Satisfacción Laboral de los Profesionales Técnicos del Sector de la Construcción: Una Aplicación Cualitativa en la Comunidad Valenciana.* – Valencia. Universidad Politécnica de Valencia – Valencia. España.
- Reyes R. (2014). *Relación entre Identificación Laboral y Desempeño Laboral en un Grupo de Trabajadores del Área Operativa de una Empresa de Abarrotes.* – Asunción. Universidad Rafael Landívar. – Asunción. - Guatemala.
- Ruíz A. (2017). *Compromiso Organizacional y Motivación de Logro en Personal Administrativo de la Municipalidad Provincial de Trujillo.* - Trujillo. – Universidad César Vallejo. - Trujillo. – Perú.
- Sánchez M. (2017). *10 Características de la Motivación.* Recuperado de: <https://www.caracteristicas.co/motivacion/>
- Stephen R. (1998). *Fundamentos de Comportamiento Organizacional.* (5ta Edición). Veracruz. México. Editorial: Pearson Educación. (Página: 30 – 60). Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). – Veracruz. – México.
- Sum M. (2015). *Motivación y Desempeño Laboral: Estudio Realizado con el Personal Administrativo de una Empresa de Alimentos de la Zona 1 de Quetzaltenango.* – Quetzaltenango. Universidad Rafael Landívar. - Quetzaltenango. – Guatemala.
- Van B. (1976). *Tratado de Psicología Empresarial.* (1ra Edición). Barcelona. Ediciones: Martínez Roca S.A. Editorial: Milenio. (Página: 80 – 120). Universidad Autónoma de Barcelona. - Barcelona. – España.

CAPÍTULO IX: ANEXOS

Encuesta.

Dirigida a las socias empresarias de la empresa BELCORP para conocer su nivel de satisfacción.

Nombre:

Edad:

Fecha:

1.- ¿Ha recibido usted incentivos y/o reconocimientos (resolución, carta de felicitación, beca de capacitación), durante los dos últimos años por parte de la empresa?

a)- Más de uno (). b)- Uno (). c)- Ninguno ().

2.- La retribución que percibe usted: ¿Responde a las actividades realizadas?

a)- Siempre (). b)- A veces (). c)- Nunca ().

3.- ¿De qué manera las condiciones del ambiente físico de su trabajo influyen en la forma que desempeña su trabajo?

a)- Me ayuda mucho (). b)- Me ayuda poco (). c)- Ni una cosa ni otra ().

4.- ¿Considera usted que la disposición de herramientas y materiales que brinda la empresa para la atención es apropiada?

a)- Siempre (). b)- A veces (). c)- Nunca ().

5.- ¿Cómo considera la relación entre usted y su jefe inmediato?

a)- Buena (). b)- Regular (). c)- Mala ().

6.- ¿Cómo considera la relación entre usted y sus compañeros de trabajo?

a)- Buena (). b)- Regular (). c)- Mala ().

7.- ¿Considera usted que la capacitación recibida por su institución para el desempeño de sus funciones ha sido?

a)- Buena (). b)- Regular (). c)- Mala ().

8.- ¿Han surgido cambios en tus resultados después de haber recibido su capacitación?

a)- Siempre (). b)- A veces (). c)- Nunca ().

9.- ¿Actualmente cómo considera usted su desempeño laboral?

a)- Buena (). b)- Regular (). c)- Mala ().

10.- ¿En su situación personal, se siente a gusto con las actividades que realiza día a día?

a)- Siempre (). b)- A veces (). c)- Nunca ().

Fuente: Elaboración Propia.

Lista de Cotejo.

DIMENSIONES.	INDICADORES.	SI.	NO.
Factor intrínseco.	Reconocimiento.		
	La empresa ofrece incentivos económicos a las asociadas cuando logran sus metas.		
	La empresa se preocupa por diseñar espacios seguros y cómodos.		
	Los jefes demuestran interés genuino por la vida del colaborador.		
	La empresa tiene implementado una bitácora de los cumpleaños de todos los asociados.		
	La empresa tiene implementado políticas de sugerencia y participación en las asociadas en las decisiones de la empresa.		
	Responsabilidad.		
	Los altos mandos tienen un liderazgo de tipo carismático.		

	La empresa trabaja en el compromiso.		
	La empresa tiene un pensamiento "EN GRANDE". De triunfo y éxito.		
	La empresa trabaja en lograr el compromiso en las asociadas.		
	Realización personal.		
	La empresa trabaja para evitar la monotonía.		
	Realización laboral.		
	Diseña una correcta inserción de asociados.		
	Progreso o Ascenso.		
	Memorizar en el trabajador cuando alcance una meta.		
Factor extrínseco.	Política de la organización.		
	Implementar políticas flexibles.		

Administración.		
Diseñar una cultura organizacional.		
Relaciones interpersonales.		
Establecer una política de colaboración.		
Realizar actividades fuera de la oficina.		
Condiciones de trabajo.		
Cuidar el lugar de trabajo.		
Status.		
Orgullecer al asociado.		
Salario.		
Diseñar una escala económica.		

Fuente: Elaboración Propia.

Matriz de Consistencia.

TÍTULO.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	OBJETIVOS.	HIPÓTESIS Y VARIABLES.	POBLACIÓN.	DISEÑO.
Coaching para el Nivel de Satisfacción en las Socias Empresarias de la Empresa BELCORP, CHEPEN 3152.	¿Cómo mejorar el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa BELCORP, Chepén Zona – 3152?	<p>OBJETIVO GENERAL:</p> <p>Elaborar una propuesta de Coaching para el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa BELCORP, Chepén 3152.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</p>	<p>HIPÓTESIS:</p> <p>La implantación de Coaching para el nivel de satisfacción en las socias empresarias de la empresa BELCORP, Chepén 3152.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE (Y):</p>	<p>Población: Es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno (Tamayo, 2012).</p> <p>Unidad de análisis: Es el individuo del que se obtendrá la información para la</p>	<p>No experimental – Predictivo.</p> <p style="text-align: center;">T1 T2 M O P RE</p> <p>Donde:</p> <p>M: Es la muestra que se está observando: Nivel de satisfacción.</p> <p>O: Es la observación a desarrollar en la muestra: Entrevistas y análisis documental.</p>

		<p>1.- Diagnosticar el estado actual del nivel de satisfacción en las socias empresarias.</p> <p>2.- Identificar los factores influyentes en el nivel de satisfacción en las socias empresarias.</p> <p>3.- Diseñar estrategias de motivación.</p>	<p>Nivel de Satisfacción.</p> <p>VARIABLE INDEPENDIENT</p> <p>E (X): Coaching.</p>	<p>investigación. En esta oportunidad la fuente de información son los trabajadores de la empresa BELCORP, Chepén.</p>	<p>P: Es la propuesta de especialidad: Estrategias de motivación.</p> <p>T₁: Es el tiempo de medición inicial con información actual, junio 2017.</p> <p>T₂: Es el tiempo de proyección por el período que durará la implantación de la propuesta de solución P, diciembre 2017.</p> <p>RE: Son los resultados estimados o proyectados, que generará la implantación de la propuesta de solución P.</p>
--	--	--	--	--	---

Fuente: Elaboración Propia.

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Christian Abraham Dios Castillo, Asesor del curso de desarrollo del trabajo de investigación y revisor de la tesis de los estudiantes, PLACENCIA MERINO, GEOFFREY ZELADA y CALDERON, HAROLD YARLIN, titulada: COACHING PARA EL NIVEL DE SATISFACCION EN LAS SOCIAS EMPRESARIAS DE LA EMPRESA BELCORP, CHEPEN 3152, constato que la misma tiene un índice de similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa *Turnitin*.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 26 de febrero del 2018.



Dr. Christian Abraham Dios Castillo
DNI: 18139166

CAMPUS CHICLAYO
Carretera Pimentel km. 3.5

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS.




AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 1 de 1

Yo **Br. Geoffrey Placencia Merino**, identificado con DNI N° **44371677**, egresado de la Escuela de **Postgrado** de la Universidad César Vallejo, autorizo () No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**Coaching para el Nivel de Satisfacción en las Socias Empresarias de la Empresa BELCORP, Chepén 3152**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33


Fundamentación en caso de no autorización:


FIRMA

DNI: **44371677**.

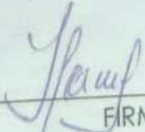
FECHA: **08 de mayo del 2018**.

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS.

 <p>UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO</p>	<p>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</p>	<p>Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1</p>
--	--	---

Yo **Br. Harold Yarlin Zelada Calderón**, identificado con DNI N° **73432704**, egresado de la Escuela de **Postgrado** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**Coaching para el Nivel de Satisfacción en las Socias Empresarias de la Empresa BELCORP, Chepén 3152**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:


FIRMA

DNI: **73432704**.

FECHA: **08 de mayo del 2018**.

PLACENCIA MERINO GEOFFREY & ZELADA CALDERON
HAROLD YARLIN

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

21%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	8%
2	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Colegio Fontanar Trabajo del estudiante	2%
4	repositorio.ausjal.org Fuente de Internet	2%
5	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	1%
7	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
8	repositorio.ucv.edu.pe	

Geoffrey Merino Placencia
Geoffrey A.
Del Castillo.
DNI: 18135166



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

BR. PLACENCIA MERINO, GEOFFREY

INFORME TÍTULADO:

**COACHING PARA EL NIVEL DE SATISFACCIÓN EN LAS SOCIAS EMPRESARIAS DE LA EMPRESA
BELCORP, CHEPEN 3152**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 10 DE MARZO DE 2018

NOTA O MENCIÓN: **APROBADO POR UNANIMIDAD**



[Handwritten Signature]
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

BR. ZELADA CALDERÓN, HAROLD YARLIN

INFORME TÍTULADO:

**COACHING PARA EL NIVEL DE SATISFACCIÓN EN LAS SOCIAS EMPRESARIAS DE LA EMPRESA
BELCORP, CHEPEN 3152**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA

SUSTENTADO EN FECHA: 10 DE MARZO DE 2018

NOTA O MENCIÓN: **APROBADO POR UNANIMIDAD**



[Handwritten signature]

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN