



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Happiness management y productividad de los colaboradores en el  
Dealer Steel Comunicaciones E.I.R.L. de la Ciudad de Chimbote 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

Iturrizaga Torres José Enrique

**ASESOR:**

Mgtr. García León Edward Aníbal

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de organizaciones

**CHIMBOTE – PERÚ**

2018

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a)

..... *Juanza Torres Jore* .....

cuyo título es:

..... *Happiness management y productividad de los colaboradores en el Dealer Steel Comarcas E.I.R.L de la ciudad de Arequipa 2018.* .....

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por

el estudiante, otorgándole el calificativo de: ..... *16* ..... (Número).....

..... *Dieciseis* ..... (Letras).

Chimbote *03* de *12* Del 20 *18*.

.....  .....

PRESIDENTE

.....  .....

SECRETARIO

.....  .....

VOCAL

## **DEDICATORIA**

A DIOS por el apoyo incondicional de amarme sin medida y protegerme en cada uno del tiempo que me quede de vida.

Dedico esta tesis a mis padres por su apoyo incondicional en la parte moral y económica para poder llegar a ser un profesional.

A mi esposa por su apoyo y ánimo para poder seguir adelante, a mi adorada hija quien a su corta edad me sigue enseñando muchas cosas en esta vida. Fuiste mi motivación más grande para poder concluir con éxito este proyecto de tesis.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia, a los docentes de la  
universidad cesar vallejo

A la empresa Steel  
Comunicaciones Eril, al profesor  
Edward García León y a mis  
amistades

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Iturrizaga Torres, José Enrique con DNI N° 32973514, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Chimbote, Diciembre del 2018



---

Iturrizaga Torres, José Enrique

## PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “**Happiness management y productividad de los colaboradores en el Dealer Steel Comunicaciones E.I.R.L. de la Ciudad de Chimbote 2018**”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Bachiller en Ciencias Empresariales



---

Iturrizaga Torres, José Enrique

## INDICE

PÁGINA DEL JURADO .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	v
PRESENTACIÓN .....	vi
INDICE .....	vii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. Realidad Problemática:.....	12
1.2. Trabajos Previos: .....	13
1.3. Teorías relacionadas al tema: .....	16
1.4. Formulación del problema: .....	24
1.5. Justificación del estudio:.....	24
1.6. Hipótesis:.....	25
1.7. Objetivos: .....	25
1.7.1. Objetivo General .....	25
1.7.2. Objetivo específico .....	26
II. MÉTODOS.....	28
2.1. Tipo y Diseño de investigación .....	28
2.2. Variable .....	29
2.3. Población y Muestra.....	32
2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	32
2.5. Métodos de análisis de datos .....	33
2.6. Aspectos éticos.....	34

III. RESULTADOS.....	36
IV. DISCUSIÓN.....	50
V. CONCLUSIONES.....	54
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	57
ANEXOS.....	62

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación contiene un como objetivo determinar el Happiness Management del dealer Steel comunicaciones y su productividad laboral de los colaboradores de la misma. Como objetivos específicos lo que buscó fue la identificación de los niveles de dicha gestión (felicidad) y el análisis de cifras productivas dentro de los indicadores del dealer en los trabajadores, para luego proponer un modelo de gestión de la felicidad basado en la retención de la persona.

Por otra parte, la Población: estuvo conformada por 55 colaboradores de la empresa en donde se realizó los estudios en el periodo 2018.

El instrumento de validación y confiabilidad fue de un cuestionario para poder medir la variable estudiada, donde estos resultados nos permitieron satisfacer algunos de los objetivos.

En base de la investigación realizada podemos concluir que el Happiness Management del dealer está presente pero no se gestiona adecuadamente en una excelencia, también se presenta dificultades a la hora de alcanzar las metas productivas dentro de la empresa por parte de los trabajadores, debido a la exigencia dentro de ella, es por ello que es necesario proponer un modelo de gestión de la felicidad.

Palabras clave: Happiness Management, Retención, Productividad, Satisfacción, Optimismo.

## **ABSTRACT**

The present work of investigation contains a like objective to determine the Happiness Management of the dealer Steel communications and its labor productivity of the workers of the same one. As specific objectives what was sought was the identification of the levels of said management (happiness) and the analysis of productive figures within the indicators of the dealer in the workers, to then propose a model of happiness management based on the retention of the person.

On the other hand, the Population: was made up of 55 workers of the company where the studies were carried out in the 2018 period.

The validation and reliability instrument was a questionnaire to measure the variable studied, where these results allowed us to satisfy some of the objectives.

Based on the research carried out, we can conclude that the dealer's Happiness Management is present but not properly managed in an excellence, there are also difficulties when reaching the productive goals within the company by the workers, due to the demand within it, that is why it is necessary to propose a model of happiness management.

**Keywords:** Happiness Management, Retention, Productivity, Satisfaction, Optimism.

# **I.INTRODUCCIÓN**

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad Problemática:**

En estos tiempos el dinamismo mercantil se ha incrementado a comparación de sus años predecesores, esto mencionado se puede ver identificado en la demanda de productos y servicios en la materia de las telecomunicaciones, lo que hace la diferenciación de una telefonía a otra es el valor agregado que se da en sus servicios con los beneficios al cliente (planes), como también en la primera carta de presentación que son la atención brindada por los colaboradores. Sobre estos parámetros nace la meta de fidelizar tanto a los clientes como a los colaboradores para poder así accionar a una garantización de incrementos de productividad que generarían utilidades físicas a las empresas de telefonía.

El rango positivo de la productividad, no solo recae en el colaborador, sino también en la gestión que genere un buen ambiente donde se pueda desenvolverse de la mejor manera a través de estrategias de estimulación motivantes. En esta situación nace un tipo de gerencia que aborda soluciones a los problemas que aquejan al talento humano cuyo nombre es el Happiness Management. Esta nueva gestión nace del descontento del colaborador ahondado en el concepto de la infelicidad dentro de la organización por diversos factores, lastimosamente existen algunas empresas que aun arraigan los conceptos Tayloristas que hacen referencias a la sobreexplotación del capital humano dejando de lado conceptos como los Fayolistas donde nos expone que el recurso humano y sus elementos deben de estar considerados como pilares claves de una buena gestión dentro de la empresa.

Para poder evidenciar la felicidad en el trabajo por causa de la mala gestión del recurso humano nos valdremos del estudio realizado por la Organización Mundial de las Naciones Unidas en su Reporte Mundial de la Felicidad 2017, donde arroja resultados por países y su porcentaje de felicidad en el trabajo. Entre los países que poseen mayores puntajes, tenemos en primer lugar a Noruega con 85%, seguido de Dinamarca con 83%, Islandia y Suecia ocupan un ajustado empate del tercer puesto con 79%. Este panorama cambia mucho en países de Latinoamérica, debido a que estos se encuentran en la lista de los menos rankeados según el estudio, donde por ejemplo Chile se ubica en el puesto 60 de 81 países encuestados arrojándonos un porcentaje del 45% de trabajadores felices,

le sigue Colombia y Paraguay con 40% y en el puesto 69 con 39% de felicidad se encuentra Perú. Según el estudio las principales causas de infelicidad laboral son las metas cuantificables altas y la constante gestión de rotación de un puesto de trabajo.

En ámbitos nacionales para entender un poco mejor la situación de la gestión de la felicidad en los centros laborales, citaremos al sociólogo Jorge Yanamoto, que según su estudio realizado en el año 2013, habla sobre las zonas del Perú que encierran mayor cantidad de población económicamente activa feliz causada por el trabajo. En este estudio, podemos ver que las zonas con mayor cantidad de trabajadores felices son las zonas de Lima (capital) con 67%, Sierra Norte con 60% y la Sierra Central con 59%; las zonas que poseen trabajadores infelices son Cusco 40%, Sierra Sur 38% y en términos medios se encuentra el Norte Chico (Ancash) con 55%. Las principales causas de infelicidad en las zonas es la falta de condiciones favorables para el trabajo y el despreocupamiento del bienestar completo del trabajador frente a sus funciones.

Después de haber expuesto en los párrafos anteriores la situación de felicidad de trabajo en el mundo y en las regiones del país, mencionaremos la situación que aqueja al ámbito local, en el caso de la realidad de los Dealer's, para ser más específicos, en Steel Comunicaciones estos están sujetos a exposición de resultados frente al contrato que realizan con las empresas de Telefonía, es por ello que recaen en sistemas de exigencia muy grandes para la venta de equipos o de líneas telefónicas, donde a veces las metas trazadas para cada colaborador son muy grandes y repercuten directamente en una productividad laboral ineficiente. Cabe destacar que este tipo de organizaciones no cuentan con el debido programa de reclutamiento de personal ya que como la rotación de este es constante escogen y contratan a colaboradores que no cumplen el adecuado perfil para desempeñarse en determinado puesto de trabajo lo que desencadena el descontento del colaborador contratado, ya que se frustran al no realizar adecuadamente lo que se les encarga volviéndose ineficiente. Esta realidad amerita necesariamente una gerencia de la felicidad dentro de la gestión del talento humano, para así inconscientemente estimular y que pueda por ende rendir productivamente mejor en sus acciones realizadas en el trabajo.

## **1.2. Trabajos Previos:**

A nivel Internacional tenemos las siguientes investigaciones:

Peña (2016) en su tesis titulada: “La gerencia de la felicidad: un nuevo modelo para la gestión de las organizaciones”. Este estudio se realizó en la Universidad Militar Nueva Granada de Colombia. Consideró una muestra de 340 trabajadores de diversas organizaciones, tuvo como técnica de la entrevista y de instrumento el cuestionario, y llegó a las siguientes conclusiones: La Gerencia de la Felicidad se presenta como una de las palancas de gestión dentro de la implementación de un modelo de felicidad en el trabajo, se concluye que las empresas que han creado este cargo u otro con una denominación diferente pero con funciones similares han obtenido mejores resultados que cuando no existían, prueba de ello es que han incrementado su competitividad, su productividad y rentabilidad. Así mismo, han reducido sus niveles de rotación de personal. La felicidad entonces es interior propia del ser, de ahí el reto para las organizaciones actuales, las cuales deben ser capaces de influir de manera positiva en sus empleados manteniendo unos parámetros óptimos de bienestar laboral que impliquen la incorporación de la felicidad, ya que es bien sabido, que la mayoría de los seres humanos pasan el 70% de sus vidas inmersos en su entorno laboral.

Zapata (2015) en su tesis titulada: “Engagement y productividad en las empresas”. Este estudio se realizó en la Universidad del Rosario, Colombia, consideró una muestra de 140 trabajadores de diversas empresas, tuvo como técnica de la entrevista y de instrumento el cuestionario, y llegó a las siguientes conclusiones: El valor que genera la productividad de sus empleados a las organizaciones aumenta eficazmente cuando estos están comprometidos. Al generar este sentimiento de engagement o felicidad hacia la compañía el empleado trabaja más a gusto y con mejor desempeño laboral, generando un alza en la productividad de sus labores, donde se ve beneficiado, no solo el empleado con; ascensos, reconocimientos, premios, etc. Si no que la empresa logra adquirir una ventaja competitiva al lograr mantener una alta productividad en el factor más importante para cualquier compañía-el factor humano-. Por consiguiente, lo anterior trae consigo beneficios para la empresa.

Dutschke (2013) en su tesis titulada “Factores condicionantes de felicidad organizacional” consideró una muestra compuesta por 105 trabajadores. Este estudio se realizó en la Universidad de Atlántida, España. Tuvo como técnica de la entrevista y de instrumento el cuestionario, y llegó a las siguientes conclusiones: Conocer los factores que más contribuyen a la felicidad organizacional es fundamental para las organizaciones. En tiempos actuales de gran incertidumbre en los mercados, las organizaciones tienen, en general, dificultad en

incrementar beneficios financieros para sus colaboradores. Pero, manejando con eficacia los factores y variables que más contribuyen a la felicidad organizacional, pueden mantener sus colaboradores con elevados niveles de felicidad y, de esta forma, más productivos. Los resultados según variable felicidad organizacional enfatizaron que el 75% de sus trabajadores son felices en el trabajo, el 15% infelices y solo el 10% poseen neutralidad.

A nivel nacional tenemos las siguientes investigaciones:

Alejos (2018) en su tesis titulada “Diseño Organizacional Para La Productividad Del Personal De La Empresa 3a Ingeniería & Construcción Sac, Lima 2017”. Este estudio se realizó en la Universidad Cesar Vallejo de Chimbote. Consideró que su población constituida por 66 trabajadores en atención al cliente. Por tal motivo usó como técnica la encuesta, recopilación de datos, y llegó a la conclusión: Se estudió de manera transversal la felicidad organizacional y la productividad y se vio que tanto la felicidad organizacional. como la productividad tenían mejores niveles en un ponderado promedio de 58.17%, bajo de 29%.83 y en niveles altos un 12%.

Paz (2017) en su tesis titulada “Influencia de la felicidad organizacional en la productividad de los colaboradores en los centro de atención al cliente de la empresa américa Móvil- Claro, Arequipa, 2016-2017”, Este estudio se realizó en la Universidad Católica San Pablo, de la ciudad de Arequipa. Consideró que su población constituida por 66 trabajadores en atención al cliente. Por tal motivo usó como técnica la encuesta y llegó a la conclusión: Se estudió de manera transversal la felicidad organizacional y la productividad y se vio que tanto la felicidad organizacional. como la productividad tenían mejores niveles en un ponderado promedio de 58.17%, bajo de 29%.83 y en niveles altos un 12%.

Strusberg (2017) en su tesis titulada “La experiencia de la felicidad en jóvenes peruanos en el trabajo remunerado y el trabajo voluntario”. Este estudio se realizó en la Pontificia Universidad Católica del Perú, de la ciudad de Lima. Consideró que su población constituida por 105 trabajadores jóvenes. Por tal motivo usó como técnica la encuesta, recopilación de datos, y llegó a la conclusión: el trabajo para los jóvenes Millennials profesionales insertos en la fuerza laboral, quienes representan el futuro de la economía, es concebido más allá de la noción clásica de un empleo que proporciona ingresos y seguridad económica, para ser experimentado como un espacio de realización identitaria, configurador de sentidos, capaz

de empoderar a las personas, aportando a su dignidad un sentimiento de orgullo y facilitando la participación en causas nobles y sostenibles

A nivel local tenemos las siguientes investigaciones:

Neyra (2016) en su tesis titulada “El clima laboral y su influencia en la productividad en la autoridad administrativa del Agua Huarney Chicama- 2016”. Este estudio se realizó en la Universidad Cesar Vallejo. Tuvo una muestra constituida por 30 trabajadores, consideró como uso de análisis de datos la encuesta, recopilación de datos, llegando a las siguientes conclusiones sobre la variable clima laboral: Se identificó el nivel de la variable productividad como Regular mostrando una cifra de 93,3%, esto quiere decir que los trabajadores de la institución no están logrando eficientemente, ni eficazmente y por consiguiente efectivamente sus labores según las dimensiones evaluadas.

Torres (2015) en su tesis titulada: “Satisfacción y productividad laboral en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de productos de farmacia y artículos de tocador (farmacias) del casco urbano de Chimbote, 2015.”. Este estudio se realizó en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Tuvo su muestra constituida por 40 trabajadores de las Mypes. Usó la técnica de la encuesta, y llegó a las siguientes conclusiones: El nivel de productividad al que prima en las MYPE es alta debido a que la mayoría del personal encuestado demuestra estar satisfecho en su trabajo, por el buen trato de sus superiores, su remuneración, sus ambientes físicos, las posibilidades de promocionar entre otros.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema:**

#### **1.3.1. Variable Happiness Management**

##### **1.3.1.1. Definición de la felicidad**

Vázquez (2012) sostiene que: “La felicidad es definida como el grado con que una persona aprecia la totalidad de su vida presente de forma positiva y experimenta afectos de tipo placentero.” (p.2)

Gaitán, et. al. (2015), nos mencionan que: “Cuando se habla de felicidad existen innumerables definiciones y conceptos acerca de su connotación. Es así como cada persona tiene una percepción diferente de lo que le genera satisfacción o placer” (p.9)

Csikszentmihalyi (2012, p.12), contextualiza a la felicidad bajo un enfoque de época filosófica que dice lo siguiente: “Mientras que deseamos la felicidad por sí misma, cualquier otra meta (salud, belleza, dinero o poder) la valoramos únicamente porque esperamos que nos haga felices.”

Estas tres citas mencionadas hablan de la felicidad bajo un enfoque de placerismo del individuo a través de la búsqueda de la causa de esta misma a través de los objetivos personales.

#### **1.3.1.2. Psicología positiva**

Cuadra y Florenzano (2003) cita al erudito de la psicología positiva Seligma aduciendo su enfoque de la siguiente manera: “Este gran énfasis de la psicología clásica en la enfermedad la ha hecho descuidar los aspectos positivos, tales como el bienestar, para las personas” (p.84).

El propósito de esta cita es dar a conocer la importancia de la psicología positiva en los ámbitos de diagnósticos aportando así que existe un enfoque en la ciencia que estudia la felicidad, el optimismo, y la satisfacción en el contenido de los individuos.

#### **1.3.1.3. Teoría de la motivación en el trabajo (Bifactorial)**

Los eruditos en el estudio del comportamiento de las organizaciones y sus individuos llegan a muchas teorías y conclusiones, en este caso citare a una de estas teorías que explica la bifactorialidad de motivaciones del trabajador. La teoría escogida es la de Herzberg, donde nos habla de motivaciones externas o extrínsecas y motivaciones internas o intrínsecas. Para poder tener un concepto más específico de lo mencionado nos valdremos de López (2005) quien citó a Herzberg de la siguiente manera:

Los factores de desarrollo o motivadores intrínsecos al trabajo son: realización, el trabajo mismo, responsabilidad y progreso o desarrollo. Los factores que llevan a evitar la insatisfacción o factores de higiene extrínsecos al trabajo incluyen: la política y la administración, supervisión, relaciones interpersonales, condiciones de trabajo, salario, nivel laboral y seguridad vigentes en la empresa (López, 2005, p.30).

Para este tipo de teoría, el autor consultado hace una breve aportación del concepto mostrado por Herzberg que es el siguiente: La visión de la teoría bifactorial de Herzberg sobre la satisfacción intrínseca es un elemento importante, pero sola no tiene la fuerza suficiente para explicar los procesos de la conducta laboral, tiene que integrarse a otros factores de la motivación y del entorno laboral (López, 2005, p.35).

#### **1.3.1.4. Desarrollo Personal**

Es una experiencia de interacción individual y grupal a través de la cual los sujetos que participan en ellos, desarrollan u optimizan habilidades y destrezas para la comunicación abierta y directa, las relaciones interpersonales y la toma de decisiones, permitiéndole conocer un poco más de sí mismo y de sus compañeros de grupo, para crecer y ser más humano. (Challan, 1999, p.112).

La importancia del desarrollo personal en una organización debe de ser una contante a la hora de la gestión del talento humano, debido a que esta sirve de estimulante en la motivación intrínseca y extrínseca de los colaboradores.

#### **1.3.1.5. Felicidad organizacional**

Capacidad de una organización para brindar y posibilitar a sus colaboradores las condiciones necesarias y los procesos que les permita el desarrollo de sus fortalezas individuales y grupales, para enfocar su desempeño hacia las metas de la empresa que sean sostenibles y sustentables, construyendo un activo intangible, difícilmente de imitar en el mercado. (Fernández, 2015, p.35)

Después de lo mencionado en Hernández, nos valdremos del autor Bennis que hace énfasis a la situación actual que aqueja a muchas organizaciones frente a la felicidad de sus trabajadores:

Hay muchas empresas que tienen una buena gestión, pero malos líderes, ya que los gestores pueden gestionar muy bien las tareas rutinarias, pero un líder es aquel que se pregunta si esas rutinas deberían realizarse del todo ya que este tipo de tareas asfixian la creatividad y el cambio. (Bennis, 2000, p.55)

Vázquez (2012), nos habla de manera analógica sobre la felicidad organizacional o en el trabajo de la siguiente manera: “El centro de trabajo es como el mar, donde puede reinar la ansiedad, el miedo o donde uno puede disfrutar, reírse y ser feliz” (p.233),

Lo que nos quiere decir el autor es que el trabajador es capaz de crear su propio contexto en función de su estado de ánimo y como maneja el sentido del positivismo dentro de su lugar donde se desempeña laboralmente hablando.

#### **1.3.1.6. Definición de Happiness Management**

El término Happiness Management o en español gerencia de la felicidad, hace hincapié a la proposición de que un colaborador potentemente feliz será más productivo, esto mencionado ha sido corroborado por estudios científicos, los cuales ya están siendo incorporados en las grandes empresas. Para entender un poco mejor este tema citaremos a dos autores, los cuales son Vázquez y también Gaitán.

Según el autor Gaitán (2015), menciona a la felicidad en el trabajo de la siguiente manera:

Los denominados directores de Felicidad, aquellas personas que se encargan de incentivar actividades de motivación, de fortalecimiento e integración de equipos de trabajo, y también tienen la tarea de promover los valores corporativos. (p.15).

En la definición de este autor es donde nos vamos a centrar toda la investigación, de acuerdo a la teoría relacionada es por ello que Vázquez (2012)

La gerencia de la felicidad es un conjunto de estrategias directivas que causan un estímulo positivo en el colaborador en función de su desempeño e involucramiento con la empresa, a través de las relaciones horizontales y perspectivas de ámbito positivo (p.177).

#### **1.3.1.7. Importancia del Happiness Management**

El autor Santiago Vázquez hace énfasis en la importancia de una organización guiada bajo el happiness management, mencionando para un mejor entendimiento del lector una comparación entre las empresas de gestión tradicional (modelo taylorista), con una empresa gestionada desde el enfoque de la felicidad:

Las empresas tradicionales de enfoque taylorista, realizan sus operaciones de forma manual, buscan las destrezas físicas, se enfocan en las habilidades de tiempos y movimientos, realizan sus gestiones a través de mando y control, las autoridades están acomodadas de forma piramidal y jerárquicas, presentan estandarización de promociones profesionales y quien maneja al personal es un capataz. En cambio, las empresas con Happiness realizan trabajos no manuales, lo que se busca en el trabajador es las competencias conversacionales, la facilidad de palabra, autonomía responsable, sus jerarquías de autoridad están en forma horizontal y son flexibles, se busca aprendizaje organizacional y quien maneja el elemento humano es un coach. (Vazquez,2012, p.142)

#### **1.3.1.8. Dimensiones del Happiness Management**

Tanto los autores Fernández y Vázquez, eruditos en la gerencia de la felicidad en Hispanoamérica, mencionan la existencia de 6 dimensiones capaces de medir y realizar una excelente gestión en Happiness Management dentro de la organización, para citar de manera de resumen nos valdremos por Vázquez (2012):

Flexibilidad, la gestión de organización flexible, no se lamenta ante el cambio, si no que busca las oportunidades para adaptarse a entornos diferentes y así poder crecer, la flexibilidad es la clave de la sostenibilidad, ser flexible no es una opción sino una necesidad. Sus

principales indicadores son las siguientes estructuras organizativas horizontales y el empowerment.

Optimismo, incrementa la capacidad para competir, innovar, imaginar. El optimismo refuerza el sistema inmunitario de las empresas, sus valores corporativos y su clima laboral, mientras que a los pensamientos negativos los debilita. Entre sus principales indicadores tenemos la selección de personal, desarrollo profesional y goal setting.

Confianza, fomenta la autonomía de los individuos, estimula la capacidad de innovación, aumenta el compromiso del trabajador entre otras situaciones a través de la gestión de relaciones. Entre sus principales indicadores tenemos calidad directiva y gestión del error.

Compromiso, es una ventaja competitiva empresarial muy valuada en el mercado, las organizaciones con alto nivel de compromiso entre sus colaboradores aumentan el deseo de permanencia en la organización. Entre sus principales indicadores tenemos clima laboral y conciliación laboral.

Disfrutar, es un gran motor de generación de emociones positivas, cuando los trabajadores disfrutan de su trabajo, el valor de marca de la empresa aumenta. Entre sus principales indicadores tenemos reconocimiento formal y desarrollo de actividades extra laborales.

Aprendizaje, las organizaciones que aprenden generan conocimiento extra, cuando gestionas el aprendizaje surge lo que pocos sabemos y mucho hacemos. Los indicadores más importantes son formación y capacitación, coaching y planes de carrera.

Encontrar significado, es la gestión que se hace para que el trabajador encuentre el significado a sus acciones que realiza dentro de la organización para que así el cliente encuentre significado a la adquisición de la compra de su producto o servicio. Aquí interviene la

concientización por filosofía empresarial. Sus principales indicadores son los siguientes responsabilidad social y códigos éticos, comunicación transparente y generación de emociones positivas. (p. 215-224)

### **1.3.1.9. Retención del Personal**

Es necesario cambiar los paradigmas de Recursos Humanos pasar del trabajo rutinario burocrático y sin sentido, al trabajo innovador, guiado por valores y orientado a resultados para convertir a la gente en socio del negocio, jugador activo y proactivo en agregar valor mediante su contribución.

El talento es la capacidad del compromiso. Las capacidades personales deben ser y hacer la diferencia competitiva para las empresas en el nuevo milenio. La nueva visión de personas ante la competitividad global. Convertir al empleado en socio estratégico, experto administrador, campeón de los empleados y experto en la cultura organizacional garantizará la retención del trabajador en la organización (Vázquez, 2012, p. 200).

### **1.3.2. Variable Productividad**

#### **1.3.2.1. Definición**

La productividad es un indicador que refleja que tan bien se están usando los recursos de una economía en la producción de bienes y servicios; traducida en una relación entre recursos utilizados y productos obtenidos, denotando además la eficiencia con la cual los recursos humanos, capital, conocimientos, energía, etc., son usados para producir bienes y servicios en el mercado (Torres, 2008, p. 2)

Lo que quiere decir el autor Torres es que la productividad está relacionada con la utilización de los recursos brindados y el concepto de desempeño operacional que realiza el trabajador para un objetivo en específico.

Fuentes (2012) afirmó que es: “La regla de conducta fundamental es conseguir la mayor satisfacción con el menor gasto o fatiga” (p.10)

Esta cita lo califica como la capacidad de generar la menor fatiga posible a la hora de la realización de las actividades, pero las empresas siempre ven el enfoque desde su beneficio propio en la explotación del individuo.

### **1.3.2.2. Factores de la Productividad**

Nos valdremos de Núñez (2007) que nos menciona que: “El concepto de productividad ha evolucionado a través del tiempo y en la actualidad son diversas las definiciones que se ofrecen sobre la misma, así mismo de los factores que la conforman, sin embargo hay ciertos elementos que se identifican como constantes, estos son: la producción, el hombre y el dinero.” (p.6)

El autor hace énfasis en los tres elementos que reaccionan en conjunto hacia una meta establecida en la organización.

### **1.3.2.3. Importancia de la Productividad**

Para Fuentes (2012) sostiene que: “La importancia radica en que es un instrumento comparativo para gerentes y directores de empresas, ingenieros industriales, economistas y políticos; pues compara la producción en diferentes niveles del sistema económico (organización, sector o país) con los recursos consumidos”. (p.31)

Este autor hace referencia a que la productividad es un indicador importante a la hora de la evaluación del desempeño del grupo de colaboradores dentro de una institución.

### **1.3.2.4. Dimensiones de la Productividad**

Fuentes (2012,) señala que existen los siguientes indicadores:

Eficiencia. Es la relación con los recursos o cumplimiento de actividades, como la relación entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de recursos estimados o programados en un tiempo y el grado en el que se aprovechan los recursos utilizados transformándose en productos.

Efectividad. Es la relación entre los resultados logrados y los resultados propuestos, permite medir el grado de cumplimiento de los objetivos

planificados. Eficacia. Valora el impacto de lo que se hace, del producto o servicio que se presta. (p. 32)

Estos tres elementos no pueden ir separados ya que uno es congruente y trabaja en conjunto con el otro, cada uno de ellos aporta el objetivo organizacional en el enfoque de la cuantificencia.

Fuentes (2012) menciona que: “Para poder medir la productividad en un trabajo de investigación, es necesario acoger los indicadores de la teoría y tratar de adaptarlos si el caso lo requiere al contexto de la unidad de análisis u empresa donde se realiza la investigación, de acuerdo a sus estándares y conveniencias. “ (p.40)

Cabe destacar que según la teoría consultada de Fuentes podemos acoger a los indicadores de acuerdo al contexto de la empresa en donde se realiza la investigación es por ello que se considera al tiempo de ciclo de venta y valor ponderado del proceso como eficacia, que están relacionado a la teoría del impacto que realiza los resultados dentro de las cifras. Para la dimensión eficiencia se relación los indicadores de las ventas por semestres y los ingresos por semestres que de acuerdo a teoría se relacionan con el resultado programado o planificado en tiempos. Y por último está la efectividad donde se considera los ingresos totales del consultor y la Tasa de no pago, que en este caso es la gestión de morosidad y cobranzas que realiza el colaborador dentro de la empresa.

#### **1.4. Formulación del problema:**

¿Cuál es el happiness managment y la productividad de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018?

#### **1.5. Justificación del estudio:**

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) la justificación de la investigación se debe de basar en 5 criterios básicos, los cuales son conveniencia, relevancia social, aplicación, teoría, metodología.

Es de conveniencia, debido a que se benefició el dealer evaluado en función del conocimiento del por nivel del happiness managment y las cifras de productividad, donde

se vislumbró de la mejor manera la situación en la que se encuentra la organización del estudio.

Es de relevancia social, debido a que a través de los resultados se pudo generar un conocimiento adicional a la hora de gestionar al talento humano brindándole una mejor condición laboral y por ende un mejor servicio a los clientes del dealer.

Es de carácter teórico, debido a que a través de la ejecución de la investigación citaremos de acuerdo a autoría teoría relacionadas a las variables estudiadas aportando conceptos a los lectores que no posean conceptos sobre estos temas.

Es de carácter metodológico, debido a que se aplicó un cuestionario y una guía de análisis documental en función de un sistema metodológico la recolección de datos para beneficio de la investigación.

Es de carácter práctico, debido a que a través del desarrollo de los objetivos diagnosticaremos la situación de la variable happiness managment y productividad para así se diseñó una propuesta con la teoría mostrada en el inicio del trabajo de investigación.

## **1.6. Hipótesis:**

Hernández, et. Al (2014) sostiene que: “La investigación que es de tipo descriptivo, posee una hipótesis implícita” (p.95)

## **1.7. Objetivos:**

### **1.7.1. Objetivo General**

Describir el happiness managment y la productividad de los colaboradores del dealer Steelcom Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

### **1.7.2. Objetivo específico**

- a) Identificar el nivel de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.
- b) Analizar la productividad a través de cifras comparativas del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.
- c) Proponer un modelo de Happiness Management en base de la retención de personal para los colaboradores de la empresa Steel comunicaciones EIRL 2018

## **II. MÉTODOS**

## II. MÉTODOS

### 2.1. Tipo y Diseño de investigación

Enfoque Descriptivo:

Hernández, et. al (2014) sostienen que “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.” (p. 80).

Diseño No Experimental y Transversal:

Los estudios no experimentales son los que no alteran las variables ni las manipulan de acuerdo a conveniencia de los investigadores. El estudio Transversal es aquel estudio que se enfoca en un determinado tiempo. (Leyton, 2012, p.41).

El Diseño es el siguiente:

Para la variable Happiness Management

**M → O**

Dónde:

M = Colaboradores de Steel comunicaciones Chimbote 2018

O = Observación de la variable happiness managment

Para la variable Productividad

**M → O**

Dónde:

M = Cifras de ventas de líneas telefónicas de Steel comunicaciones Chimbote 2018

O = Observación de la variable productividad

Enfoque de diseño No experimental:

El estudio que se realizó es no experimental, ya que fue realizado sin la manipulación deliberada de las variables happiness management y productividad

donde solo se procedió a observar los fenómenos en su ambiente natural. (Hernández., et al., 2014, p. 149)

Enfoque de tiempo Transversal:

Porque el estudio recolectará datos en un solo momento, en un tiempo único, y no se buscó hacer seguimiento a la variable a través del tiempo. (Hernández, et al., 2014, p. 151).

## **2.2. Variable**

**Happiness Management**

**Productividad**

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Happiness Management	“La gerencia de la felicidad es un conjunto de estrategias directivas que causan un estímulo positivo en el colaborador en función de su desempeño e involucramiento con la empresa, a través de las relaciones horizontales y perspectivas de ámbito positivo” (Vazquez,2012, p.177)	El Happiness Management o en español gerencia de la felicidad, hace hincapié a la proposición de que un colaborador potentemente feliz será más productivo.	Flexibilidad	Estructura organizativa horizontal	1	Ordinal / Escala de Likert  Muy Favorable [69 – 85]  Favorable [52– 68]  Regular [35 – 51]  Desfavorable [18 – 34]  Muy Desfavorable [17]
				Empowerment	2	
			Optimismo	Selección del personal	3	
				Desarrollo personal	4	
				Goal setting	5	
			Confianza	Calidad directiva	6	
				Gestión del error	7	
			Compromiso	Clima laboral	8	
				Conciliación laboral	9	
			Disfruta	Reconocimiento formal	10	
				Desarrollo de actividades extra laborales	11	
			Aprendizaje	Formación y capacitación	12	
				Coaching	13	
				Planes de carrera	14	
			Significancia	Responsabilidad social y ética	15	
				Comunicación transparente	16	
				Emociones positivas	17	
Productividad	Fuentes (2012) afirmó que es: “La regla de conducta fundamental es conseguir la mayor satisfacción con el menor gasto o fatiga” (p.10)	La productividad está relacionada con la utilización de los recursos brindados y el concepto de desempeño operacional que realiza el trabajador para un objetivo en específico.	Eficacia	Tiempo del ciclo de venta	Días de demora en cerrar una venta	Análisis documentario, a través de cuadros comparativos por meses
			Eficiencia	Ventas realizadas por mes	Número de Líneas telefónicas	
				Visitas realizadas por mes	Cantidad de visitas por los consultores para cerrar un contrato	
			Efectividad	Ingresos totales del consultor	Comisiones recibidas por consultor	
TNP (tasa de no pago)	Mora de primer ciclo de facturación					

## **Operacionalización de la Variable**

### 2.3. Población y Muestra

#### Población Muestral

Para la variable Happiness Management la población estuvo compuesta por los 55 colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL del año 2018.

Tabla 1: Distribución de la Población Muestral de la variable Happiness Management

Puesto de Trabajo	Número de Ocupantes
Gerente	1
Jefe de Ventas	2
Capacitador	1
Asistente Administrativo	2
Supervisores	4
Consultores	45
Total	55

Fuente: Trabajadores registrados en planilla del dealer Steel Comunicaciones Chimbote 2018

Para la variable Productividad la población estuvo compuesta por los datos numéricos expresados en el funcionamiento de las actividades del dealer como lo son los días de cierre de una contratación de líneas telefónicas, la cantidad de ventas de líneas telefónicas, la cantidad de visitas para poder cerrar un contrato, las comisiones recibidas en promedio por cada consultor y la cantidad de líneas telefónicas a las que se guardan mora por el primer ciclo de facturación. Cabe destacar que todos estos datos estarán expresados en meses para su debida comparación. Acogiendo a la muestra las cifras numéricas de los meses del primer semestre del año 2018.

### 2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica	Instrumento	Unidad de información
<b>Análisis Documentario</b>	Cuadro Comparativo por periodos	Cifras de productividad la empresa Steel Comunicaciones EIRL
<b>Encuesta</b>	Cuestionario de Happiness Management	Trabajadores de la empresa dealer Steel Comunicaciones EIRL en el año 2018

### **2.4.1. Técnica**

La técnica utilizada para la investigación realizada fue la encuesta para la primera variable (Happiness Management), y para la segunda variable el análisis documental (Productividad), donde el investigador de primera mano evaluó al individuo de la muestra.

### **2.4.2. Instrumento**

El instrumento utilizado para la primera variable Happiness Management fue el cuestionario, con 17 preguntas, una por cada indicador en escala de Likert para así poder medir los niveles de cada una de las dimensiones desde la perspectiva de los colaboradores. Cabe destacar que el instrumento fue creación y autoría propios.

Para la segunda variable que es la productividad se utilizó unos cuadros comparativos por meses, donde se comparó tanto las cifras reales como las cifras presupuestadas por la empresa Steel Comunicaciones EIRL.

De su validez

Para la validez se sometió el instrumento cuestionario de la variable happiness management a un juicio de experto para hallar la congruencia entre las preguntas, los indicadores y las dimensiones de la variable estudiada. Es preciso citar que los expertos estuvieron conformados por dos temáticos relacionados al enfoque de la investigación y un metodólogo. La validez se realizó a través de un matriz donde los expertos aprueban el uso de los instrumentos.

De su confiabilidad

El instrumento se sometió a la evaluación de 10 trabajadores escogidos de la muestra para delimitar si el cuestionario es totalmente confiable, cabe señalar que el coeficiente de Crombach será la prueba estadística a someterse, donde si sale mayor a 0.800 es aceptable y por ende viable este instrumento.

### **2.5. Métodos de análisis de datos**

Para la primera variable que es happiness management se utilizó las Tablas de distribución de frecuencias. Para la realización de gráficos en esa variable solo se realizó el uso adecuado del Spss versión 24, para poder graficar los niveles del Happiness management en los colaboradores del dealer. Los datos de la segunda variable se levantaron a través de matrices

comparativas donde se analizó los datos de periodo en periodo de acuerdo a los indicadores de la productividad.

## **2.6. Aspectos éticos**

Para el recojo de la información se solicitó un permiso correspondiente al gerente general del dealer, comunicándole el uso de esta investigación con fines estudiantiles delimitando así que la información recogida será confidencial y anónima para los encuestados.

# **III. RESULTADOS**

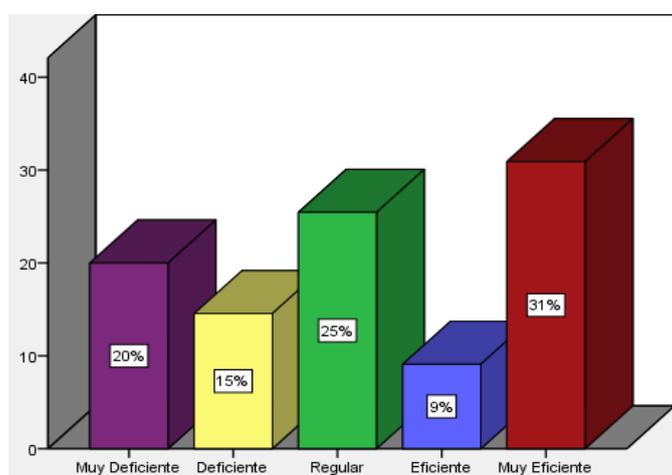
### III. RESULTADOS

#### OBJETIVO ESPECIFICO 1: IDENTIFICAR EL NIVEL DE LA VARIABLE HAPPINESS MANAGMENT A TRAVÉS DE LA PERSPECTIVA DE LOS COLABORADORES DEL DEALER STEEL COMUNICACIONES EIRL CHIMBOTE 2018.

**Tabla 1:** Nivel de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Nivel de la Variable	Trabajadores Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	11	20%
Deficiente	8	15%
Regular	14	25%
Eficiente	15	9%
Muy Eficiente	17	31%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajadores registrados en planilla del dealer Steel Comunicaciones Chimbote 2018



**Figura 1:** Nivel de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018

Fuente: Tabla 1

Interpretaciones:

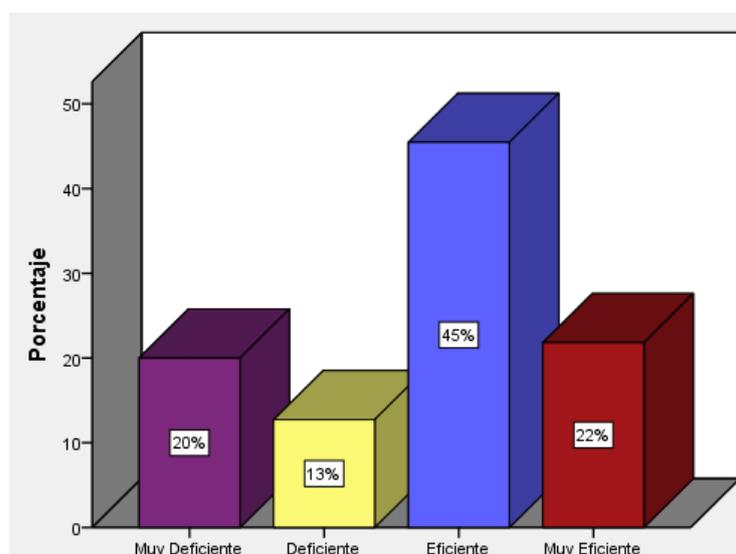
De acuerdo con los resultados que se muestran en la tabla y figura 1, se puede identificar el nivel de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018 se encuentra en muy deficiente con 20%, deficiente en 15%, regular con 25%, eficiente con 9% y muy eficiente con 31%.

## Dimensión Flexibilidad

**Tabla 2:** Nivel de la dimensión flexibilidad de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Nivel de la Dimensión	Trabajadores Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	11	20%
Deficiente	7	13%
Regular	0	00%
Eficiente	25	46%
Muy Eficiente	12	22%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajadores registrados en planilla del dealer Steel Comunicaciones Chimbote 2018



**Figura 2:** Nivel de la dimensión flexibilidad de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Fuente: Tabla 2

Interpretaciones:

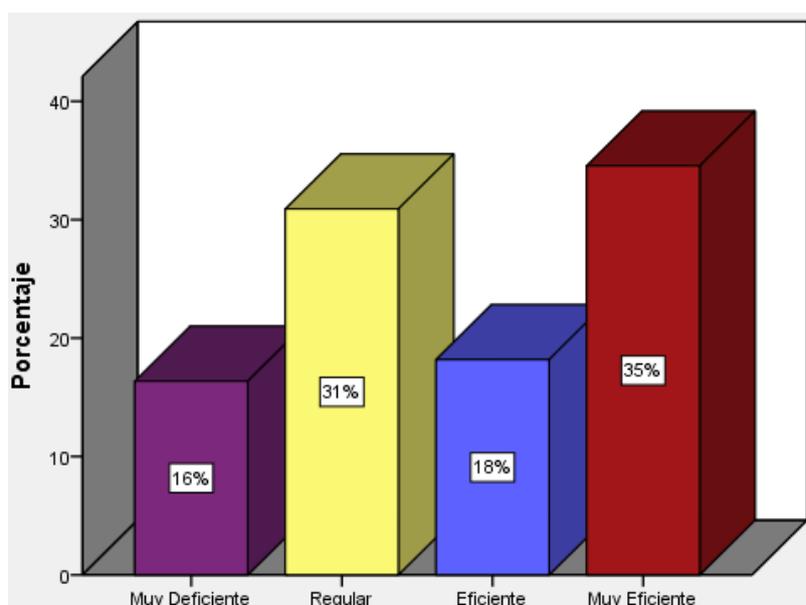
De acuerdo con los resultados que se muestran en la tabla y figura 2, se puede identificar el nivel de la dimensión flexibilidad de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018 se encuentra en muy deficiente con 20%, deficiente en 13%, eficiente con 45% y muy eficiente con 22%.

## Dimensión Optimismo

**Tabla 3:** Nivel de la dimensión optimismo de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Nivel de la Dimensión	Trabajadores Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	9	16%
Deficiente	0	00%
Regular	17	31%
Eficiente	10	18%
Muy Eficiente	19	35%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajadores registrados en planilla del dealer Steel Comunicaciones Chimbote 2018



**Figura 3:** Nivel de la dimensión optimismo de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Fuente: Tabla 3

Interpretaciones:

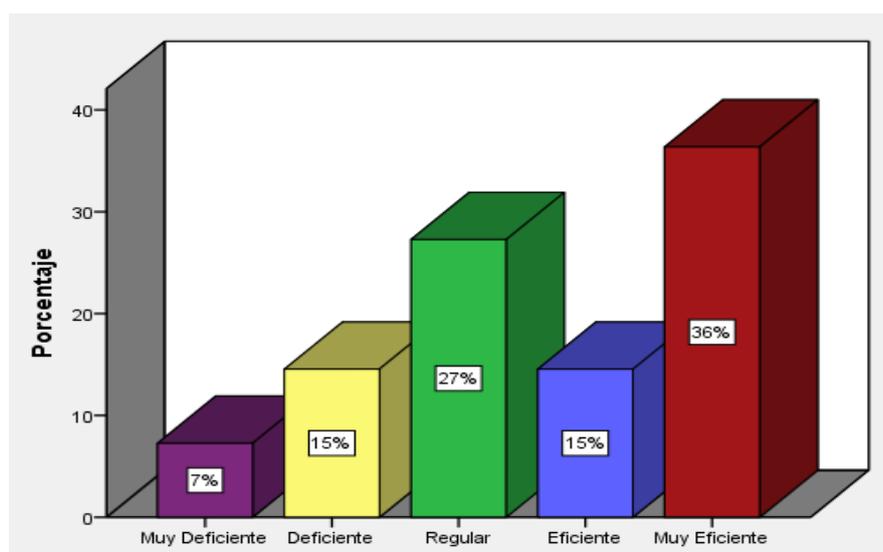
De acuerdo con los resultados que se muestran en la tabla y figura 3, se puede identificar el nivel de la dimensión optimismo de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018 se encuentra en muy deficiente con 16%, regular en 31%, eficiente con 18% y muy eficiente con 35%.

### Dimensión Confianza

**Tabla 4:** Nivel de la dimensión confianza de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Nivel de la Dimensión	Trabajadores Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	4	7%
Deficiente	8	15%
Regular	15	27%
Eficiente	8	15%
Muy Eficiente	20	36%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajadores registrados en planilla del dealer Steel Comunicaciones Chimbote 2018



**Figura 4:** Nivel de la dimensión confianza de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Fuente: Tabla 4

Interpretaciones:

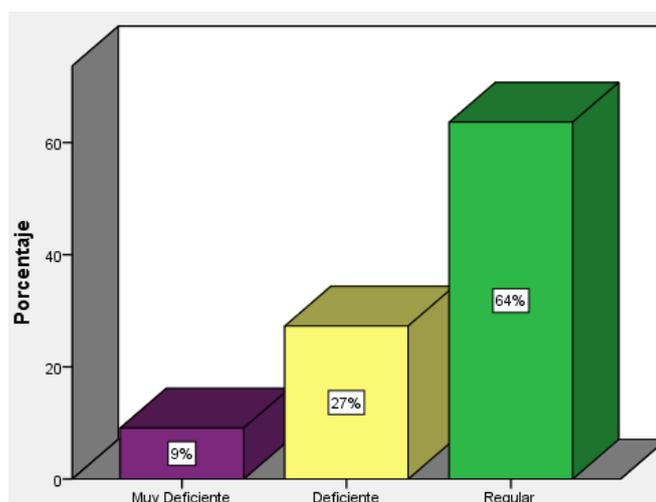
De acuerdo con los resultados que se muestran en la tabla y figura 4, se puede identificar el nivel de la dimensión confianza de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018 se encuentra en muy deficiente con 7%, deficiente con 15%, regular en 27%, eficiente con 15% y muy eficiente con 36%.

### Dimensión Compromiso

**Tabla 5:** Nivel de la dimensión compromiso de la variable *happiness managment* a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Nivel de la Dimensión	Trabajadores Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	5	9%
Deficiente	15	27%
Regular	35	64%
Eficiente	0	00%
Muy Eficiente	0	00%
TOTAL	55	100

Fuente: Trabajadores registrados en planilla del dealer Steel Comunicaciones Chimbote 2018



**Figura 5:** Nivel de la dimensión compromiso de la variable *happiness managment* a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Fuente: Tabla 5

Interpretaciones:

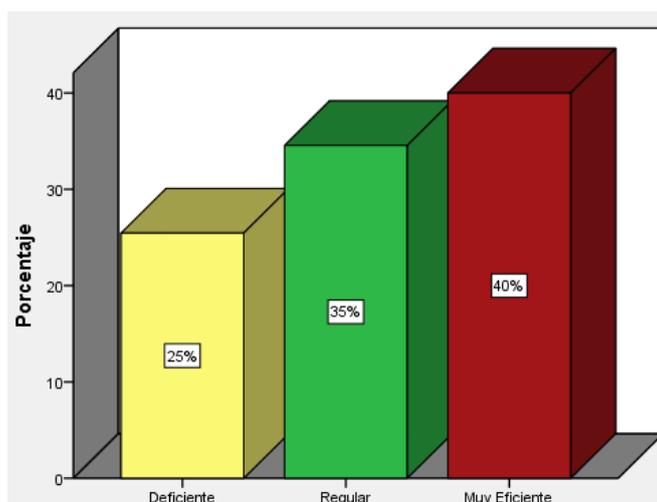
De acuerdo con los resultados que se muestran en la tabla y figura 5, se puede identificar el nivel de la dimensión compromiso de la variable *happiness managment* a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018 se encuentra en muy deficiente con 9%, deficiente con 27% y regular en 64%.

### Dimensión Disfruta

**Tabla 6:** Nivel de la dimensión disfruta de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Nivel de la Dimensión	Trabajadores Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	0	00%
Deficiente	14	26%
Regular	19	35%
Eficiente	0	00%
Muy Eficiente	22	40%
TOTAL	55	100

Fuente: Trabajadores registrados en planilla del dealer Steel Comunicaciones Chimbote 2018



**Figura 6:** Nivel de la dimensión disfruta de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Fuente: Tabla 6

Interpretaciones:

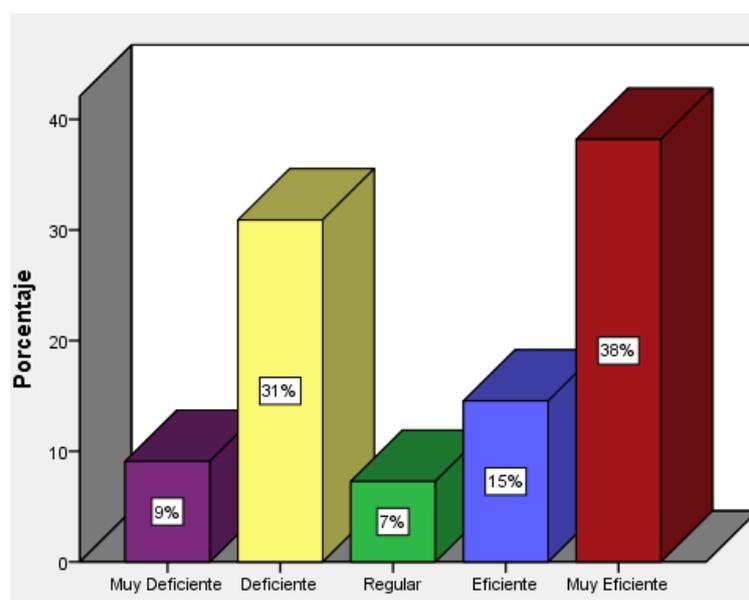
De acuerdo con los resultados que se muestran en la tabla y figura 6, se puede identificar el nivel de la dimensión disfruta de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018 se encuentra en muy deficiente con 26%, regular con 35% y muy eficiente en 40%.

### Dimensión Aprendizaje

**Tabla 7: Nivel de la dimensión aprendizaje de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.**

Nivel de la Dimensión	Trabajadores Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	5	9%
Deficiente	17	31%
Regular	4	7%
Eficiente	8	15%
Muy Eficiente	21	38%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajadores registrados en planilla del dealer Steel Comunicaciones Chimbote 2018



**Figura 7: Nivel de la dimensión aprendizaje de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.**

Fuente: Tabla 7

Interpretaciones:

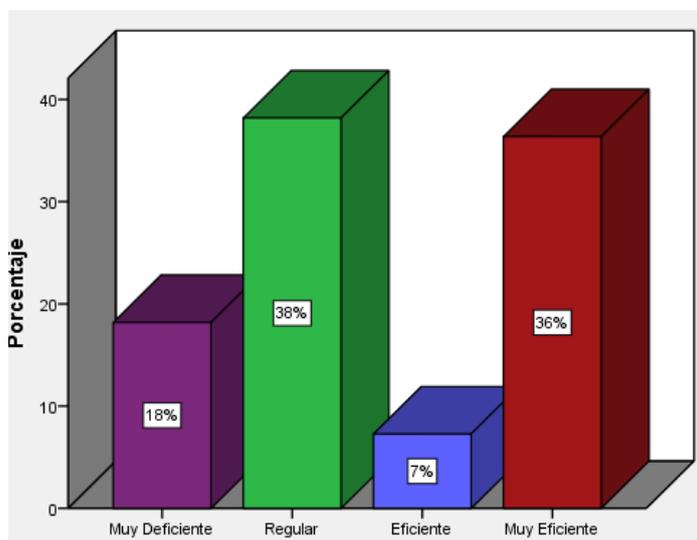
De acuerdo con los resultados que se muestran en la tabla y figura 7, se puede identificar el nivel de la dimensión aprendizaje de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018 se encuentra en muy deficiente con 9%, deficiente 31% regular con 7%, eficiente con 15% y muy eficiente en 38%.

### Dimensión Significancia

**Tabla 8:** Nivel de la dimensión significancia de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Nivel de la Dimensión	Trabajadores Encuestados	
	Nº	%
Muy Deficiente	10	18%
Deficiente	0	00%
Regular	21	38%
Eficiente	4	7%
Muy Eficiente	20	36%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

Fuente: Trabajadores registrados en planilla del dealer Steel Comunicaciones Chimbote 2018



**Figura 8:** Nivel de la dimensión significancia de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.

Fuente: Tabla 8

Interpretaciones:

De acuerdo con los resultados que se muestran en la tabla y figura 8, se puede identificar el nivel de la dimensión significancia de la variable happiness management a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018 se encuentra en muy deficiente con 18%, regular con 38%, eficiente con 7% y muy eficiente en 36%.

**OBJETIVO ESPECIFICO 2: ANALIZAR LA PRODUCTIVIDAD A TRAVÉS DE CIFRAS COMPARATIVAS DEL DEALER STEEL COMUNICACIONES EIRL CHIMBOTE 2018.**

**EFICACIA**

**TIEMPO DEL CICLO DE VENTA**      **Cuantos días demora en cerrarse la venta a un tipo de cliente**

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
4 DIAS	2 DIAS	3 DIAS	3 DIAS	2 DIAS	2 DIAS

**Tabla 9: Eficacia de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través del tiempo de ciclo de venta**

Mes	Días Reales	Días Planificados	Desviación (días)	Desviación (%)
Enero	4	3	-1	(-) 33.3%
Febrero	2	2	0	0%
Marzo	3	2	-1	(-) 50%
Abril	3	2	-1	(-) 50%
Mayo	2	1	-1	(-) 50%
Junio	2	2	0	0%
<b>Promedio Semestre</b>	3	2	-1	(-) 50%

**Interpretación**

Se puede analizar el tiempo de ciclo de venta de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2018, donde se presenta una ineficacia en los meses de enero con un excedente aproximado de un día para el cierre de alguna venta, a su vez ese mismo panorama se presenta en el mes de marzo, abril y mayo con excedente de un día. Cabe destacar que los meses que logran cubrir lo planificado son los de febrero y junio. Presentando la segregación de los resultados se puede concluir que en general en el cierre del semestres se presenta un excedente de un 1 día de lo que se planifica pudiendo decir que existe ineficacia dentro de la productividad de los colaboradores del Dealer.

**EFICIENCIA****VENTAS  
REALIZADAS****ventas totales  
del mes**

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
415	376	428	358	452	409

**Tabla 10: Eficiencia de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de ventas realizadas**

	Ventas Reales	Meta de Ventas	Desviación (ventas)	Desviación (%)
<b>Enero</b>	415	390	25	6.4%
<b>Febrero</b>	376	342	34	9.9%
<b>Marzo</b>	428	400	28	7%
<b>Abril</b>	358	390	-32	(-) 8.2%
<b>Mayo</b>	452	430	22	5.1%
<b>Junio</b>	409	420	-11	(-) 2.6%
<b>Promedio Semestre</b>	406	395	11	2.7%

## Interpretación

Se puede analizar la eficiencia de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de ventas realizadas de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2018, donde se presenta una ineficiencia de ventas realizadas en los meses de abril con un faltante aproximado de un 32 ventas sin cumplir para poder llegar a las metas planificadas, a su vez ese mismo panorama se presenta en el mes de junio con un faltante de 11 ventas para llegar a la meta. Cabe destacar que los meses que logran cubrir lo planificado y exceden a las metas planificadas son los meses de enero con 25 ventas, febrero con 34 ventas, abril con 28 ventas y el mes de mayo con 22 excedentes. Se puede concluir que existe eficiencia

a través de las ventas realizadas en el dealer con una excelencia en un 2.7%, excediendo con 11 ventas en aproximado.

**VISITAS  
REALIZADAS**

cantidad de visitas realizadas por los  
consultores en todo el mes

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
6400	6250	6800	6200	7040	6200

**Tabla 11: Eficiencia de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de visitas realizadas**

Mes	Visitas Reales	Visitas presupuestadas	Desviación (visitas)	Desviación (%)
Enero	6400	6300	-100	(-) 1.5%
Febrero	6250	6300	50	0.7%
Marzo	6800	6700	- 100	(-) 1.4%
Abril	6200	6400	200	3.1%
Mayo	7040	7000	- 40	(-) 0.5%
Junio	6200	6300	100	1.5%
<b>Promedio Semestre</b>	6482	6500	48	0.7%

**Interpretación**

Se puede analizar la eficiencia de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de las visitas realizadas de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2018, donde se presenta una ineficiencia de visitas realizadas debido a excedentes en los meses de enero, marzo y mayo con una desviación de (-) 1,5%, (-)1,4% y (-) 0,5% respectivamente. Cabe destacar que los meses que logran ser eficientes y logran realizar menos visitas realizadas son en febrero con 0,7% que equivale a 100 visitas menos, abril con 3.1% que equivale a 200 visitas menos y junio con 1.5% que equivales a 100 visitas menos.

Pudiendo concluir que el promedio general del semestre muestra una eficiencia a través de las visitas realizadas en un 0.7% equivalente en un promedio de austeridad de 48 visitas que se ahorraron los trabajadores.

## EFFECTIVIDAD

### INGRESOS TOTALES POR CONSULTOR

promedio de comisiones recibidas por todos los consultores

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
S./980	S./930	S./1120	S./860	S./1050	S./890

**Tabla 12: Efectividad de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de ingresos totales por consultor**

Mes	Ingresos x Consultor [R]	Ingresos Planificados	Desviación (ingresos)	Desviación (%)
Enero	980	900	80	8.8%
Febrero	930	900	30	3.3%
Marzo	1120	900	220	24.4%
Abril	860	900	-40	(-) 4.4%
Mayo	1050	1000	50	5%
Junio	890	900	-10	(-) 1.1%
Promedio Semestre	972	917	55	5.9%

### Interpretación

Se puede analizar la efectividad de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de ingresos totales por consultor de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2018, donde se presenta una ineffectividad de ingresos totales por consultor debido a no alcanzar los ingresos planificados frente a los alcanzados en los meses de abril, y junio con una desviación de (-) 4,4%, y (-) 1,1%, representando 40 y 10 nuevos soles respectivamente. Cabe destacar que los meses que logran ser efectivos son los de enero con 8.8% de excedente representado por 80 nuevos soles, febrero con 3.3. % que equivale a 30 nuevos soles, marzo con 24.4% que equivale a 220 nuevos soles y el mes de mayo con

5% que equivale 50 nuevos soles. Pudiendo concluir que el promedio general del semestre muestra una efectividad a través de ingresos totales por consultor en un 5.9% equivalente en un promedio de excedente de 55 soles por ingresos adicionales por consultor.

**TASA DE NO  
PAGO (TNP)**

**cantidad de unidades que no pagaron su primer recibo de  
todas las ventas de cada mes**

ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
58	42	50	72	78	56

**Tabla 13: Efectividad de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de las tasas de no pago**

Mes	TNP Líneas Telefónicas Real	Meta TNP Líneas Telefónicas	Desviación (Líneas)	Desviación (%)
Enero	58	57	1	1.7%
Febrero	42	50	-8	(-) 16%
Marzo	50	50	0	0%
Abril	72	70	2	2.8%
Mayo	78	80	-2	(-) 2.5%
Junio	56	50	6	12%
Promedio Semestre	59	60	-1	1.6%

#### Interpretación

Se puede analizar la efectividad de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de las tasas de no pago de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2018, donde se presenta una inefectividad por las tasas de no pago de los clientes debido a no alcanzar las metas de tasa no pagos planificadas donde se presenta en los meses de enero con una desviación de 1.7% excediendo en una línea que no pago su tasa, también se presenta esta situación en el mes de abril con 2 líneas que no pagaron sus tasas o cuotas pendientes representado en una desviación porcentual de 2.8%, por último se puede observar algo similar en el mes de junio con un excedente de 12% que representa a 6 líneas que no pagaron sus cuotas o tasas pendientes. Cabe destacar que los meses que alcanzaron efectividad fueron los meses de mayo, febrero, con una desviación de 2.5% y 16% representado por 2 y 8 líneas

respectivamente. Se puede concluir que el semestre es efectivo en la gestión de pagos de las tasas pendientes por líneas telefónicas con una reducción de 1 línea promedio representado por el 1.6% de desviación.

# IV. DISCUSIÓN

## IV. DISCUSIÓN

Para la discusión del objetivo gen en lo encontrado en Peña (2016) en su tesis titulada: “La gerencia de la felicidad: un nuevo modelo para la gestión de las organizaciones”. Este estudio se realizó en la Universidad Militar Nueva Granada de

Colombia. Consideró una muestra de 340 trabajadores de diversa organizaciones, tuvo como técnica de la entrevista y de instrumento el cuestionario, y llegó a las siguientes conclusiones: La Gerencia de la Felicidad se presenta como una de las palancas de gestión dentro de la implementación de un modelo de felicidad en el trabajo, se concluye que las empresas que han creado este cargo u otro con una denominación diferente pero con funciones similares han obtenido mejores resultados que cuando no existían, prueba de ello es que han incrementado su competitividad, su productividad y rentabilidad. Así mismo, han reducido sus niveles de rotación de personal. la felicidad entonces es interior propio del ser, de ahí el reto para las organizaciones actuales, las cuales deben ser capaces de influir de manera positiva en sus empleados manteniendo unos parámetros óptimos de bienestar laboral que impliquen la incorporación de la felicidad, ya que es bien sabido, que la mayoría de los seres humanos pasan el 70% de sus vidas inmersos en su entorno laboral.

Lo mencionado en la tesis de Peña se puede ver corroborada en la tabla 1 de la presente investigación donde nos muestra que de acuerdo con los resultados que se muestran e, se puede identificar el nivel de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018 se encuentra en muy deficiente con 20%, deficiente en 15%, regular con 25%, eficiente con 9% y muy eficiente con 31%. Esto nos permite afirmar que en el dealer si bien es cierto existe happiness de manera eficiente, esto se aplica para los colaboradores que optan a trabajar bajo presión, hay también una considerable cantidad de colaboradores que no percatan la eficiencia de la gestión de la felicidad dentro de la dirección del dealer, esto es por las exigencias interiorizadas por estos en función de sus metas dadas en sus responsabilidades por cada puesto, las exigencias del entorno con la rotación del personal continuamente, entre otras situaciones.

Lo encontrado tanto en las investigaciones previas como los resultados de la presente se ven afianzados en la teoría de autor Santiago Vázquez (2012) que hace énfasis en la importancia de una organización guiada bajo el happiness managment, mencionando para un mejor entendimiento del lector una comparación entre las empresas de gestión tradicional (modelo taylorista), con una empresa gestionada desde el enfoque de la felicidad:

Las empresas tradicionales de enfoque taylorista, realizan sus operaciones de forma manual, buscan las destrezas físicas, se enfocan en las habilidades de tiempos y movimientos, realizan sus gestiones a través de mando y control, las autoridades están acomodadas de

forma piramidal y jerárquicas, presentan estandarización de promociones profesionales y quien maneja al personal es un capataz. En cambio, las empresas con Happiness realizan trabajos no manuales, lo que se busca en el trabajador es las competencias conversacionales, la facilidad de palabra, autonomía responsable, sus jerarquías de autoridad están en forma horizontal y son flexibles, se busca aprendizaje organizacional y quien maneja el elemento humano es un coach.

Por consiguiente, lo anterior trae consigo beneficios para la empresa, pudiendo afirmar que Steel Comunicaciones a pesar de ser una empresa bajo exigencias productivas da paso desde sus limitaciones gerenciales al modelo fayolista.

Para la discusión de la segunda variable mencionaremos a la investigación de Alejos (2018) en su tesis titulada “Diseño Organizacional Para La Productividad Del Personal De La Empresa 3a Ingeniería & Construcción Sac, Lima 2017”. Este estudio se realizó en la Universidad Cesar Vallejo de Chimbote. Consideró que su población constituida por 66 trabajadores en atención al cliente. Por tal motivo usó como técnica la encuesta, recopilación de datos, y llegó a la conclusión: Se estudió de manera transversal la felicidad organizacional y la productividad y se vio que tanto la felicidad organizacional. como la productividad tenían mejores niveles en un ponderado promedio de 58.17%, bajo de 29%.83 y en niveles altos un 12%. Esto se puede ver expresado en la presente investigación en función de cifras numéricas comparativas donde por ejemplo en las tablas 12 y 13 nos mencionan lo siguiente Se puede analizar la efectividad de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de ingresos totales por consultor de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2018, donde se presenta una ineffectividad de ingresos totales por consultor debido a no alcanzar los ingresos planificados frente a los alcanzados en los meses de abril, y junio con una desviación de (-) 4,4%, y (-) 1,1%, representando 40 y 10 nuevos soles respectivamente. Cabe destacar que los meses que logran ser efectivos son los de enero con 8.8% de excedente representado por 80 nuevos soles, febrero con 3.3. % que equivale a 30 nuevos soles, marzo con 24.4% que equivale a 220 nuevos soles y el mes de mayo con 5% que equivale 50 nuevos soles. Pudiendo concluir que el promedio general del semestre muestra una efectividad a través de ingresos totales por consultor en un 5.9% equivalente en un promedio de excedente de 55 soles por ingresos adicionales por consultor. Así mismo se corrobora lo entrado en Alejas con la efectividad de la productividad del Dealer Steel Comunicaciones 2018 a través de las tasas de no pago de los meses de enero, febrero, marzo,

abril, mayo y junio del 2018, donde se presenta una ineffectividad por las tasas de no pago de los clientes debido a no alcanzar las metas de tasa no pagos planificadas donde se presenta en los meses de enero con una desviación de 1.7% excediendo en una línea que no pago su tasa, también se presenta esta situación en el mes de abril con 2 líneas que no pagaron sus tasas o cuotas pendientes representado en una desviación porcentual de 2.8%, por último se puede observar algo similar en el mes de junio con un excedente de 12% que representa a 6 líneas que no pagaron sus cuotas o tasas pendientes.. Estos resultados no están tan disconformes con los de Paz (2017) en su tesis titulada “Influencia de la felicidad organizacional en la productividad de los colaboradores en los centro de atención al cliente de la empresa américa Móvil- Claro, Arequipa, 2016-2017”, Este estudio se realizó en la Universidad Católica San Pablo, de la ciudad de Arequipa. Consideró que su población constituida por 66 trabajadores en atención al cliente. Por tal motivo usó como técnica la encuesta y llegó a la conclusión: Se estudió de manera transversal la felicidad organizacional y la productividad y se vio que tanto la felicidad organizacional. como la productividad tenían mejores niveles en un ponderado promedio de 58.17%, bajo de 29%. y en niveles altos un 12%.

Se llega a la conclusión que tanto en la tesis de Paz como en la presente el problema de la productividad radica principalmente en las exigencias realizadas dentro de la empresa en función a la viabilidad de las metas a alcanzar generando estrés en el trabajador.

# V. CONCLUSIONES

## V. CONCLUSIONES

- 5.1. Se determinó que el Happiness Management del Dealer Steel Comunicaciones representa de manera eficiente pero no alcanza la perfección dentro de una gestión planificada, de acuerdo a la perspectiva de los colaboradores, esto se debe a que algunos interiorizan que existe demasiadas exigencias y que se evocan en ciertas

ocasiones a la producción, más que a la satisfacción del elemento humano. También se determinó que la productividad en dicha institución en su mayoría cumple con las metas estipuladas por la empresa, sin embargo, existe algunos indicadores que no se logran satisfacer excediendo a veces de lo presupuestado, pudiendo afirmar el trabajador es improductivo en algunas ocasiones. (Tabla 1, 9, 10)

**5.2.** Se identificó el nivel de la variable Happiness management donde este alcanza el nivel muy deficiente con 20%, deficiente en 15%, regular con 25%, eficiente con 9% y muy eficiente con 31%. A su vez sus principales dimensiones como la flexibilidad se encuentran en muy deficiente con 20%, deficiente en 13%, eficiente con 45% y muy eficiente con 22%, disfruta con un nivel muy deficiente con 26%, regular con 35% y muy eficiente en 40%. (Tabla 1, 2, 8)

**5.3.** Se puede analizar el tiempo de ciclo de venta de los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2018, donde se presenta una ineficacia en los meses de enero con un excedente aproximado de un día para el cierre de alguna venta, a su vez ese mismo panorama se presenta en el mes de marzo, abril y mayo con excedente de un día. Cabe destacar que los meses que logran cubrir lo planificado son los de febrero y junio. Presentando la segregación de los resultados se puede concluir de forma general que en el cierre del semestre se presenta una ineficacia en la meta alcanzada debido al exceso de un 1 día a la hora de cerrar un ciclo de venta.(Tabla 9)

# V.I. RECOMENDACIONES

## V.I. RECOMENDACIONE

**6. 1.** Se recomienda al gerent  
el trabajo de manera c  
la tabla 1, donde se pr

le acción para generar felicidad en  
ejora de la situación encontrada en  
muy deficiente con 35%.

- 6.2.** Se recomienda al dealer afianzar los vínculos de confianza a través de programas extra laborales que permitan mejorar las relaciones dentro de los trabajadores, para cambiar la situación de la tabla 4, donde se presenta un nivel deficiente y muy deficiente con 22%.
- 6.3** Se recomienda realizar a través de la eficiencia de la empresa estímulos donde el trabajador no se estrese por exigencia de las metas trazadas dentro del dealer, para cambiar la situación encontrada en la tabla 10 y 11, donde se presenta el no cumplimiento de metas en algunos de los meses estudiados.
- 6.4** Se recomienda realizar un estudio por parte del gerente del dealer donde busque la reducción de visitas por clientes para cerrar cartera ya que de esta manera se puede aminorar la infelicidad de este a través de un sistema de facilitación de funciones, para cambiar la situación de la tabla 10, ya que existe una desviación negativa de (-8.0%).
- 6.5.** Se recomienda a futuras investigaciones que se realicen investigaciones experimentales, aplicando la propuesta planteada en esta investigación para probar el efecto que pueda lograr en Las variables estudiadas.

## **VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Alejos, J. (2018) Diseño organizacional para la productividad del personal de la Empresa 3a Ingeniería & Construcción Sac, Lima 2017. Licenciatura. Universidad Cesar Vallejo Chimbote
- Álvarez, S. (2013) *La psicología organizacional positiva y la mejora organizacional*. Revista éxito empresarial, 227(1), 1-3. Recuperado de [http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion\\_227\\_040313\\_es.p](http://www.cegesti.org/exitoempresarial/publicaciones/publicacion_227_040313_es.p)
- Bennis, W. (2000) *Dirigir personas es como adiestrar gatos*. (1°ed) Madrid.: Aja Editores
- Challan, C. (1999) *Sobre cómo medir las competencias distintivas: Un examen empírico de la fiabilidad y validez de los modelos multi-ítem para la medición de los activos intangibles*. The Iberoamerican Academy of Management, First International Conference, Madrid, December.
- Csikszentmihalyi, M. (2000) *Positive Psychology: An introduction*. American Psychologist
- Cuadra, J. y Florenzano, S. (2003) El bienestar subjetivo: hacia una psicología positiva. Revista de Psicología de la Universidad de Chile
- Domínguez, K. (2016) *Estilos de liderazgo y clima organizacional en los colaboradores de un hospital en el distrito de Nuevo Chimbote*. Licenciatura. Universidad de Cesar Vallejo Chimbote
- Dutschke, F. (2013) *Factores condicionantes de felicidad organizacional*. Licenciatura. Universidad de Atlántida, Australia. Recuperado de <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/viewFile/819/805>
- Felsing, R. (2012) *Productividad: Un Estudio de Caso en un Departamento de Siniestros*. Recuperado de: [https://www.ucema.edu.ar/posgradodownload/tesinas2002/felsing\\_made.pdf](https://www.ucema.edu.ar/posgradodownload/tesinas2002/felsing_made.pdf)
- Fernández, S. (2015) *Felicidad Organizacional*. (1°ed). Chile: B Chile Editorial.
- Fernández, S. (2014, 01 de septiembre) Clase 2: El modelo de Felicidad aplicado al Trabajo  
Curso: Felicidad Organizacional. La Tercera. Recuperado de <http://www.latercera.com/noticia/clase-2-el-modelo-de-felicidad-aplicado-al-trabajocurso-felicidad-organizacional/>

- Fernández, S. (2013) *La productividad y el riesgo psicosocial o derivado de la organización del trabajo*. España: ECU. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/reader.action?docID=10757860>
- Fischman, D. (2010) *La alta rentabilidad de la felicidad*. (2°ed) Lima: UPC Fondo Editorial.
- Fisher, L. (2003) why do lay people believe that satisfaction and performance are correlated? Possible sources of a commonsense theory, *Journal of Organizational Behavior*, 24, pp. 753-777.
- Fisher, L. (2010) Happiness at Work. *International Journal of Management Reviews*, vol. 12, pp. 384-412.
- Fuentes, S. (2012) *Satisfacción laboral y su influencia en la productividad*. Madrid Actualia Editores
- Gaitán, I. (2015) *Todo es cuestión de actitud. Gestión de la felicidad. Harvard Deusto business review*. Recuperado de [https://ezproxy.umng.edu.co:2221/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTAL\\_TODO=gerencia+de+la+felicidad](https://ezproxy.umng.edu.co:2221/buscar/documentos?query=Dismax.DOCUMENTAL_TODO=gerencia+de+la+felicidad)
- Grajales, T. (2000) *Tipos de investigación*. Revista de Educación en. Recuperado de <http://tgrajales.net/investipos.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014), *Metodología de la investigación* (6°ed..). México D.F.: INTERAMERICANA EDITORES. S. A. DE C. V.
- Leyton, A. (2012) *Clases y tipos de Investigación Científica*. Recuperado de: <http://investigacionestodo.wordpress.com/2012/05/19/clases-y-tipos-deinvestigacion-cientifica/>
- Lieberman, M. (2005). *Microeconomía*. México DF: Thompson
- López, J. (2005) *Motivación Laboral y Gestión de Recursos Humanos en la Teoría De Frederick Herzberg*. México: Pearson
- Montero, L. (2012). *Motivación*. Tabasco: Universidad Juárez Autónoma de Carrasco.

- Neyra, M. (2016) El Clima Laboral y su Influencia En La Productividad En La Autoridad Administrativa Del Agua Huarney Chicama- 2016. Licenciatura. Universidad Cesar Vallejo Chimbote
- Núñez B. (2007) Material de apoyo del seminario Gestión de la Productividad. Recuperado de: Doctorado en Ciencias de la Ingeniería, mención Productividad. Universidad Nacional Experimental Politécnica “Antonio José de Sucre”. Barquisimeto, Venezuela.
- OMS (2017) Reporte Mundial de la Felicidad 2017. Recuperada de: <https://hipertextual.com/2017/03/informe-mundial-mas-felices>
- Paz, K. (2017) Influencia de la felicidad organizacional en la productividad de los colaboradores en los centro de atención al cliente de la empresa américa Móvil- Claro, Arequipa, 2016-2017. Licenciatura. Universidad Católica San Pablo. Tomado de <http://repositorio.ucsp.edu.pe/browse?type=author&value=Paz+Caya%2C+Karen+Juliana>
- Peña, F. (2016) La gerencia de la felicidad: un nuevo modelo para la gestión de las organizaciones. Doctorado. Universidad Militar Nueva Granada. Recuperado de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/15964/1/ArandaLeytonEdgar2016.pdf>
- Pulido, H. (2005) *Calidad Total y Productividad*. México D.F.: McGraw-Hill. Hall, R.,
- Seligman, M. (2014) Positive Psychology: An Introduction. In Flow and the Foundations of Positive Psychology.
- Strusberg, D. (2017) La experiencia de la felicidad en jóvenes peruanos en el trabajo remunerado y el trabajo voluntario. Licenciatura. Pontificia Universidad Católica del Perú, Recuperado de <https://revistaselectronicas.ujafdsfwen.es/index.php/REE/article/viewFile/819/805>
- Torres, L. (2015) Satisfacción y productividad laboral en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta minorista de productos de farmacia y artículos de tocador (farmacias) del casco urbano de Chimbote, 2015.” Licenciatura. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

- Torres, G. (2014) *Evaluación del desempeño y su impacto en la eficiencia de los trabajadores* México D.F.: McGraw-Hill. Hall, R.,
- Torres, S. (2008) La productividad: concepto y factores. Recuperado de: <http://infocalser.blogspot.pe/2008/07/la-productividad-concepto-y-factores.html>
- Vázquez, S. (2012) *La felicidad en el trabajo y en la vida*. Madrid: Actualia Editorial.
- Yanamoto, L. (2013) Reporte de la Felicidad en provincias del Perú. Publicado. UPC. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/jyamamoto/2008/10/17/estudios-mundiales-de-la-felicidad-y-el-peru/>
- Zapata, Ñ. (2015) Engagement y productividad en las empresas. Licenciatura. Universidad del Rosario. Recuperado de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11562/1136885010-2015.pdf?sequence=1>

# **ANEXOS**

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA

TÍTULO	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Happiness management y productividad de los colaboradores en el Dealer Steel Comunicaciones E.I.R.L. de la Ciudad de Chimbote 2018	<p><b>Objetivo General</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir el happiness managment y la productividad de los colaboradores del dealer Steelcom Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.</li> </ul> <p><b>Objetivo específico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar el nivel de la variable happiness managment a través de la perspectiva de los colaboradores del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.</li> <li>• Analizar la productividad a través de cifras comparativas del dealer Steel Comunicaciones EIRL Chimbote 2018.</li> <li>• Proponer un plan de Happiness Management en base de la retención del personal para los colaboradores de la empresa Steel comunicaciones EIRL 2018.</li> </ul>	Hernández, Fernández y Baptista (2014, p.95) indica que: “En un estudio descriptivo solo se formula hipótesis cuando se pronostica un dato o hecho”.	V <sub>1</sub> : Happiness Management	Flexibilidad	<p>Diseño. Descriptivo <b>M</b> → <b>O</b> Dónde: M =Colaboradores del dealer Steel Comunicaciones Eiril año 2018 O = Happiness Management</p> <p><b>M</b> → <b>O</b> Dónde: M = Colaboradores del dealer Steel Comunicaciones Eiril 2018 O = Productividad de los colaboradores</p> <p>Población/Muestra. 55 colaboradores del dealer Steel Comunicaciones (Happiness Management)</p> <p>Cifras de Ventas en las líneas telefónicas (productividad)</p> <p>Técnica: Encuesta Análisis documental</p> <p>Instrumentos: Cuestionarios Cuadros Comparativos</p> <p>Confiability: Cuestionario de Happiness Management A Cronbach = 0.809</p>
				Optimismo	
				Confianza	
				Compromiso	
				Disfruta	
				Aprendizaje	
				Significancia	
			V <sub>2</sub> : Productividad	Eficiencia	
				Eficacia	
				Efectividad	

**ANEXO 02:**  
**PROPUESTA**

## **PROPUESTA DEL HAPPINESS MANAGAMENT EN BASE DE LA RETENCIÓN DEL PERSONAL**

### **FICHA TÉCNICA DE LA PROPUESTA:**

Objetivo General:	Proceso de cambio de un modelo de Retención y Fidelización del Talento a través de una propuesta modelo de la Felicidad.
Beneficios esperados:	Mejorar el clima laboral que conlleve a una filosofía de ser felices y mejores personas en la organización y índice de satisfacción del cliente final.
Metodología:	Diagnóstico, Capacitación
Tipo de operación:	Talleres aplicados a la gestión
Período de servicio:	8 meses
Personal asignado:	2 Consultores a tiempo parcial (dependiendo de las actividades se asignarán más consultores)
Costo del servicio:	S/. 2500 (más IGV) mensuales

## **ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN**

### **LA METODOLOGÍA INCLUYE TRES DIFERENTES ASPECTOS:**

**Etapa 1:** Levantamiento Información

**Etapa 2:** Diagnóstico

- Diagnóstico del Cultura
- Diagnóstico de Clima
- Diagnóstico de la Felicidad

**Etapa 3: Implementación Estrategia: Capacitación y Asesoría**

- Cultura
- Felicidad
- Ética y valores en el trabajo,
- Comunicación.
- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Servicio al Cliente

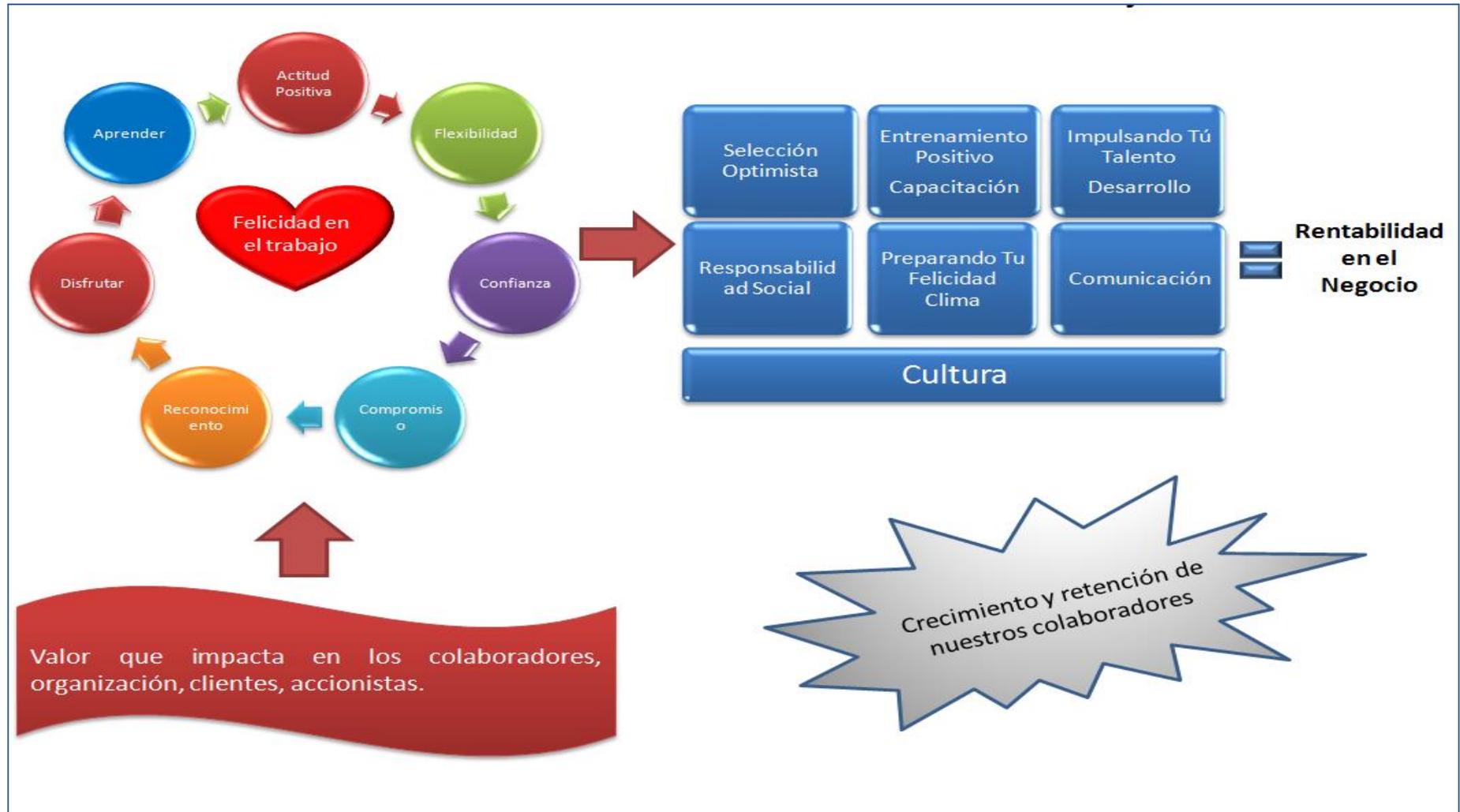
**Etapa 4: Medición Resultados**

- Encuesta Cliente Interno y externo
- Encuesta Clima laboral
- Evaluación de valores
- Índice de Felicidad
- Rotación de Personal

PROGRAMA DE TALLERES BASADO EN EL MODELO DE HAPPINESS

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Lanzamiento	Cultura	Felicidad	Ética y valores en el trabajo	Comunicación.	Liderazgo	Trabajo en equipo	Servicio al Cliente	Cierre
Kick off	3 sesiones	3 sesiones	2 sesiones	3 sesiones	3 sesiones	3 sesiones	3 sesiones	1 sesión
2 horas	9 horas	9 horas	6 horas	9 horas	9 horas	9 horas	9 horas	2 horas

## PILARES DE UNA PROPUESTA DE RETENCIÓN Y FIDELIZACIÓN DEL TALENTO BASADO EN LA FELICIDAD



## **EJES POSITIVOS DEL MODELO:**

### **El modelo de Felicidad se articula con siete ejes básicos e importantes:**

1. *Actitud positiva:* Ver el lado positivo de las cosas pensando siempre que es posible conseguir lo que te propones. Mostrarse feliz y con buen sentido del humor. La actitud positiva que asumimos las personas frente a lo que nos sucede, sea una experiencia positiva o negativa, y con la capacidad para desarrollar más nuestras cualidades y potencialidades en vez de lamentarnos de lo que nos falta”.
2. *Flexibilidad:* ser capaz de aprender y desaprender y adaptarse a los cambios de manera optimista.
3. *Confianza:* confiar en los demás y resultar confiable para ellos. Exígete para poder exigir.
4. *Compromiso:* participar de manera activa y sentirse parte fundamental de la empresa. Va más allá del interés.
5. *Reconocimiento:* El reconocimiento y agradecimiento es vital para mantener las relaciones de confianza con nuestro entorno tanto interno como externo. Nos ayudan a conectar emocionalmente con los demás, cuando son expresados desde la sinceridad, lejos de la envidia, la prepotencia o la ironía. Si fomentamos una cultura de reconocimiento en la organización, incrementamos la Felicidad.
6. *Disfrutar:* ser capaz de tener sentido del humor incluso en situaciones difíciles, trabajar con pasión, paciencia, perseverancia, prudencia; diversión e ilusión con la finalidad de transmitir la energía a sus clientes. “Trabajadores contentos clientes satisfechos”.

7. *Aprender a aprender y aprender a desaprender*: conocer constantemente cosas nuevas. Preocuparse por su propio autodesarrollo y con mucha iniciativa para dar soluciones innovadoras a problema reales.

## OBJETIVO

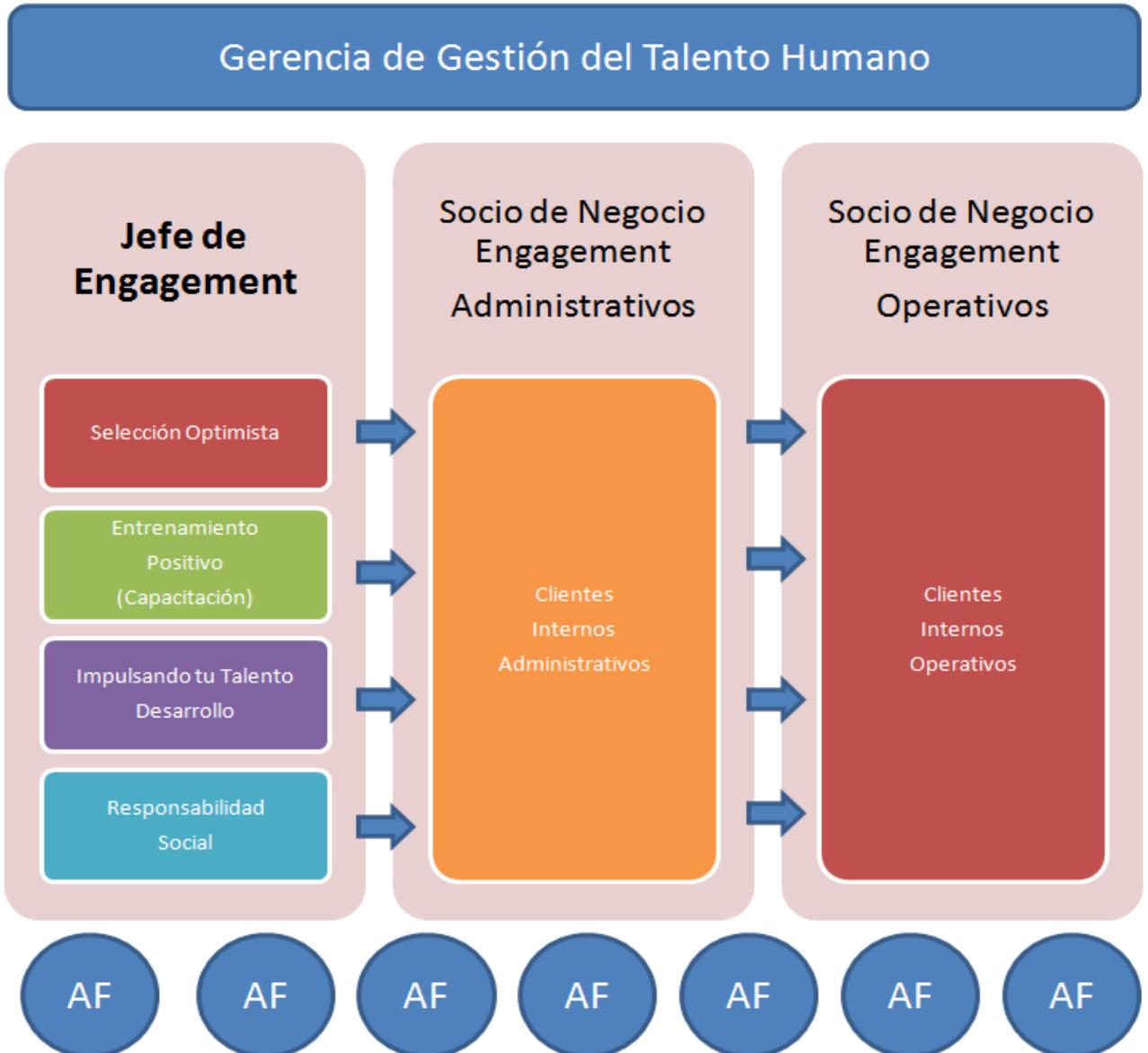
Es objetivo del programa, es llevar a cabo un conjunto de cambios trascendentes en las actitudes de las personas dentro de Steel Comunicaciones bajo una propuesta de Retención y Fidelización del talento a través del modelo de la Felicidad (PRTF) así como una fuerte identificación con la cultura organizacional.

Esta propuesta permitirá alcanzar los objetivos propios de la organización.

Se ampliará todos los horizontes de la gestión, de modo que se dirijan hacia el cliente, las estrategias claves, los recursos claves y aproveche todas las interacciones que intervienen en el Proceso del Negocio.



**GESTIÓN HUMANA SEGÚN EL DE MODELO DE LA FELICIDAD  
(PROPUESTA)**



## **PROCESOS TRANSVERSALES DE GESTIÓN HUMANA**

### **1. CLIMA LABORAL Y CULTURA LABORAL: PREPARANDO TU FELICIDAD**

Establecer un ambiente grato y eficaz para que el personal de y pongan a disposición su talento hacia los demás. Así se generará equipos de alto rendimiento y los resultados serán eficaces, eficientes y consistentes.

Clima laboral y Cultura Laboral: en la empresa Steel Comunicaciones que desean contar con empleados felices:

1. Programas de flexibilidad laboral, para mantener equilibrio entre la vida personal y laboral.
2. Instalaciones adicionales para ambos sexos: centro de estética, juegos de mesa, o gimnasio, salón recreativo.
3. Retención de Talento\*
4. Compensación diferenciada
5. Celebraciones de días especiales (Halloween, Navidad, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Niño)
6. Programas de cuidado personal (Nutrición, Estrés, etc.)
7. Capacitación en temas no laborales (Finanzas personales, Problemas de pareja, Problemas de Aprendizaje)
8. Código de vestimenta, la práctica más frecuente es permitir a los empleados vestir de forma casual el viernes en algunos casos se ha extendido esta posibilidad todos los días.

9. Otro aspecto relevante para los empleados es la celebración de días especiales como la Navidad o tener un día para reunirse con las familias de todos los empleados.
10. Horas flexibles o contar con un día, generalmente al mes, para poder resolver asuntos personales como ir al médico, algún papeleo o asistir a un evento escolar de los hijos.
11. Un día por el cumpleaños de tu hijo(a).
12. Un día libre por tu cumpleaños.

2. **COMUNICACIÓN:** Debe ser clara, concreta, completa y concisa (Logos). Esta debe estar relacionada con el liderazgo, quien me lo dice (honestidad, integridad, coherencia) (Ethos) y como me lo dice (respeto, consideraciones y saber escuchar a las personas) (Pathos). Así lograremos una comunicación óptima y grata.

#### **Principios de la comunicación**

- Todo colaborador tiene mucha información por compartir
- Los trabajadores necesitan saber cómo su trabajo contribuye al logro de los objetivos de la organización.
- Los mensajes y métodos de comunicación deben satisfacer las necesidades de los colaboradores.

#### **Métodos de comunicación**

- Política de puertas abiertas
- Presencia de los líderes en las áreas administrativas y/o operativas
- Mensaje de líderes por intranet

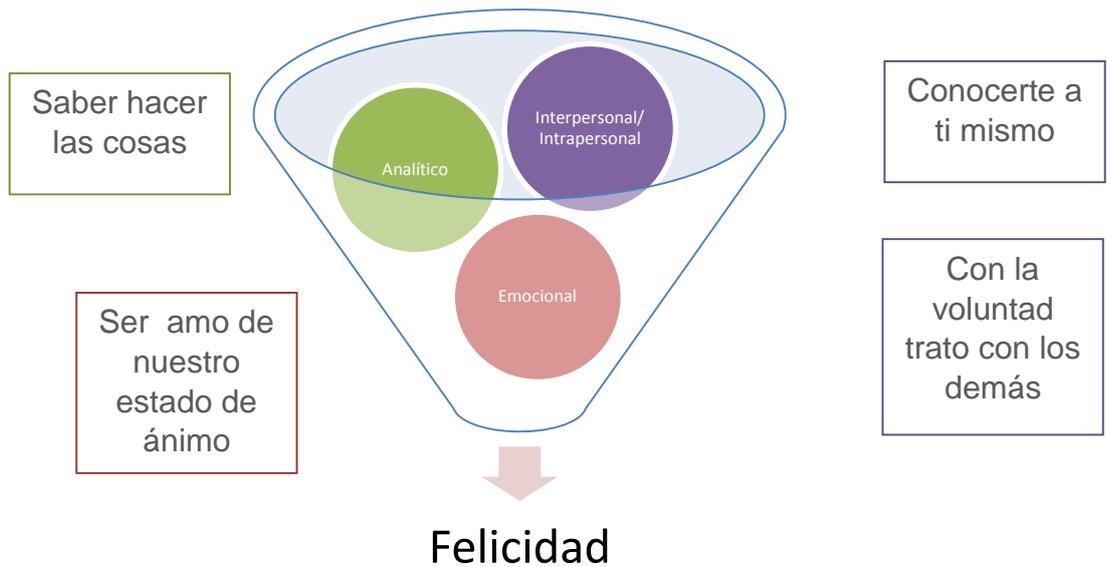
- Reuniones por áreas informales
- Intranet
- Correos electrónicos
- Boletines informativos

### **Estrategias claves para la comunicación**

- Solicitar información a todos
- Demostrar a los colaboradores el valor de su contribución
- Satisfacer las necesidades de información de los colaboradores

### **3. SELECCIÓN CON OPTIMISMO (Reclutamiento y Selección)**

Las personas constituyen el principal activo de la organización y cuando las organizaciones perciben que solo pueden crecer, prosperar y mantener su continuidad son capaces de optimizar el retorno sobre las inversiones de todos los socios, en especial de los empleados.



Es por ello que hemos diseñado un modelo de Selección Optimista, con algunas herramientas, evaluar de una manera diferente,

#### **Perfil del Postulante Optimista:**

1. Ser Feliz (índice de la Felicidad)
2. Optimismo.
3. Sentido de responsabilidad
4. Flexibilidad
5. Sentido ético
6. Sentido del humor
7. Madurez emocional
8. Tolerancia a la frustración
9. Orientado a resultados

**En el Dealer Steel Comunicaciones Eirl, lo que se busca es:**

1. Contrata empleados optimistas. Durante la entrevista, haz preguntas de final abierto que requieran que el postulante resuelva un problema.
2. Contrata a personas con objetivos en la vida. Las personas con objetivos están determinadas a llegar a un destino. Harán lo que sea necesario para alcanzar su sueño. La gente con objetivos en la vida, sabe lo que quiere, y no se dejan influir por alguna nueva idea o emoción.
3. Deja en claro la política relacionada con la Felicidad. Dile al postulante cuales son las expectativas de la Organización y pregúntale si desea formar parte de un lugar de trabajo feliz. Discute con él las formas en que la empresa podría mantener a sus empleados felices y cómo el empleado podría ser feliz en el lugar de trabajo.
5. Sé un modelo a seguir. La gente actuará como se espera si los ejecutivos y mandos actúan de la misma manera. Un empleador feliz es el ejemplo a seguir para sus empleados.
6. Premia el buen comportamiento. Establece un programa de recompensas tanto de desempeño como de comportamiento feliz. Si un empleado ayuda a otro sin que le pidan su asistencia, prémialo. Si un empleado trabaja horas extras, para hacer el trabajo de otro que enfermó, prémialo. Tarjetas de felicitaciones, permisos para irse más temprano, o un simple gracias, hacen la diferencia.
7. Trata a tu empleado con el valor humano que tiene y sobre todo, hazle saber que así lo consideras.

## Procesos de Selección,

Si las técnicas de Selección responden al estilo y la cultura de la empresa, los candidatos que encajen en el ambiente verán que el proceso de selección concuerda con su personalidad



#### **4. ENTRENAMIENTO POSITIVO (CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN)**

Ad-hoc con las necesidades del puesto. Hacer diagnóstico de necesidades de capacitación con los jefes inmediatos y colaboradores (evaluación 360°). Recuerden que la capacitación es una inversión: “La capacitación cuesta, la ignorancia cuesta mucho más”.

El proceso de capacitación es una estrategia continúa para promover y afianzar los valores de la organización, su historia, su filosofía.

Capacitando al personal sobre las tradiciones del pasado y las prioridades del presente, garantiza su ventaja competitiva en el futuro.

Estrategias para la capacitación:

- Reforzar la cultura de la organización

- Crear una conexión emocional
- Preparar a los nuevos empleados para el triunfo
- Programa de inducción está compuesta por:
  - Viviendo nuestra cultura
  - Conociendo a mi empresa
  - Nuestro pasado: Recuento histórico de los hitos de la organización, herencia, tradiciones y valores.
  - Nuestro presente: La actualidad de la empresa, en cuanto a sus logros, programas de bienestar, beneficios, programas de reconocimiento, entre otros.
  - Nuestro futuro: Futuros proyectos, línea de carrera en la organización.
- Programa de capacitación está compuesto por :
  - Plan anual de capacitación:
  - Programa desarrollado en base a un diagnóstico de necesidades de capacitación.
  - Capacitación de área de trabajo: Conociendo mis funciones
  - Programa desarrollo de lideres
  - Desarrollando mis habilidades gerenciales
  - Entrenamiento y formación en liderazgo positivo

## **5. IMPULSANDO TU TALENTO (DESARROLLO)**

Desarrollar los talentos de sus colaboradores en la organización y de esa manera, lograr un crecimiento integral de la misma (empresa – grupo – persona). Es importante enfocar las estrategias internas a crear un ambiente de confianza y compromiso en las personas que colaboran con sus esfuerzos y conocimientos para que la organización logre el éxito competitivo, logrando obtener una empresa feliz.

Con un sistema efectivo de comunicación que ayude a promover el verdadero trabajo en equipo, en un ambiente de confianza y respeto; conocer a cada colaborador para detectar sus fortalezas y talentos que le facilite el desarrollo de sus competencias y tenga un buen desempeño laboral, así mismo deben complementarse con un permanente reconocimiento por el desempeño de sus funciones y obtención de resultados satisfactorios, los cuales impulsaran el crecimiento personal logrando la satisfacción de sus necesidades.

Como resultado obtendremos colaboradores motivados con buena actitud para asumir tareas y responsabilidades más allá de las que correspondan en sus funciones.

La organización debe caracterizarse por ser un lugar en el que cada uno de sus colaboradores les gusta hacer su trabajo, encuentran un sentido más allá de obtener resultados para la empresa, se sientan autorrealizados.

## Las tres iniciativas de retención más efectivas por generación: Ejecutivos vs. Empleados

Clasificación	Milenarios (31 y menos)		Generación X (edades 32-47)		Baby Boomers (48 a 65 años)	
	Ejecutivos	Empleados	Ejecutivos	Empleados	Ejecutivos	Empleados
1	Cultura de la compañía (21%)	Promoción/ progreso en el trabajo (41%)	Bonificaciones adicionales o incentivos financieros (21%)	Promoción/ progreso en el trabajo (64%)	Beneficios Adicionales (26%)	Promoción/ Progreso en el trabajo (50%)
2	Acuerdos para flexibilidad del trabajo (20%)	Compensación adicional (40%)	Compensación adicional (19%)	Bonificaciones adicionales o incentivos financieros (41%)	Bonificaciones adicionales o incentivos financieros (23%)	Soporte y reconocimiento de supervisores y gerentes (43%)
3	Nuevos programas de entrenamiento o de apoyo y reconocimiento de supervisores o gerentes (19% ambos)	Bonificaciones adicionales o incentivos financieros (33%)	Fuerte liderazgo (19%)	Compensación adicional (33%)	Compensación adicional o fuerte liderazgo/ Apoyo organizacional (21% ambos)	Compensación adicional (42%)

La retención de empleados clave es fundamental para la salud a largo plazo del negocio y su consecuente éxito. Los gerentes están fácilmente de acuerdo en que la retención de sus mejores empleados asegura la satisfacción del cliente, las ventas de productos, una eficaz planificación de la sucesión, un buen ambiente de trabajo y una cultura organizacional sólida.



- Lo que se propone dentro del Retención del Talento es tener mapeado aquellos puestos que tienen contacto directo con el cliente final. Lo que se busca es que el Cliente se convierta en un cliente apasionado de la compañía y que pueda recomendar el servicio (NPS)

Aquí unas prácticas que ayudarán a retener a colaboradores de alto performance y aquellos que se encuentran en puestos Core del negocio (Ventas, Servicio al Cliente, Operaciones, etc.)

## **6. Programas de Retención del Talento**

1. Programas de flexibilidad laboral para mejorar la calidad de vida de sus empleados.

El equilibrio entre la vida personal y la laboral repercuten en mejoras en el clima organizacional y la generación de compromiso de los colaboradores.

2. Celebraciones de días especiales genera mayor compromiso empresarial:
3. Sentir que la empresa se preocupa por el bienestar de sus empleados genera un gran impacto en cuanto al clima laboral, el compromiso con el trabajo y la productividad.
  - a) Tener un día para reunirse con las familias de todos los colaboradores.
  - b) Programas de apoyo al empleado; posibilidad de tener cajeros automáticos al interior de las empresas, convenios con distribuidoras de útiles se descuenta por planilla en 3 partes.
  - c) La flexibilidad horaria, que es poder tener un horario distinto al tradicional (8 am. a 5 pm.) Por ejemplo, a las madres trabajadoras pueden adelantar o retrasar su jornada laboral para llevar o recoger a sus hijos en nidos y colegios. (Podrían ingresar a las 7 am. y salen a las 4 pm. o la hacen de 9 am. a 6 pm.)
  - d) Beneficios a las familias de la organización, nuestros colaboradores sentirán que nos preocupamos por su bienestar integral reforzando la relación con los trabajadores.

e) Programas de reconocimiento, Una forma muy sencilla de compartir con la gente más querida los logros de nuestra gente. Basta con una carta concreta para hacerlos sentir cercanos a la compañía.

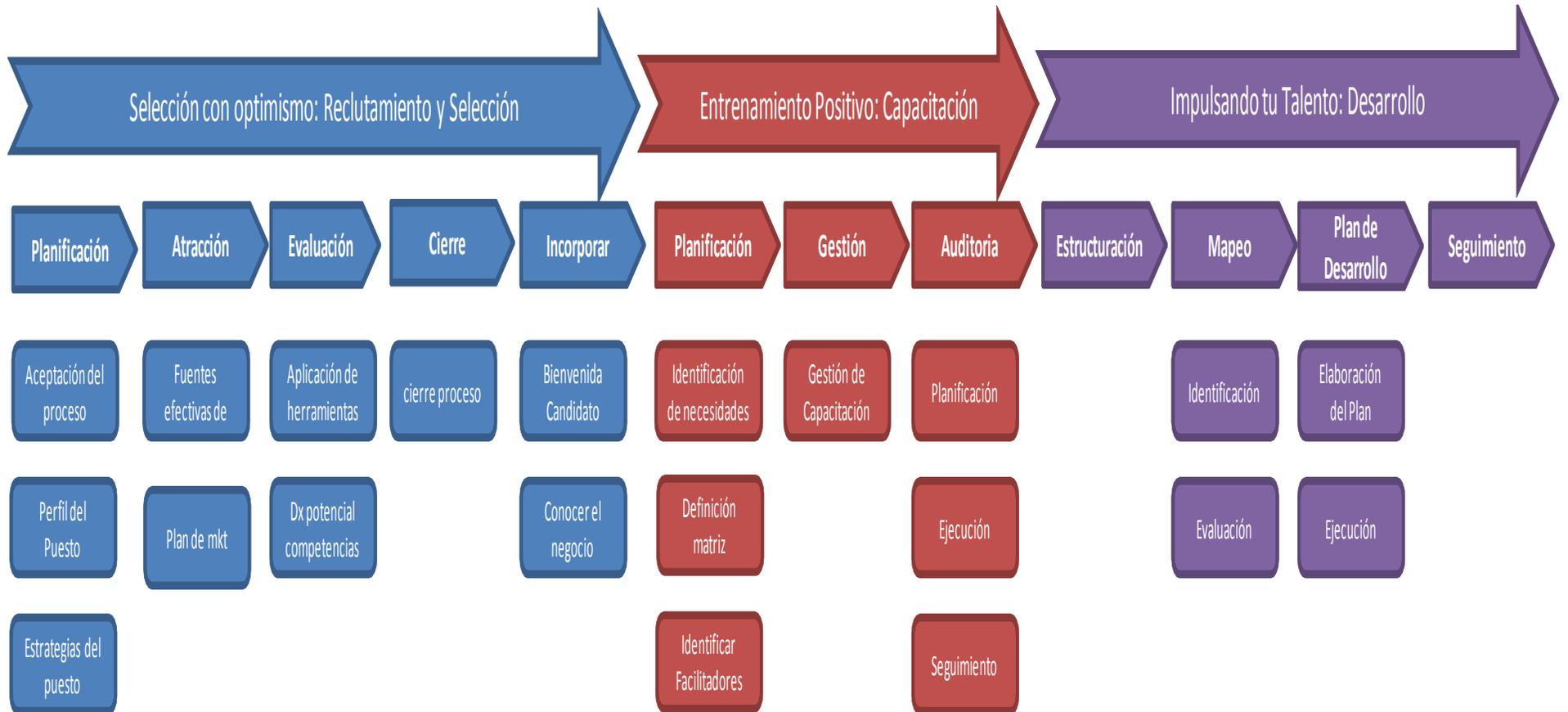
f) El reconocimiento laboral que contemple:

1. El reconocimiento económico, dándoles la retribución coherente al desempeño y aportación personal (valor agregado) que cada uno de los colaboradores aporta en su trabajo diario.

2. El reconocimiento moral, destacando y valorando sus esfuerzos que impulsen el enriquecimiento de su autoestima y autorrealización profesional.

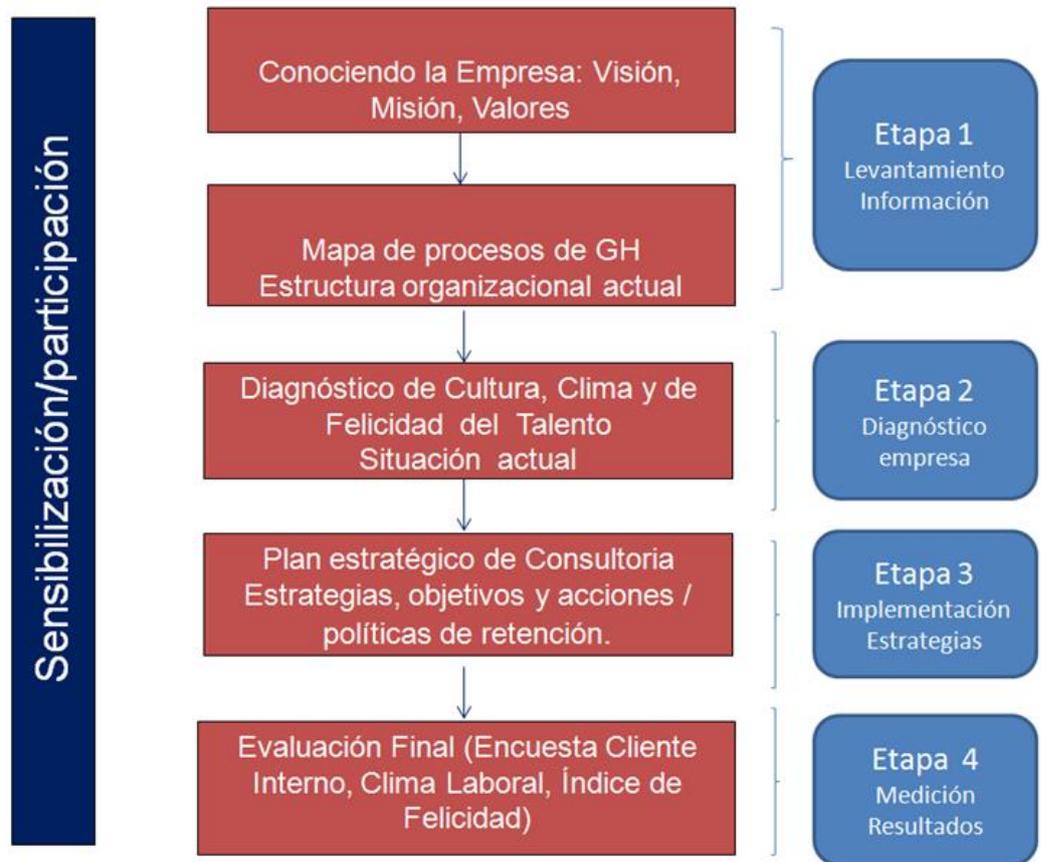
Debemos dar facilidades para que nuestro colaborador pueda seguir formándose en los ámbitos que considere necesarios relacionados con la actividad que desempeña, apoyando sus decisiones al respecto.

# PROCESO



## METODOLOGÍA

### Proceso de implementación del Modelo de Gestión de la Felicidad



#### **Etapa 1: Levantamiento Información**

Se levantará la información de la empresa, su visión misión, valores, estrategias corporativas, su planeamiento estratégico. Objetivos estratégicos, balance score card, entre otros

#### **Etapa 2: Diagnóstico**

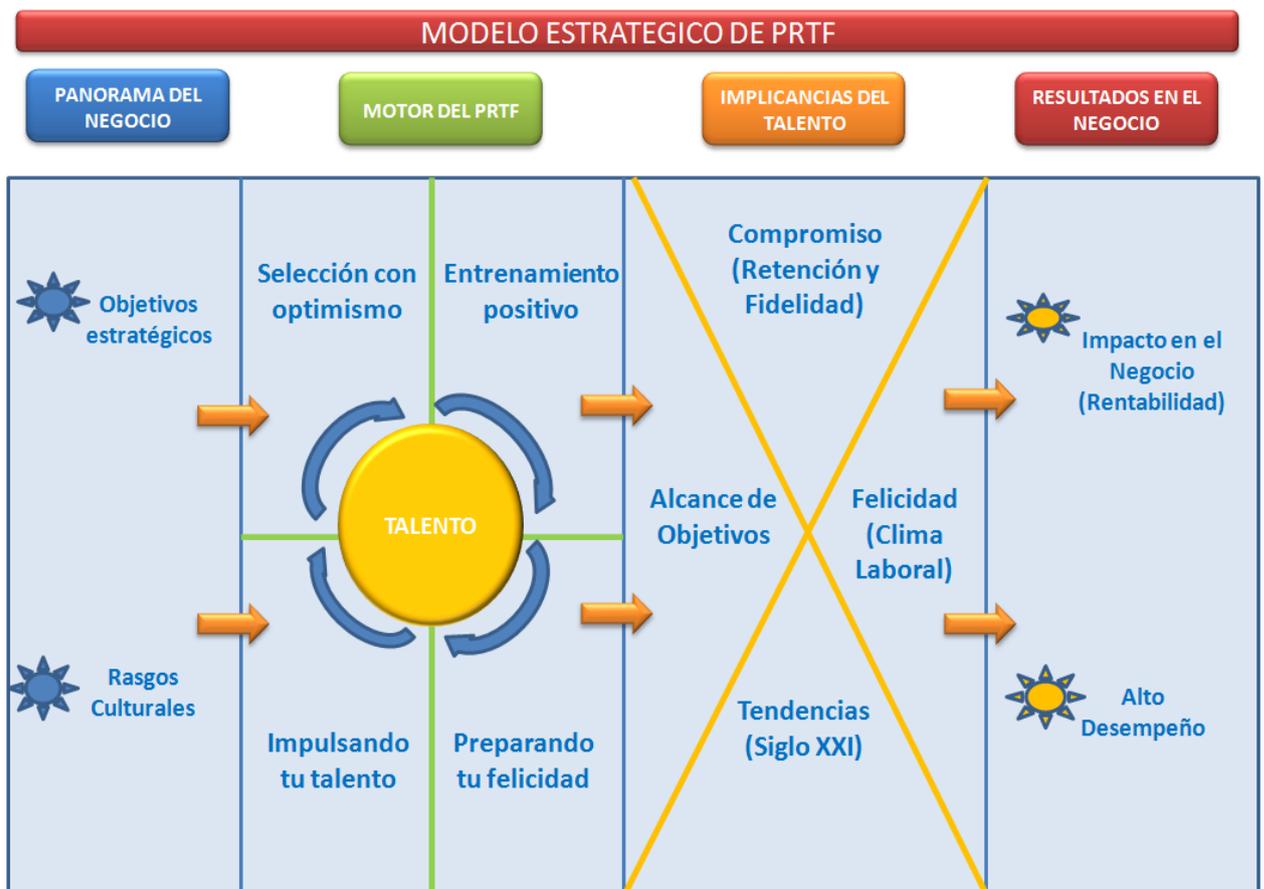
Inicialmente, se realiza un diagnóstico llamado Línea Base. Este permitirá establecer el punto de partida de los elementos a trabajar. En ese sentido se realizarán dos tipos de diagnóstico:

- Diagnóstico del Cultura
- Diagnóstico de Clima

El diagnóstico de la Cultura, se realiza una sesión de cinco horas de duración que consiste en una combinación de talleres y cuestionarios. En ella se recaba información que es complementada con la observación del grupo. Como resultado de esta sesión se obtiene las posiciones culturales, así como los Valores y Creencias del Grupo.

Estos diagnósticos son tomados como base para lograr los objetivos trazados.

### Etapa 3: Implementación Estrategia: Capacitación y Asesoría



## **CAPACITACIÓN**

Como segundo elemento se utilizan talleres de Capacitación Este incluye los elementos fundamentales para el desarrollo individual de cada uno de los participantes. En el caso particular de Steel Comunicaciones Eirl, se trabajarán conceptos tales como:

- Cultura,
- Felicidad
- Ética y valores en el trabajo,
- Comunicación.
- Liderazgo,
- Trabajo en equipo
- Servicio al Cliente

En cada uno de ellos, se busca fomentar los ejes del modelo de la felicidad, comunicación, integración e identificación entre los participantes y con la institución. Cada taller tendrá un apoyo luego en las rutinas que conforman el proceso de asesoría. Cada elemento de capacitación tendrá también tareas de aplicación directa en su trabajo formal.

### ESTRATEGIAS TALLERES DEL MODELO DE FELICIDAD

EJES		Lanzamiento	En búsqueda de la Cultura Feliz	Taller Felicidad como fin supremo	Etica en el trabajo	Comunicación empática	Liderazgo inspirador	Trabajo en Equipo	Servicio al Cliente, Estar Ahí.	CIERRE
1	Actitud Positiva	Kick off del Programa	■	■	□	■	■	■	■	Cierre del Programa
2	Flexibilidad		■	■	□	■	■	■	□	
3	Confianza		■	■	■	■	■	■	□	
4	Compromiso		■	□	■	□	■	□	□	
5	Reconocimiento		■	■	□	■	■	■	■	
6	Disfrutar		■	■	□	□	■	■	■	
7	Aprender - desaprender		■	□	□	□	■	□	■	

## **PROGRAMA DE TALLERES BASADO EN EL MODELO DE LA FELICIDAD**

### **1. CULTURA**

Gestión de Cultura Organizacional el cual se inicia con un diagnóstico de la cultura presente, de los factores estructurales que han determinado la evolución de dicha cultura, así como, una medición del clima laboral y competitividad según son percibidos por los empleados.

A partir del diagnóstico de la cultura presente y trabajando en conjunto con el grupo directivo de la empresa, se procede a definir la cultura deseada en línea con los valores, misión, visión y objetivos estratégicos de la empresa basados en el modelo de la Felicidad.

### **2. TALLER DE LA FELICIDAD**

Ayudar a desarrollar empleados optimistas y la felicidad en el trabajo mediante las herramientas de psicología positiva.

Desarrollo de fortalezas personales, basado en los ejes del modelo. Actitud positiva, buen humor, creatividad, inteligencia social, entre otros

### **3. ÉTICA Y VALORES EN EL TRABAJO**

Conocerse a sí mismo en sus dimensiones: cuerpo: materia, Inteligencia, Voluntad y espíritu. A partir de ello conocer la transcendencia del hombre en esta sociedad.

La moral del hombre, sus virtudes y valores personales y en la empresa.

#### **4. COMUNICACIÓN**

Saberse comunicar es imprescindible para un adecuado manejo de la información dentro del trabajo así como un canal irremplazable para establecer relaciones laborales fuertes y efectivas.

Este taller facilita herramientas que disminuyen los procesos por los que asumimos y aceptamos elementos subjetivos causantes de la mayoría de los conflictos laborales. También se dará entrenamiento en la recepción y emisión de mensajes en forma clara, lo que implicará una mejora inmediata. También está destinado a la formación de actitudes positivas hacia la comunicación que los oriente hacia un ambiente de confianza donde la oportunidad de estar informados permite el enfrentamiento conjunto de dificultades institucionales.

#### **5. LIDERAZGO**

Cada trabajador, desde el lugar que ocupa en la organización, llega a dominar su puesto y por lo tanto a ser el mayor conocedor de las posibilidades del mismo. De esta manera, su colaboración puede convertirse en la mejor aliada para la superación colectiva. Por esa razón, debemos promover la participación decidida y organizada en el desarrollo de la organización. Este taller busca desarrollar la capacidad creativa interna de cada uno de los participantes para transformar y mejorar su entorno y así lograr la identificación con su medio externo. Mediante este, los participantes conocen los principios rectores de la creatividad que conviven en su entorno, así como tomar conciencia del nivel en que se encuentran desarrollados tales potenciales. También busca desarrollar la capacidad de solucionar, de forma efectiva, los problemas para vivir y trabajar mejor. Tener la capacidad para generar ideas originales, así como diseñar artefactos o productos o servicios creativos útiles a la

institución. Generar, en los participantes, un ambiente adecuado para la implementación de estrategias y herramientas que permitan la interiorización de los conceptos y la puesta en marcha de las acciones concretas.

Permitirá también, fomentar la integración y reconocer en sus compañeros de trabajo habilidades creativas. Romper patrones de pensamiento estereotipado y rígido. Dar una tónica de calidad a la vida y al trabajo. Superar el tedio de las rutinas, sentirnos más vivos y disfrutar de la vida.

## **6. TRABAJO EN EQUIPO**

Es objetivo de este taller el implantar en los miembros del grupo habilidades que le permitan un eficiente trabajo en equipo identificado con el logro de objetivos institucionales. Desarrollar las características grupales que permitan cubrir las etapas evolutivas del equipo. Implementar herramientas emocionales maduras que permitan la percepción y manejo positivo de los conflictos. Desarrollar las características de comunicación efectiva o fluida que facilita la cohesión del equipo.

## **7. ATENCIÓN AL CLIENTE**

Lograr la satisfacción del cliente interno y externo es importante, sin embargo, la atención es el último paso de la interacción con él.

Mediante este taller se empieza a trabajar directamente lo que es la atención del cliente. No esperamos a que se presenten problemas. Trataremos al cliente desde la primera impresión, hasta el recuerdo que le queda después que él se ha marchado. Son objetivos de este taller el descubrir los temas que son importantes para lograr

reconocimiento del cliente. Tomar conciencia de las ideas, pensamientos y sentimientos que se encuentran involucrados en su actividad laboral para poder cambiar sus actitudes con respecto a su trabajo. En ellos se dará prioridad al rol frente al cliente, así como las actitudes esperadas frente a terceros. Aumentar la comunicación entre los participantes, orientados a lograr la satisfacción del cliente. Permitir el mayor conocimiento de sus pensamientos, ideas y sentimientos relativos al trabajo que desempeñan. Aprender aspectos fundamentales de proactividad y trabajo en equipo Elaboración de diversas propuestas y estrategias para incentivar una mejora de la forma de trabajo, que permita una mejor imagen frente al cliente.

## **ASESORÍA MEDIANTE RUTINAS**

Éste es un sistema cuyo fin es también trabajar los elementos estratégicos para conseguir los objetivos definidos, sin embargo, aprovecha dimensiones distintas. En éste caso, se orienta a la creación de nuevos hábitos que ayuden al logro de los objetivos. Para ello se disponen de las siguientes herramientas:

### **Escoge tu actitud**

Esta es una rutina que se dará todos los días. Consiste en escoger con qué actitud iniciaras tu día y experiencias ocurridas dentro o fuera de la empresa y la recolección, por otra parte, de información de vital importancia para el Consejo Innovador.

### **Historias**

Esta rutina tiene como objetivo lograr un intercambio de experiencias, fortalecer la integración y transmitir mensajes de profundo contenido inspirador a través de una metodología amena. Esta consiste en dar lectura a una historia que plasme los

objetivos de cada etapa del proceso, siendo complementada por otras historias o anécdotas de los participantes.

### **Identificando Valores:**

Se trabajara semanalmente un valor de la empresa que será compartido por los miembros de los equipos, con frases que serán leída y reflexionadas semanalmente en rescatar lo mejor de ellos mismos y de sus compañeros.

### **Faenas: viviendo Positivamente**

Las Faenas son actividades de Responsabilidad Social que están diseñadas a contribuir en bien de la sociedad. Estas actividades de voluntariado que se realizaran una vez cada tres meses.

### **Safari de Ideas**

Se enseñara la herramienta de caza de ideas, mediante la metáfora de un safari de ideas, la cual estará en un Bull de metas dentro de un mural por cada área, estas ideas deberán ser implementadas de manera creativa.

### **Historias**

Las historias son relatos anécdotas de personajes de la historia o héroes que nos dejan una enseñanza en nuestras vidas y los compartimos con nuestro equipo y refuerzan los valores compartidos.

### **Disfruta**

Actividades de integración, que nos permitan compartir de forma positiva, con los compañeros mediante ideas como desayunos, podemos invitar a compañeros de otras

áreas y se realizarían los fines de semana, tiempo libre para almorzar o compartir con otros compañeros de la empresa que no conocemos.

#### **Etapa 4: Medición Resultados**

##### **MEDICIÓN**

La medición se llevara a cabo mediante líneas de corte y al finalizar el programa de consultoría, los indicadores abajo mencionados

- Encuesta Cliente Interno y externo
- Encuesta de Clima laboral
- Evaluación de valores
- Índice de Felicidad ok
- Rotación de Personal

**ANEXO 03:**  
**INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN**  
**DE DATOS**

## CUESTIONARIO HAPPINESS MANAGEMENT

Querido lector a continuación se presenta un cuestionario pedimos por favor que marque con total sinceridad las preguntas mostradas para poder así medir la variable el Happiness Management

Ítems	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre
Dimensión: Flexibilidad					
Indicador: Estructura organizativa horizontal					
1. La estructura organizacional de la empresa te permite tener la suficiente confianza para aportar algo positivo y hacerlo llegar a los supervisores					
Indicador: Empowerment					
2. La empresa me hace creer que tengo el conocimiento suficiente para tomar decisiones relevantes en mi área de trabajo					
Dimensión: Optimismo					
Indicador: Selección del personal					
3. Cuando se selecciona al personal la empresa le brinda una inducción de su cultura organizacional positiva					
Indicador: Desarrollo personal					
4. La empresa brinda planeas de desarrollo profesional y personal para poder escalar en la organización					
Indicador: Goal setting					
5. Las metas que se plantea por parte de la gerencia son alcanzables y medibles de acuerdo al contexto existente.					
Dimensión: Confianza					
Indicador: Calidad directiva					
6. Mis jefes confían plenamente en las decisiones que tomo a través de reconocimientos por mis logros.					
Indicador: Gestión del error					
7. Si cometes un error por una negligencia en el cumplimiento de tus funciones, la gerencia te apoya e intenta ayudarte a solucionarlo					
Dimensión: Compromiso					
Indicador: Clima laboral					

8. La empresa reúne esfuerzos para que exista un clima laboral positivo dentro de los trabajadores					
Indicador: Conciliación laboral					
9. Se gestiona por parte de la gerencia la búsqueda de la solución de algún conflicto entre tus compañeros					
Dimensión: Disfruta					
Indicador: Reconocimiento formal					
10. Se premia al empleado del mes por sus logros establecidos de acuerdo a las metas planteadas					
Indicador: Desarrollo de actividades extra laborales					
11. Se realiza actividades como campeonatos deportivos, cenas de fraternidad, entre otras actividades extra laborales dentro de la empresa.					
Dimensión: Aprendizaje					
Indicador: Formación y capacitación					
12. La empresa te forma y te capacita para el cumplimiento adecuado de tus funciones delegadas por tu puesto de trabajo.					
Indicador: Coaching					
13. La gestión hecha por la empresa te ayuda a que aprendas de tus acciones dentro de tus actividades laborales					
Indicador: Planes de carrera					
14. La empresa te apoya brindándote facilidades para que estudies carreras o diplomados afines al rubro del puesto de trabajo en el que te encuentras					
Dimensión: Significancia					
Indicador: Responsabilidad social y ética					
15. La empresa le manifiesta de los beneficios que tienen tus actividades laborales en la responsabilidad social y ética					
Indicador: Comunicación transparente					
16. Se presenta buena comunicación y confianza entre el jefe y el subordinado					
Indicador: Emociones positivas					
17. La empresa estimula las emociones positivas en el día a día de tu actividad laboral					

## FICHA TÉCNICA

### I.- DATOS INFORMATIVOS:

- 1.1. **Técnica:** Encuesta
- 1.2. **Tipo de instrumento:** Cuestionario “Happiness Management”
- 1.3. **Lugar:** Dealer Steel Comunicaciones Chimbote
- 1.4. **Forma de aplicación:** Individual
- 1.5. **Autor:** José Enrique Iturrizaga Torres
- 1.6. **Medición:** Nivel de Happiness Management
- 1.7. **Administración:** Trabajadores del dealer Steel Comunicaciones
- 1.8. **Tiempo de aplicación:** 30 minutos

### II.-OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

El objetivo del instrumento tiene como finalidad identificar el nivel del Happiness Management del dealer Steel Comunicaciones, Chimbote 2018.

### III.-INSTRUCCIONES:

1. El cuestionario sobre el nivel del Happiness Management consta de 17 ítems correspondiendo a cada una de las dimensiones de esta variable.
2. El sistema de calificación para las siete dimensiones es: Nunca (1), Casi Nunca (2), A veces (3), Casi Siempre (4), siempre (5). Sumando un puntaje máximo de 85.
3. Las dimensiones a medir en el Happiness Management son: Flexibilidad, Compromiso, Optimismo, Confianzas, Disfruta, Aprendizaje y Significancia.

**IV.-MATERIALES:** fotocopia del instrumento, lápices, lapiceros y borradores.

### V.- VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD:

El instrumento fue sometido a juicio de expertos; esto según lo indican Hernández et al. (2014), a fin de analizar las proposiciones para comprobar si los enunciados están bien definidos en relación con la temática planteada, y si las instrucciones son claras y precisas, a fin de evitar confusión al desarrollar la prueba. Para la **validación** se emplearon como

procedimientos la selección de los expertos, en investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro de operacionalización de las variables, instrumento y ficha de opinión de los expertos; mejora de los instrumentos en función a las opiniones y sugerencias de los expertos.

Para establecer la confiabilidad del instrumento, cuestionario del Happiness Management , se aplicó una prueba piloto; posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alfa de Crombach, citado por Hernández et al. (2014); el cálculo de confiabilidad que obtuvo del instrumento fue  $\alpha = 0,844$  resultado que a luz de la tabla de valoración e interpretación de los resultados de Alfa de Crombach se asume como una confiabilidad muy fuerte, que permite determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación.

#### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Crombach	N de elementos
0,844	17

## **VII. EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

### **DISTRIBUCIÓN DE ÍTEMS POR DIMENSIONES**

<b>Dimensiones</b>	<b>Ítems</b>
<b>Flexibilidad</b>	<b>1,2</b>
<b>Optimismo</b>	<b>3,4,5</b>
<b>Confianza</b>	<b>6,7</b>
<b>Compromiso</b>	<b>8,9</b>
<b>Disfruta</b>	<b>10,11</b>
<b>Aprendizaje</b>	<b>12,13,14</b>
<b>Significancia</b>	<b>15,16,17</b>

#### **CUADROS COMPARATIVOS**

<b>Niveles</b>	<b>A nivel de variable</b>	<b>A nivel de las dimensiones</b>						
		<b>D1</b>	<b>D2</b>	<b>D3</b>	<b>D4</b>	<b>D5</b>	<b>D6</b>	<b>D7</b>
Muy Desfavorable	17	2	3	2	2	2	3	3

Desfavorable	18 - 34	3 - 4	4-6	3 - 4	3 - 4	3 - 4	4-6	4-6
Regular	35 - 51	5 - 6	7-9	5 - 6	5 - 6	5 - 6	7-9	7-9
Favorable	52- 68	7 - 8	10-12	7 - 8	7 - 8	7 - 8	10-12	10-12
Muy Favorable	69 - 85	9 - 10	13-15	9 - 10	9 - 10	9 - 10	13-15	13-15

### Dimensión Eficacia

Tabla 2: Tiempo de ciclo de venta

Mes	Días Reales	Días Planificados	Desviación (días)	Desviación (%)
Enero	4	3	-1	(-) 33.3%
Febrero	2	2	0	0%
Marzo	3	2	-1	(-) 50%
Abril	3	2	-1	(-) 50%
Mayo	2	1	-1	(-) 50%
Junio	2	2	0	0%
Promedio Semestre	3	2	-1	(-) 50%

Fuente: Días que demora en cerrarse la venta para un cliente de la empresa dealer Steel Comunicaciones 2018

### Dimensión Eficiencia

Tabla 3: Ventas realizadas

Mes	Ventas Reales	Meta de Ventas	Desviación (ventas)	Desviación (%)
Enero	415	390	25	6.4%
Febrero	376	342	34	9.9%
Marzo	428	400	28	7%
Abril	358	390	-32	(-) 8.2%
Mayo	452	430	22	5.1%
Junio	409	420	-11	(-) 2.6%
Promedio Semestre	406	395	11	2.7%

Fuente: Ventas totales de líneas telefónicas de la empresa dealer Steel Comunicaciones 2018

Tabla 4: Visitas realizadas

Mes	Visitas Reales	Visitas presupuestadas	Desviación (visitas)	Desviación (%)
Enero	6400	6300	-100	(-) 1.5%
Febrero	6250	6300	50	0.7%
Marzo	6800	6700	100	1.4%
Abril	6200	6400	-200	(-) 3.1%
Mayo	7040	7000	40	0.5%

Junio	6200	6300	-100	(-) 1.5%
Promedio Semestre	6482	6500	-48	(-) 0.7%

Fuente: Visitas totales para cerrar una venta de la empresa dealer Steel Comunicaciones 2018

### Dimensión Efectividad

Tabla 5: Comisiones recibidas por los colaboradores

Mes	Ingresos x Consultor [R]	Ingresos Planificados	Desviación (ingresos)	Desviación (%)
Enero	980	900	80	8.8%
Febrero	930	900	30	3.3%
Marzo	1120	900	220	24.4%
Abril	860	900	-40	(-) 4.4%
Mayo	1050	1000	50	5%
Junio	890	900	-10	(-) 1.1%
Promedio Semestre	972	917	55	5.9%

Fuente: Promedio de comisiones recibidas por colaborador expresado en nuevos soles de la empresa dealer Steel Comunicaciones 2018

Tabla 6: Tasa de No Pago

Mes	TNP	Meta TNP	Desviación (TNP)	Desviación (%)
Enero	58	57	1	1.7%
Febrero	42	50	-8	(-) 16%
Marzo	50	50	0	0%
Abril	72	70	2	2.8%
Mayo	78	80	-2	(-) 2.5%
Junio	56	50	6	12%
Promedio Semestre	59	60	-1	1.6%

Fuente: Cantidad de unidades que no pagaron su primer ciclo de facturación de todas las ventas de la empresa dealer Steel Comunicaciones 2018

## FICHA TÉCNICA

### I.- DATOS INFORMATIVOS:

- 1.1. **Técnica:** Análisis Documentario
- 1.2. **Tipo de instrumento:** Cuadro Comparativo
- 1.3. **Lugar:** Dealer Steel Comunicaciones Chimbote
- 1.4. **Forma de aplicación:** Individual
- 1.5. **Autor:** José Enrique Iturrizaga Torres
- 1.6. **Medición:** Desviación Porcentual y Numérica por meses
- 1.7. **Administración:** Documentos numéricos de la empresa Steel Comunicaciones Eirl
- 1.8. **Tiempo de aplicación:** 1 día

### II.-OBJETIVO DEL INSTRUMENTO:

El objetivo del instrumento tiene como finalidad identificar la desviación tanto numérica como porcentual de las cifras de la productividad que posee el dealer Steel Comunicaciones, Chimbote 2018.

### III.-INSTRUCCIONES:

1. La guía de Análisis Documentario consta de 5 cuadros comparativos que corresponden a la obtención de los datos de cada una de los indicadores.
2. El sistema de medición es a través de una comparación entre las cifras reales de cada uno de los indicadores comparadas con las cifras presupuestadas y planificadas por parte del dealer Steel Comunicaciones, mostrando de esta manera la desviación de cifras numéricas como la desviación de cifras porcentuales, viendo así la productividad dentro de la empresa.
3. Las dimensiones a medir en la productividad son: eficiencia, eficacia y efectividad.

**IV.-MATERIALES:** Documentos numéricos de la productividad del dealer Steel comunicaciones del primer semestre del 2018 y Programa Excel.

**VIII. EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO:**

Dimensiones	Indicadores	Cifras Numéricas
Eficacia	Tiempo del ciclo de venta	Días de demora en cerrar una venta
Eficiencia	Ventas realizadas por mes	Número de Líneas telefónicas
	Visitas realizadas por mes	Cantidad de visitas por los consultores para cerrar un contrato
Efectividad	Ingresos totales del consultor	Comisiones recibidas por consultor
	TNP (tasa de no pago)	Mora de primer ciclo de facturación

**ANEXO 04:**  
**VALIDACIONES Y CONFIABILIDAD**

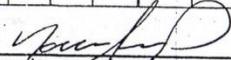
### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: " Happiness management y productividad de los colaboradores en el Dealer Steel Comunicaciones E.I.R.L. de la ciudad de Chimbote 2018"

Verificable	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Happiness Management	Flexibilidad	Estructura organizativa horizontal	1. La estructura organizacional de la empresa le permite tener la suficiente confianza para aportar algo positivo y hacerlo llegar a los supervisores						/		/		/		/		
		Empowerment	2. La empresa le hace creer que tengo el conocimiento suficiente para tomar decisiones relevantes en mi área de trabajo						/		/		/		/		
	Optimismo	Selección del personal	3. Cuando se selecciona al personal la empresa le brinda una inducción de su cultura organizacional.						/		/		/		/		
		Desarrollo personal	4. La empresa brinda planeas de desarrollo profesional y personal para poder escalar en la organización						/		/		/		/		
		Goal setting	5. Las metas trazadas por la gerencia han sido alcanzables.						/		/		/		/		

Confianza	Calidad directiva	6. La gerencia confía plenamente en las decisiones que tomo a través de reconocimientos por mis logros.						/	/	/	/		
	Gestión del error	7. Si cometes un error, la gerencia te apoya e intenta ayudarte a solucionarlo						/	/	/	/		
Compromiso	Clima laboral	8. La empresa reúne esfuerzos para que exista un clima laboral positivo dentro de los trabajadores						/	/	/	/		
	Conciliación laboral	9. Se gestiona por parte de la gerencia la búsqueda de la solución de algún conflicto entre tus compañeros						/	/	/	/		
Disfruta	Reconocimiento formal	10. Se premia por sus logros establecidos						/	/	/	/		
	Desarrollo de actividades extra laborales	11. Se realiza actividades como campeonatos deportivos, cenas de fraternidad, entre otras actividades extra laborales dentro de la empresa.						/	/	/	/		
Aprendizaje	Formación y capacitación	12. La gerencia le forma y le capacita para el cumplimiento adecuado de sus funciones						/	/	/	/		
	Coaching	13. La gestión hecha por la empresa le ayuda a aprender de sus acciones dentro de sus actividades laborales?						/	/	/	/		
	Planes de carrera	14. La empresa le apoya brindándole facilidades para que estudie carreras o diplomados						/	/	/	/		

Significancia	Planes de carrera	14. La empresa le apoya brindándote facilidades para que estudies carreras o diplomados afines al rubro del puesto de trabajo en el que te encuentras						/	/	/	/		
	Responsabilidad social y ética	14. La empresa le manifiesta de los beneficios que tienen tus actividades laborales en la responsabilidad social y ética						/	/	/	/		
	Comunicación transparente	16. Se presenta buena comunicación y confianza entre el jefe y el subordinado						/	/	/	/		
	Emociones positivas	17. La empresa estimula las emociones positivas en el día a día de tu actividad laboral						/	/	/	/		

  
 Dra. Nathali Pantigoso Leythton  
 DNI: 44512362

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Happiness Management.

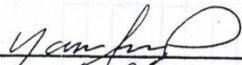
OBJETIVO: Determinar el nivel del Happiness Management del Dealer Steel Comunicaciones año 2018.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
			X	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Pantiso Seythun, Nathali

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Doctora

  
Dra. Nathali Pantiso Seythun

DNI: 44512362

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

**RESULTADO DEL ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO  
PARA MEDIR LA VARIABLE: HAPPINESS MANAGEMENT**

Alfa de Cronbach Fiabilidad	N° de elementos
,844	17

Nivel de Confiabilidad Aceptado

**Estadísticos total-elemento**

N° ITEM	Promedio	Varianza S
ITEM 1	2.30	0.90
ITEM 2	2.60	0.93
ITEM 3	2.50	1.61
ITEM 4	2.60	2.04
ITEM 5	2.60	0.93
ITEM 6	2.40	1.60
ITEM 7	2.80	0.84
ITEM 8	3.20	2.84
ITEM 9	2.50	1.38
ITEM 10	2.40	0.93
ITEM 11	3.20	2.40
ITEM 12	2.40	2.26
ITEM 13	2.10	1.65
ITEM 14	2.60	0.93
ITEM 15	2.50	1.61
ITEM 16	2.50	1.16
ITEM 17	2.60	1.60

**Análisis de la confiabilidad:**

La confiabilidad del instrumento (cuestionario) con que se medirá la gestión del Happiness Management en el dealer Steel Comunicaciones de la ciudad de Chimbote 2018, que determina la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés; es decir, detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, utilizando el método del Alfa de Cronbach y aplicado a una muestra piloto de 10 trabajadores del dealer con características similares a la muestra, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de  $\alpha_{\text{Cronbach}} = 0.844$ , lo que permite inferir que el instrumento a utilizar es SIGNIFICATIVAMENTE CONFIABLE DE Aceptable, según la Escala de ALFA DE CRONBACH.

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: " Happiness management y productividad de los colaboradores en el Dealer Steel Comunicaciones E.I.R.L. de la ciudad de Chimbote 2018"

Variable	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Happiness Management	Flexibilidad	Estructura organizativa horizontal	1. La estructura organizacional de la empresa le permite tener la suficiente confianza para aportar algo positivo y hacerlo llegar a los supervisores						/		/		/		/		
		Empowerment	2. La empresa le hace creer que tengo el conocimiento suficiente para tomar decisiones relevantes en mi área de trabajo						/		/		/		/		
	Optimismo	Selección del personal	3. Cuando se selecciona al personal la empresa le brinda una inducción de su cultura organizacional.						/		/		/		/		
		Desarrollo personal	4. La empresa brinda planes de desarrollo profesional y personal para poder escalar en la organización						/		/		/		/		
		Goal setting	5. Las metas trazadas por la gerencia han sido alcanzables.						/		/		/		/		

Confianza	Calidad directiva	6. La gerencia confía plenamente en las decisiones que tomo a través de reconocimientos por mis logros.						/	/	/	/		
	Gestión del error	7. Si cometes un error, la gerencia te apoya e intenta ayudarte a solucionarlo						/	/	/	/		
Compromiso	Clima laboral	8. La empresa reúne esfuerzos para que exista un clima laboral positivo dentro de los trabajadores						/	/	/	/		
	Conciliación laboral	9. Se gestiona por parte de la gerencia la búsqueda de la solución de algún conflicto entre tus compañeros						/	/	/	/		
Disfruta	Reconocimiento formal	10. Se premia por sus logros establecidos						/	/	/	/		
	Desarrollo de actividades extra laborales	11. Se realiza actividades como campeonatos deportivos, cenas de fraternidad, entre otras actividades extra laborales dentro de la empresa.						/	/	/	/		
Aprendizaje	Formación y capacitación	12. La gerencia le forma y le capacita para el cumplimiento adecuado de sus funciones						/	/	/	/		
	Coaching	13. La gestión hecha por la empresa le ayuda a aprender de sus acciones dentro de sus actividades laborales?						/	/	/	/		
	Planes de carrera	14. La empresa le apoya brindándole facilidades para que estudie carreras o diplomados						/	/	/	/		

		afines al rubro del puesto de trabajo en el que se encuentra.					/		/		/		/	
Significancia	Responsabilidad social y ética	14. La empresa le manifiesta de los beneficios que tienen sus actividades laborales en la responsabilidad social y ética					/		/		/		/	
	Comunicación transparente	15. Se presenta buena comunicación y confianza entre jefe y subordinado					/		/		/		/	
	Emociones positivas	17. La empresa estimula las emociones positivas en el día a día de su actividad laboral					/		/		/		/	

*[Handwritten signature]*

DNI: 32991045

### RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Happiness Management.

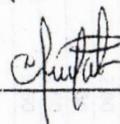
OBJETIVO: Determinar el nivel del Happiness Management del Dealer Steel Comunicaciones año 2018.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
		X		

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : GONZALEZ Rueda Nestor DANIEL

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : MAGISTER



DNI: 32991045

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

**RESULTADO DEL ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO  
PARA MEDIR LA VARIABLE: HAPPINESS MANAGEMENT**

Alfa de Cronbach Fiabilidad	N° de elementos
,844	17

Nivel de Confiabilidad Aceptado

**Estadísticos total-elemento**

N° ITEM	Promedio	Varianza S
ITEM 1	2.30	0.90
ITEM 2	2.60	0.93
ITEM 3	2.50	1.61
ITEM 4	2.60	2.04
ITEM 5	2.60	0.93
ITEM 6	2.40	1.60
ITEM 7	2.80	0.84
ITEM 8	3.20	2.84
ITEM 9	2.50	1.38
ITEM 10	2.40	0.93
ITEM 11	3.20	2.40
ITEM 12	2.40	2.26
ITEM 13	2.10	1.65
ITEM 14	2.60	0.93
ITEM 15	2.50	1.61
ITEM 16	2.50	1.16
ITEM 17	2.60	1.60

**Análisis de la confiabilidad:**

La confiabilidad del instrumento (cuestionario) con que se medirá la gestión del Happiness Management en el dealer Steel Comunicaciones de la ciudad de Chimbote 2018, que determina la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés; es decir, detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, utilizando el método del Alfa de Cronbach y aplicado a una muestra piloto de 10 trabajadores del dealer con características similares a la muestra, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de  $\alpha_{\text{Cronbach}} = 0.844$ , lo que permite inferir que el instrumento a utilizar es **SIGNIFICATIVAMENTE CONFIABLE DE Aceptable**, según la Escala de ALFA DE CRONBACH.

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

TÍTULO DE LA TESIS: " Happiness management y productividad de los colaboradores en el Dealer Steel Comunicaciones E.I.R.L. de la ciudad de Chimbote 2018"

Variable	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Happiness Management	Flexibilidad	Estructura organizativa horizontal	1. La estructura organizacional de la empresa le permite tener la suficiente confianza para aportar algo positivo y hacerlo llegar a los supervisores						/	/	/	/					
		Empowerment	2. La empresa le hace creer que tengo el conocimiento suficiente para tomar decisiones relevantes en mi área de trabajo						/	/	/	/					
	Optimismo	Selección del personal	3. Cuando se selecciona al personal la empresa le brinda una inducción de su cultura organizacional.						/	/	/	/					
		Desarrollo personal	4. La empresa brinda planes de desarrollo profesional y personal para poder escalar en la organización						/	/	/	/					
		Goal setting	5. Las metas trazadas por la gerencia han sido alcanzables.						/	/	/	/					

Confianza	Calidad directiva	6. La gerencia confía plenamente en las decisiones que tomo a través de reconocimientos por mis logros.						/	/	/	/		
	Gestión del error	7. Si cometes un error, la gerencia te apoya e intenta ayudarte a solucionarlo						/	/	/	/		
Compromiso	Clima laboral	8. La empresa reúne esfuerzos para que exista un clima laboral positivo dentro de los trabajadores						/	/	/	/		
	Conciliación laboral	9. Se gestiona por parte de la gerencia la búsqueda de la solución de algún conflicto entre tus compañeros						/	/	/	/		
Disfruta	Reconocimiento formal	10. Se premia por sus logros establecidos						/	/	/	/		
	Desarrollo de actividades extra laborales	11. Se realiza actividades como campeonatos deportivos, cenas de fraternidad, entre otras actividades extra laborales dentro de la empresa.						/	/	/	/		
Aprendizaje	Formación y capacitación	12. La gerencia le forma y le capacita para el cumplimiento adecuado de sus funciones						/	/	/	/		
	Coaching	13. La gestión hecha por la empresa le ayuda a aprender de sus acciones dentro de sus actividades laborales?						/	/	/	/		
	Planes de carrera	14. La empresa le apoya brindándole facilidades para que estudie carreras o diplomados						/	/	/	/		

		afines al rubro del puesto de trabajo en el que se encuentra.							/		/		/		/	
Significancia	Responsabilidad social y ética	14. La empresa le manifiesta de los beneficios que tienen sus actividades laborales en la responsabilidad social y ética							/		/		/		/	
	Comunicación transparente	16. Se presenta buena comunicación y confianza entre jefe y subordinado							/		/		/		/	
	Emociones positivas	17. La empresa estimula las emociones positivas en el día a día de su actividad laboral							/		/		/		/	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR

DNI: 41562877

## RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario de Happiness Management.

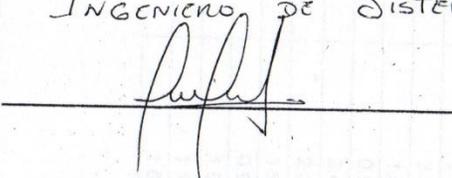
OBJETIVO: Determinar el nivel del Happiness Management del Dealer Steel Comunicaciones año 2018.

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:

Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR : Silva Acevedo Cristian Eliseo

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR : Ingeniero de SISTEMAS

  
DNI: 41562877

Fuente: Formato enviado por el Área de Investigación de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo

NOTA: Quien valide el instrumento debe asignarle una valoración marcando un aspa en el casillero que corresponda (x)

**RESULTADO DEL ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO  
PARA MEDIR LA VARIABLE: HAPPINESS MANAGEMENT**

Alfa de Cronbach Fiabilidad	N° de elementos
.844	17

Nivel de Confiabilidad Aceptado

**Estadísticos total-elemento**

N° ITEM	Promedio	Varianza S
ITEM 1	2.30	0.90
ITEM 2	2.60	0.93
ITEM 3	2.50	1.61
ITEM 4	2.60	2.04
ITEM 5	2.60	0.93
ITEM 6	2.40	1.60
ITEM 7	2.80	0.84
ITEM 8	3.20	2.84
ITEM 9	2.50	1.38
ITEM 10	2.40	0.93
ITEM 11	3.20	2.40
ITEM 12	2.40	2.26
ITEM 13	2.10	1.65
ITEM 14	2.60	0.93
ITEM 15	2.50	1.61
ITEM 16	2.50	1.16
ITEM 17	2.80	1.60

**Análisis de la confiabilidad:**

La confiabilidad del instrumento (cuestionario) con que se medirá la gestión del Happiness Management en el dealer Steel Comunicaciones de la ciudad de Chimbote 2018, que determina la consistencia interna de los ítems formulados para medir dicha variable de interés; es decir, detectar si algún ítem tiene un mayor o menor error de medida, utilizando el método del Alfa de Cronbach y aplicado a una muestra piloto de 10 trabajadores del dealer con características similares a la muestra, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de  $\alpha_{\text{Cronbach}} = 0.844$ , lo que permite inferir que el instrumento a utilizar es **SIGNIFICATIVAMENTE CONFIABLE DE Aceptable**, según la Escala de ALFA DE CRONBACH.

## ANEXO 05: ACTA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Edward Aníbal García León, Docente de la facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo-Chimbote, revisor (a) de la tesis titulada:

"Happiness management y productividad de los colaboradores en el Dealer Steel Comunicaciones E.I.R.L. de la Ciudad de Chimbote 2018" del estudiante: Iturrizaga Torres, Jose constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) 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".

Lugar y Fecha: Distrito Nuevo Chimbote 10 de Diciembre de 2018

.....  
Firma

Edward Aníbal García León

DNI: 18149845

## ANEXO 06: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV</b>	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo JOSE ENRIQUE ITURRIZAGA TORRES identificado con DNI N° 32973514

Egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado : "HAPPINESS MANAGEMENT Y PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES EN EL DEALER STEEL COMUNICACIONES EIRL DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE 2018"; 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.



.....  
José Enrique Iturrizaga Torres

DNI: 32973514

12 De Diciembre del 2018

## ANEXO 07: AUTORIZACIÓN DE VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO 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  
EP DE ADMINISTRACIÓN

---

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:  
JOSÉ ENRIQUE ITURRIZAGA TORRES

---

INFORME TÍTULADO:

“HAPPINESS MANAGEMENT Y PRODUCTIVIDAD DE LOS COLABORADORES EN EL  
DEALER STEEL COMUNICACIONES E.I.R.L. DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE 2018”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

---

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 03 /12/2018

NOTA O MENCIÓN: Dieciséis (16)



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN