



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA INFLUENCIA DEL COACHING FINANCIERO EN LA
LIBERTAD FINANCIERA DE LA RED DE MERCADEO
HERBALIFE DISTRITO DE COMAS, AÑO 2016.**

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

AUTOR:

GOMEZ RABANAL, CARLOS FERNANDO (ORCID: 0000-0002-6061-9804)

ASESOR:

Dr. DAVILA ARENAZA, VICTOR (ORCID: 0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

FINANZAS Y DERECHO CORPORATIVO

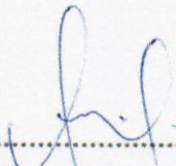
LIMA - PERÚ

2016

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña) **Gomez Rabanal, Carlos Fernando** cuyo título es: "**LA INFLUENCIA DEL COACHING FINANCIERO EN LA LIBERTAD FINANCIERA DE LA RED DE MERCADEO HERBALIFE DISTRITO DE COMAS, AÑO 2016**"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 16 (número) dieciséis (letras).

Los Olivos, 04 de Julio de 2016



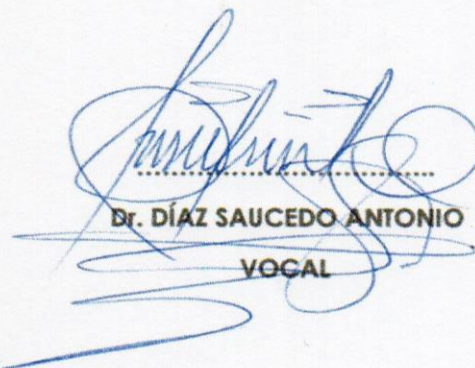
.....

Dr. DÁVILA ARENAZA VICTOR DEMETRIO
PRESIDENTE



.....

Dr. LEÓN ESPINOZA LESSNER AUGUSTO
SECRETARIO



.....

Dr. DÍAZ SAUCEDO ANTONIO
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

Esta página es dedicada antes que nada a Dios, a mi papá Fernando Rabanal Castillo, de quién siempre una parte importante de su amor y personalidad vivirá en mí, a mis hermosas mamás Adriana Rabanal Samame y Jessica Gomez Vincés, y a mis abuelas Estevina Vincés Mesones y Consuelo Samame Cubas por ser mi fuerza de motivación para convertirme en profesional, por los alientos que me dan día a día para seguir adelante y no rendirme ante los obstáculos que se han ido presentando.

AGRADECIMIENTO

Doy las gracias a Dios, por darme la salud y las fuerzas para cumplir la meta de ser profesional y realizar mis ideales. A mis mamás Adriana Rabanal Samamé y Jessica Gomez Vines por ser mi ejemplo de esfuerzo y perseverancia, y por su invaluable apoyo y presencia durante mis años de esfuerzo por realizarme como profesional. Un agradecimiento especial a Milagritos Canales Gonzales por todo el apoyo profesional y personal que me ha brindado, a mi familia y amigos por su apoyo moral.

A todos los grandes maestros y profesionales que han sido partícipes de mi aprendizaje, en especial al Dr. Víctor Dávila Arenaza, por la exigencia de cada día y su valiosa asesoría en la formulación de la presente tesis.

Declaración de autenticidad

Yo, Carlos Fernando Gomez Rabanal, con DNI N° 46883213, 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.

Lima, 04 de Julio del 2016



Gomez Rabanal, Carlos Fernando
DNI: 46883213

PRESENTACIÓN

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “La Influencia Del Coaching Financiero En La Libertad Financiera De La Red De Mercadeo Herbalife Distrito De Comas, Año 2016.”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

Gomez Rabanal, Carlos Fernando

INDICE

ACTA DE APROBACION DE LA TESIS	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO	IV
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	V
PRESENTACIÓN	VI
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT	IX
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	1
1.2. TRABAJOS PREVIOS	2
1.2.1. NACIONALES	2
1.2.2. INTERNACIONALES	3
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA	6
1.3.1. COACHING	6
1.3.2. LIBERTAD FINANCIERA.....	8
1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	9
1.4.1. PROBLEMA GENERAL	9
1.4.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	10
1.5. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	10
1.5.1. SOCIAL	10
1.5.2. ECONÓMICA	10
1.5.3. RELEVANCIA TEÓRICA.....	11
1.6. OBJETIVOS	11
1.6.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
1.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICAS.....	11
1.7. HIPÓTESIS.....	12
1.7.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	12
1.7.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	12
II. MÉTODO	13
2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:.....	13
2.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	13
2.1.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	13
2.1.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	13
2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN.....	14
2.2.1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN	18
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	19
2.3.1. POBLACIÓN	19
2.3.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN.....	19
2.4. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	19
2.4.1. VALIDEZ	19
2.4.2. CONFIABILIDAD	20
2.5. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS	21
2.6. ASPECTOS ÉTICOS:	21
III. RESULTADOS:.....	22
3.1. TABLAS DE FRECUENCIAS.....	22
3.2. PRUEBA DE NORMALIDAD DE KOLMOGOROV SMIRNOV	24
3.3. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	25
3.3.1. HIPÓTESIS GENERAL:	25
3.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:.....	26

3.4 ANÁLISIS EXPLICATIVO.....	29
IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	30
V. CONCLUSIONES.....	32
VI. RECOMENDACIONES	33
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34
ANEXOS.....	36

RESUMEN

La tesis tuvo como objetivo general determinar la influencia del Coaching financiero en la libertad financiera de la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016, se aplicó a una población de 60 distribuidores independientes y la muestra fue la misma que la población, los datos fueron recolectados con la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario de 24 preguntas, los datos obtenidos se procesaron a través del programa SPSS y se obtuvo como resultado que existe influencia significativa del Coaching financiero en la libertad financiera de la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016.

Palabras clave: Coaching – libertad financiera - mercadeo

ABSTRACT

The thesis had as general objective to determine the influence of financial Coaching Financial Freedom Network Marketing Herbalife in the District of Comas - Collique , 2016, was applied to a population of 60 independent distributors and the sample was the same as the population , data were collected with the survey technique and was used an instrument questionnaire 24 questions, the data obtained were processed through the SPSS program and obtained as a result that there is significant influence of financial Coaching in financial freedom Herbalife Marketing Network in the District of Comas - Collique , 2016.

Keywords: Coaching - financial freedom - networking.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

A nivel internacional, nuestra realidad está siendo testigo del surgimiento de una nueva forma de negocio y era de emprendimiento, donde se resalta la gran oportunidad de obtener la libertad financiera a través de los negocios de Network Marketing o Redes de Mercadeo, los expertos en Marketing afirman que generar afinidad con tus seguidores, es decir edificar lazos con tu entorno, actualmente es primordial para el éxito de cualquier emprendimiento y es en este ambiente donde se deben crear las estrategias de Marketing. Esta nueva tendencia mundial de las Redes de Mercadeo trae consigo la búsqueda de la tan ansiada libertad financiera, la cual sirve como parte esencial de su marketing y tiene efecto en sus prospectos por tener varios representantes exitosos que han logrado la libertad financiera solo a través de su arduo trabajo inicial en la formación de su equipo ganador.

A nivel nacional, en un trabajo ordinario el jornal es por 8 a más horas al día (unas 50 h/semana aprox.), por ejemplo para ganar 1,000 al mes, por unos 30 años hasta la etapa de la jubilación y se reciba un pago hasta fallecer, y si los despiden, los años de dedicación y esfuerzo terminan solo en beneficio del creador de la empresa. En el caso de las Redes de Mercadeo que están ingresando a nuestro país existe el apalancarse en los demás y obtener regalías para dividir los tiempos y potenciar las ganancias, para ello los líderes de las Redes, es decir los primeros en entrar en nuestro país y los líderes extranjeros, nos apoyan a formar nuestra red y a conocer el negocio y duplicarlo, así pasado unos años tendremos a nuestro cargo un equipo consolidado y ya empezaremos a gozar de nuestro mérito cobrando altas sumas de dinero del resultado de dicho grupo que ya capacitamos, y si aceptamos jubilarnos, nuestro trabajo realizado seguirá produciendo dinero. Y una vez más vale resaltar, se ve la importancia de trabajar arduamente tu equipo ganador.

A nivel empresarial, Herbalife es una de las Redes de Mercadeo con mayor prestigio y más reconocidas nacional e internacionalmente, y sin duda forma parte de los pioneros en esta gran nueva tendencia de trabajar por el sueño de la libertad financiera. Herbalife es una organización enfocada a la nutrición, que vende productos para el cuidado personal; motivados a promover calidad de vida y bienestar general. En el trayecto de sus más de 34 años de fundada, Herbalife se consolidó como innovadora, ofreciendo en sus productos los más elevados estándares de calidad, en más de 90 países, con su red de Asociados Independientes. En esta red de mercadeo es importante también, al igual que en las otras redes nacionales e internacionales, el trabajar arduamente en formar, capacitar, motivar y ser mentor de tu equipo, es por ello que surge la propuesta de la utilidad e importancia del Coaching para obtener el crecimiento deseado dentro de la red y así lograr la tan ansiada libertad financiera.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Nacionales

Según **Caicedo y Herrera (2013)** el coachee no absorbe conocimiento del coach, sino de sí mismo estimulado por él, quien le ayuda a cuestionarse y contestarse por sí mismo. Es decir que en muy pocas oportunidades el coach da soluciones más que crear respuestas, lo que el coach hace es incentivar a que cada uno de los involucrados se formule preguntas, por eso permanece a la sombra, dando protagonismo al coachee, en conclusión está demostrado que un gran coach propicia que el coachee se encuentre con él mismo y así ir descubriendo quién es y quién podría ser, de igual forma ubicarse en dónde está, por qué está ahí y hacia qué rumbo desea llevar su vida.

Farro y Toro (2014) nos menciona que el coaching es acompañar a alguien a ser su mejor versión, casi heroica, superando sus limitaciones, realizando acciones conscientes, cultivando hábitos, inculcando valores, rompiendo y transformando creencias, a fin de agilizar el proceso de cambio donde el cliente o coachee se sienta más completo, en conclusión el

Coaching abre horizontes a cada persona que se involucra para reconocer nuevos conceptos, nuevos sistemas íntegros, técnicas, elementos de gestión empresarial que se enfoquen en un estilo exclusivo y diferenciado de coach, lo cual es una oportunidad para contribuir al crecimiento de otro ser humano.

Cubillas (2012) cuyo objetivo es demostrar que la liberalización en el mundo financiero puede ser comprendida como un grupo de acciones estratégicas que están basadas en la eliminación del control y en disminuir los requerimientos regulatorios en un sector específico. El sector financiero ha ido estudiando los resultados de los procesos de liberalización y globalización financiera, centrándose en analizar sus efectos sobre el crecimiento económico y la estabilidad monetaria, consecuente a estos procesos ha ido surgiendo un mercado financiero global conformado por un grupo de sistemas nacionales interconectados, donde la globalización financiera está profundamente relacionada con la liberalización financiera.

Vilca (2012) afirma que la gestión financiera es relativa al tamaño y composición de los activos, a la estructura y al nivel de la financiación, y a los dividendos, resaltando dos factores base como la maximización del beneficio y el incremento de la riqueza, para lograr estos objetivos es vital el control de gestión, que garantiza en demasía la consecución de los objetivos fijados por los fundadores, encargados y ejecutores del plan financiero, concluyendo así que la gestión financiera es un procedimiento que involucra los ingresos y egresos del manejo racional del dinero, y en consecuencia la rentabilidad (financiera) producida por él mismo.

1.2.2. Internacionales

Maldonado (2012) menciona que la globalización ha causado mayor competitividad en el mercado; por ello es necesario que las empresas inviertan en el desarrollo del potencial de sus recursos humanos buscando que generen mejores resultados. Se puede observar actualmente, muchas

empresas buscando cómo aumentar su productividad y competitividad, pero como conseguir personal nuevo con talento es difícil se empiezan a enfocar en potenciar y conservar a su capital humano actual, quienes les permitirán hacer diferencia entre una empresa y otra.

Un elemento clave en las organizaciones modernas es contar con directivos que tengan conocimientos y competencias ideales para su cargo, potenciando su gestión y favoreciendo el alcance de objetivos de la empresa. Por ello, se opta por utilizar la metodología del coaching en las nuevas organizaciones.

Vidal, Córdón y Ferrón (2011) Nos dice que, en un entorno competitivo las empresas deberían ser flexibles y contar con personal suficientemente formado y capacitado, pero que para lograr esta meta es importante aplicar una mentalidad innovadora y definir nuevas técnicas de preparación que consigan transformar la manera de pensar y accionar del personal de la empresa.

El coaching, es una práctica empresarial moderna que incentiva de forma directa el desarrollo personal, consiguiendo indirectamente potenciar a las empresas que han invertido en esta técnica, siendo este un proceso interactivo, objetivo y discreto a través del cual un entrenador y una persona o grupo pequeño, buscan el mejor camino para alcanzar los objetivos esperados, trazando cambios profundos con sus propios recursos y habilidades. El coaching como práctica empresarial aún es considerado como algo nuevo, ya que deriva más de los entrenamientos deportivos, y poco a poco ha ido ingresando al mundo de los negocios a través del área de recursos humanos.

Vilca, Castillo, Linares y Domínguez (2011) comenta que el Perú ha tenido un crecimiento importante comparado con otro país de la región, con condiciones macroeconómicas favorables, pero no somos competitivos

ya que la creación de nuevas empresas es escaso y solo hemos crecido en sectores que no contratan a mucha gente y no buscamos una forma de compartir este crecimiento a través del emplear a más peruanos.

De acuerdo al estudio realizado por el Foro Económico Mundial en el año 2011, el Perú ocupa el puesto 67 en competitividad internacional de 142 países, en dicho informe se resaltan aspectos favorables para la competitividad como el control de la inflación, el menor tiempo para empezar un negocio y la reducción del déficit, la apertura a los tratados internacionales. Sin embargo, se resalta también aspectos que afectan su competitividad, tales como: una calidad baja y deficiente en educación, un entorno institucional débil, una inadecuada infraestructura y una baja tendencia de innovación. Por ello se debe incentivar una educación de calidad, el respeto a la ley y la innovación.

Escott (2013) comenta que a la educación financiera en muchos países como México se le ha entregado poca importancia. El desinterés viene desde la educación formal y la informal con excepción de situaciones particulares en las que existe una relación directa con el tema, a pesar de ello la educación financiera hoy está agarrando mayor importancia que en épocas previas observando así que los cambios en los sistemas de pensiones y la proliferación de las prácticas de créditos predatorios emitidos en la década de 1990, hacen de urgencia una mayor capacidad de análisis y preparación por parte de los usuarios de servicios financieros, donde la creciente variedad de los productos financieros son consecuentes a la innovación motivada por la competencia entre las instituciones financieras, lo que propiciado que los productos que ofertan sean cada vez más complejos, y por lo tanto, de difícil comprensión para los usuarios promedios, lo que hace que no sepan evaluarlos, utilizarlos o adquirirlos.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Coaching

Según **Marín (2012)** un coach profundiza en aspectos esenciales para dar una respuesta más elevada a tus dudas, logrando cambios duraderos que traerán beneficios en distintas áreas de tu vida, hay casos de ejecutivos que lograron un crecimiento económico entre el 20% y el 70% contratando los servicios de coach.

Romper tus creencias limitantes genera una visión más amplia y compleja de las cosas, como jamás las habías visto, por ello las preguntas que un coach te hace están formuladas para que analices desde una perspectiva diferente a lo tradicional u ordinario. Pero romper tus temores y tus límites personales es sólo el inicio, ya que hay mucho más que puedes lograr con un coach, pero para saber a ciencia cierta eso tendrías que contratar un coach, el cual te asegurará un margen de mejora, una evolución en ti que nunca podría darse si no contratas uno.

Fernández (2008) nos habla que el padre del coaching es Sócrates y que básicamente venimos realizando el coaching desde décadas atrás. Hacer coaching si bien es cierto produce resultados, hay que medirlos, porque tiene un costo y se debe controlar.

Si una persona o entidad decide invertir y aplicar el coaching, lo normal es que quiera saber cuánto le va a beneficiar y aportar esta metodología a su organización. Es decir, si queremos saber cuál es la contribución del programa coaching, probablemente tengamos que acudir a metodologías cercanas como al análisis farmacéutico. Ejemplo: buscaremos un grupo homogéneo y realizaremos coaching con la mitad del colectivo. Para esto debemos tratar de que la otra mitad del grupo de personas seleccionadas no sepa que se está haciendo coaching, ya que contar con esa información por inducción contaminaría a ese colectivo.

Carril (2008) Los orígenes del coaching son algo difusos comparando con los del zen. En estas se puede decir que hay variadas influencias y disciplinas que

han constituido al coaching como metodología y profesión. Así mismo hay algunos autores que afirman que el origen base del coaching está en la Programación neurolingüística, formada por John Grinder y Richard Bandler, pero otros mencionan a Thomas Leonard como el padre del coaching y hasta algunos otros afirman la influencia fuerte de la psicología humana.

Regresando al coaching como disciplina, este aparece en el siglo XX, personajes como John Whitmore expresan del origen deportivo del coaching a través de Timothy Gallwey, que en su libro *The Inner game of Tennis* destacaba la importancia del poder mental para ser exitoso en el deporte al mismo nivel que el físico. En cualquiera de los casos el coaching tiene variadas influencias aparte de la PNL y el deporte, por ejemplo: la psicología humanista, sustentada por Abraham Maslow y Carl Rogers, el existencialismo y sin duda alguna las tradiciones espirituales orientales.

El coaching según la ICF (International Coach Federation), ayuda a obtener logros extraordinarios a través de una relación profesional y su proceso es básicamente que el coachee profundice en su conocimiento, aumente su rendimiento y crezca en su calidad de vida.

Según **Mata (2015)** Nos dice que en un resumen ejecutivo del ICF Global Coaching Client Study es un informe que cada año es elaborado por el ICF (International Coach Federation) junto a Pricewaterhouse Coopers, este informe da a conocer los cinco primeros motivos que declaran los encuestados para realizar el coaching que son: Autoestima o Autoconfianza, conciliación laboral, oportunidades profesionales, gestión empresarial y relaciones. Por otro lado, también otro motivo que los alienta a ser coaching son los resultados profesionales ya es aquí donde desarrollan algunas personas sus habilidades interpersonales o de comunicación, también desarrollan la organización personal o la eficacia del trabajo en equipo.

Aunque no en todos los procesos de coaching tienen por objetivo un beneficio

económico para el cliente o su compañía, en la encuesta realizada por la ICF se demostró que la mayoría de las personas declararon que realizando el coaching recuperaron su inversión o haber recibido un retorno económico. Con esto se comprobó que importantes beneficios aporta el coaching, más allá de la creencia que tienen algunas personas y empresas de que abordar los asuntos delicados puede causar perjuicios.

Yarnell, y Yarnell (2005) “sobrevivir” es mantenerse vivo o en existencia, mientras otros perecen. En el network marketing se dan muchos casos que empiezan pero no permanecen existentes en la red y abandonan antes de haber concluido el ideal dentro de la red de mercadeo.

En este momento de la historia cuando los trabajos básicos ofrecen tan poca seguridad, que las redes son literalmente el último bastón. Las respuestas de los inversores a unas cuantas empresas de network marketing que han presentado ofertas, ha sido realmente sobresaliente.

1.3.2. Libertad Financiera

Montelara (2009) En su libro el autor nos habla sobre los hábitos y las actitudes a seguir en cuanto al dinero. Nos dice que el entrar en deuda es indicación de que hay un problema mayor. Las personas no derrochamos el dinero a menos que tengamos un vacío en alguna parte de nuestras vidas, el cual intentamos llenar. Si la persona no tiene alegría y compra cosas que otras personas no tienen, aunque no pueda darse el lujo de comprarlo y lo hacemos, pues estamos en problemas, ya que muchas veces nosotros intentamos resolver los síntomas que nos afligen por no saber en realidad cual es la raíz del problema que nos aqueja. Esto mismo hacemos con las finanzas personales, no sabemos por qué consumimos todo el dinero que ganamos.

Si no respetamos nuestro dinero se nos va y no sabemos en qué lo gastamos.

Los hábitos son más poderosos que las ideas. Por eso hay que desarrollar actitudes y hábitos que nos permitan progresar financieramente.

Baute, (2012) Nos habla que ser libre financieramente es tener activos que nos generen ingresos sin que tengamos que trabajarlos directamente y así mantener nuestra calidad de vida. Quizás a través de realizar una empresa o ser parte de una red de mercadeo.

Nadie ha consolidado su riqueza trabajando en soledad, siempre necesita y tendrá que contar con otros para lograr sus objetivos. En estos negocios como las redes de mercadeo las relaciones personales son muy necesarias para lograr el éxito y alcanzar así la tan afamada libertad financiera.

Deambrosio, (2009) Normalmente uno de los mayores tormentos de las personas actualmente son las deudas ya sea con entidades financieras, prestamistas, usureros, tarjetas, entre otros. Pero hay que tener en cuenta que según manejamos las deudas determina nuestro nivel de salud financiera.

El ahorro es base para una buena salud financiera, esa cantidad de dinero que separas de tu gasto diario y prevés utilizar en el futuro. Varios podemos decir que es como si se auto pagara y solemos cometer el error de pagarles a todos primero y si sobra recién nos pagamos a nosotros.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema General

¿Cómo influye el Coaching financiero en la libertad financiera de la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas- Collique, año 2016?

1.4.2. Problemas Específicos

¿Cómo influye la capacitación en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016?

¿Cómo influye la motivación en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas- Collique, año 2016?

¿Cómo influye el mentoring en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1. Social

La presente investigación permitirá conocer la importancia que tiene el Coaching para cumplir con los objetivos trazados dentro de una red de mercadeo, debido a que la mayoría de personas que ingresan a las redes buscan cambiar el estilo de vida de sus familias, obteniendo como posible resultado, a través de la libertad financiera, una sociedad con menos estrés y más saludable física como mentalmente.

1.5.2. Económica

La investigación ayuda a que la red de mercadeo de Herbalife tenga una mejor capacitación y encuentren motivación en el trabajo ya que es un factor determinante para la productividad de las personas que trabajan dentro de ella. Enfocándose en la obtención de utilidades y el aumento de la rentabilidad. Es por ello que la razón fundamental debe tener como objetivo mejorar el comportamiento de las personas que se encuentran integradas a la red de mercadeo, para lograr que el desempeño del trabajador sea más útil y productivo para el equipo de trabajo donde se desempeñe.

1.5.3. Relevancia teórica

La investigación permitirá servir de base para otras investigaciones relacionadas al tema de coaching y la libertad financiera con la finalidad de viabilizar la solución de motivar a los equipos de trabajo de la red de mercadeo de Herbalife; así mismo determinar qué importancia tiene la capacitación en el desempeño laboral y de qué manera influye el mentoring en el desempeño laboral de los equipos de trabajo permitiendo que los mismos obtén por nuevas estrategias de venta, mejorando así la satisfacción de los clientes, ya que es la verdadera razón de toda organización lo que conlleva al éxito y al logro de objetivos.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Determinar la influencia del coaching financiero en la libertad financiera de la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016.

1.6.2. Objetivos específicas

Determinar la influencia de la capacitación en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

Determinar la influencia de la motivación en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

Determinar la influencia del mentoring en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

1.7. Hipótesis

1.7.1. Hipótesis General

El Coaching financiero influye significativamente en la libertad financiera respecto a la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016.

1.7.2. Hipótesis Específicas

La capacitación influye significativamente en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

La motivación influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

El mentoring influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación:

El diseño de investigación es No experimental; debido a que no se realiza la manipulación alguna de la variable independiente, para obtener resultados en la variable dependiente, sino que se observaran los fenómenos o variables del estudio tal como se dan en su contexto natural.

2.1.1. Tipo de Investigación

La investigación realizada por su finalidad es de tipo Aplicada, porque se va a utilizar los conocimientos de autores previos sobre las variables independiente y dependiente, y los conocimientos propios obtenidos a través de la investigación aplicada a la Red de Mercadeo Herbalife.

2.1.2. Nivel de Investigación

La investigación realizada es “Correlacional Causal” se plantea de dos tipos, la primera de ellas es la investigación correlacional, que pretende encontrar las relaciones entre la variable independiente y su influencia correlacional con la variable dependiente, es decir la relación causa – efecto del problema a investigar., la segunda investigación es causal: ya que tiene como prioridad obtener evidencia de la relación causa y efecto presentes en el sistema de mercadeo, este tipo de estudio nos permitirá detallar como se aplicara el tema de que la libertad financiera motive al personal inscrito en la red de mercadeo de Herbalife.

2.1.3. Método de investigación

La investigación se desarrolló bajo el método de investigación Hipotético Deductivo.

2.2. Variables, Operacionalización

Definición Conceptual

La presente investigación cuenta con dos variables; una independiente y otra dependiente. A continuación, las definiremos conceptualmente junto con sus dimensiones:

Variable Independiente: Coaching Financiero

VIDAL S. Maria, CORDON P. Eulogio, FERRON V. Vera. (2011, Pag.8): El coaching se entiende como un proceso entre el entrenador y su coachee donde buscan ser más eficaces para alcanzar los objetivos trazados, usando sus propios recursos y potenciando sus habilidades.

Dimensión:

Capacitación, Según **Chiavenato, (2007, p. 386)** es un proceso organizado para desarrollar habilidades y obtener conocimientos para desarrollar alguna actividad específica.

Indicadores:

Talleres de capacitación, reuniones programadas para el desarrollo de las capacitaciones basándose en temas que beneficien al desarrollo del negocio.

Retro alimentación, es revisar brevemente los puntos más importantes mencionados durante las capacitaciones.

Concientizar, es generar conciencia a los asistentes de la importancia de los conocimientos adquiridos en la capacitación.

Dimensión:

Motivación, según **Espada (2006, p 25)** es un factor emocional que se mide por la forma de realizar las cosas cotidianas sin apatía.

Indicadores:

Seguridad, necesidad básica que debe ser cubierta para generar la confianza de permanecer en el negocio y motivar al distribuidor independiente a desarrollarse.

Estilo de vida, la forma en la cual la persona disfruta y lleva cada día dentro de su entorno social, familiar y del negocio.

Emociones, reacciones positivas o negativas según el tipo de motivación que se utilice.

Dimensión:

Desempeño, Chiavenato (2004, p.359), plantea: es el comportamiento estratégico durante la búsqueda del logro de objetivos.

Indicadores:

Auto evaluación, es un análisis propio irrealista que permite a cada persona identificar los puntos fuertes y débiles de sí mismo en distintas situaciones.

Conocimiento, conjunto de ideas, experiencias que serán de utilidad para el desenvolvimiento de la persona dentro de la red.

Mejora continua, es el proceso de ir afinando detalles de forma consecutiva y permanente en busca de ser y sentirse mejor cada día.

Dimensión:

Mentoring, según **Soler (2003, p. 23)** es el método por el cual un mentorizado aprende y desarrolla capacidades siguiendo los pasos de un mentor con experiencia en lo que necesita aprender.

Indicadores:

Información, todo comunicado o conjunto de conocimientos que sean transmitidos a favor del distribuidor independiente por parte de su líder de red.

Inversión, el costo tanto económico como de tiempo y esfuerzo que se dedica para poder generar algún beneficio.

Testimonio, muestra de verídica de las experiencias y progreso de los líderes de la red y de uno mismo.

Variable Dependiente: Libertad Financiera

BAUTE, Milco. (2012): ser libre financieramente es tener activos que nos generen ingresos sin que tengamos que trabajarlos directamente y así mantener nuestra calidad de vida.

Dimensión:

Ingresos Económicos, así mismo, **Hornstrom (1997, p 94)**, dice que recursos obtenidos a través de una venta o la realización de un servicio.

Indicadores:

Ingresos pasivos, son beneficio económicos generados a través de terceros como por ejemplo las comisiones por ventas de las personas inscritas bajo nuestro código.

Ingresos activos, son beneficios económicos logrados a través de nuestro propio esfuerzo como por ejemplo nuestras ventas personales.

Costo beneficio, la relación entre el esfuerzo o la inversión realizada y los ingresos generados y otros tipos de beneficios.

Dimensión:

Tiempo Libre, Según **Nuviala, Ruiz y Garcia, (2003, p. 86)**: es ese residuo del tiempo fuera de nuestras obligaciones diarias, donde normalmente nos relajamos o recreamos.

Indicadores:

Recreación, uso del tiempo para un disfrute propio en beneficio de nuestra salud y felicidad.

Inversión, el tiempo que se utiliza para dedicarse a los negocios.

Libertad, sensación de tranquilidad, comodidad e independencia.

Dimensión:

Trabajo, según la definición de **PIERO (1989, p. 104)**: acciones normalmente retribuidas, enfocadas a la producción o servicio.

Indicadores:

Independencia, nivel de libertad al decidir por uno mismo.

Esfuerzo, nivel de dedicación para concretar una meta u objetivo.

Trabajo en red, esfuerzo coordinado basado en la confianza de tu equipo de red.

Dimensión:

Satisfacción, para **Howard y Sheth (1969, p. 54)**, es la sensación de recompensa consecuente de algún esfuerzo o inversión.

Indicadores:

Desarrollo personal, progreso de uno mismo como ser humano en temas de aspectos económicos, espirituales entre otros.

Calidad de vida, nivel de satisfacción con el estilo de vida deseado.

Reconocimiento, el reconocimiento otorgado por los miembros de la red como muestra de respeto y admiración por nuestros logros alcanzados dentro del negocio.

2.2.1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA
INDEPENDIENTE	VIDAL S. María, CORDÓN P. Eulogio, FERRON V. Vera (2011): El coaching se entiende como un proceso entre el entrenador y su coache donde buscan ser más eficaces para alcanzar los objetivos trazados, usando sus propios recursos y potenciando sus habilidades.	Aplicaremos la técnica de la encuesta, cuyo instrumento será el cuestionario, con el cual recolectaremos la información haciendo uso de la escala de Linkert, encuestando así a la muestra seleccionada de la población e ingresando los datos recolectados al programa SPSS para los análisis estadísticos de la variable Coaching Financiero.	CAPACITACIÓN	Talleres de Capacitación	1	Ordinal
EL COACHING FINANCIERO				Retro alimentación	2	Ordinal
				Concientizar	3	Ordinal
			MOTIVACIÓN	Seguridad	4	Ordinal
				Estilo de vida	5	Ordinal
				Emociones	6	Ordinal
			DESEMPEÑO	Auto evaluación	7	Ordinal
				Conocimiento	8	Ordinal
				Mejora Continua	9	Ordinal
			MENTORING	Información	10	Ordinal
Inversión				11	Ordinal	
Testimonio				12	Ordinal	
DEPENDIENTE	BAUTE, Milco. (2012): ser libre financieramente es tener activos que nos generen ingresos sin que tengamos que trabajarlos directamente y así mantener nuestra calidad de vida.	Aplicaremos la técnica de la encuesta, cuyo instrumento será el cuestionario, con el cual recolectaremos la información haciendo uso de la escala de Linkert, encuestando así a la muestra seleccionada de la población e ingresando los datos recolectados al programa SPSS para los análisis estadísticos de la variable Libertad Financiera.	INGRESOS	Ingresos Pasivos	1	Ordinal
LIBERTAD FINANCIERA				Ingresos Activos	2	Ordinal
				Costo beneficio	3	Ordinal
			TIEMPO LIBRE	Recreación	4	Ordinal
				Inversión	5	Ordinal
				Libertad	6	Ordinal
			TRABAJO	Independencia	7	Ordinal
				Esfuerzo	8	Ordinal
				Trabajo en red	9	Ordinal
			SATISFACCIÓN	Desarrollo personal	10	Ordinal
Calidad de Vida				11	Ordinal	
Reconocimiento				12	Ordinal	

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La población de la Red de Mercadeo de Herbalife., está conformada 60 clientes tomados en un periodo de tres meses. (Fuente: Club de bienestar-Estrategias de negocios de redes año 2015).

2.3.2. Criterios de selección

En este caso se ha utilizado el criterio de selección del Muestreo no probabilístico, ya que en esta ocasión la muestra es igual a la población. Normalmente son seleccionados basados a su grado de acceso o a criterio personal y conveniente del investigador, el mismo que selecciona los elementos que a su juicio son significativos para la investigación.

2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos

En la investigación se empleó la técnica de la Encuesta, porque permite recoger información a través de preguntas teniendo en cuenta la escala de Likert, esta aplicación será en la red de mercadeo de la empresa Herbalife S.A.

El instrumento que se utilizó fue el Cuestionario, nos permitió medir y analizar la influencia del Coaching financiero en la Libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas, Lima.

2.4.1. Validez

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos en la presente investigación ha sido sometido a validación por juicio de expertos, para lo cual recurrimos a la opinión de docentes de reconocida trayectoria en la Escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, sede Lima Norte.

TABLA N°1. VALIDACIÓN SEGÚN JUICIO DE EXPERTOS

N°	Experto	Confiabilidad
Experto 1	Dr. Rodríguez Figueroa, Jorge	Aplicable
Experto 2	Mg. Conde Beltrán, Vanessa	Aplicable
Experto 3	Dr. Huamanchumo Venegas, Henry	Aplicable

2.4.2. Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se realizó con el método de Alfa de Cronbach, ingresando los datos recolectados al estadístico SPSS 22, mediante una prueba piloto realizado a 60 distribuidores independientes de Herbalife.

TABLA N° 02. RESUMEN DE PROCESAMIENTO DE CASOS**Resumen del procesamiento de los casos**

		N	%
Casos	Válidos	60	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	60	100,0

TABLA N° 03. ESTADÍSTICAS DE FIABILIDAD**Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,933	,960	24

Interpretación:

Según el resultado obtenido en la prueba de confiabilidad, nuestro alfa de Cronbach es superior a 0.9, y de acuerdo a lo expuesto por **George y Mallery**

(2003, p. 231): “-Coeficiente alfa $>.9$ es excelente; - Coeficiente alfa $>.8$ es bueno; -Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable; - Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable; - Coeficiente alfa $>.5$ es pobre; - Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable”, por lo tanto nuestro instrumento es excelente o altamente confiable.

2.5. Método de análisis de datos

Se ha utilizado el Método Estadístico teniendo en cuenta lo siguiente:

Lo primero que se realizó fue validar la fiabilidad de los instrumentos de investigación mediante el cálculo del Alfa de Cronbach.

a. Análisis Aplicativa, se utilizó para observar el comportamiento de ambas variables, entre los cálculos estadísticos que se realizaran tenemos los totales por Dimensiones y Categorías, Frecuencias por Dimensión, las Tendencias de las Variables, las cuales serán presentadas mediante tablas con sus respectivas figuras e interpretaciones.

b. Análisis ligado a la hipótesis, para esto se hizo uso de la estadística inferencial, por medio de esta realizaremos la prueba de hipótesis de acuerdo a los resultados obtenidos del cálculo de la Distribución de los datos y de la Homogeneidad que existe entre las variables.

2.6. Aspectos Éticos:

Los datos y resultados en el presente trabajo de investigación son veraces y son la consecuencia del análisis previamente mencionado.

III. RESULTADOS:

3.1. Tablas de Frecuencias

3.1.1 Variable Independiente: Coaching Financiero

Tabla N°1: Dimensión 1 Capacitación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<u>Buena</u>	34	56,7	56,7	56,7
<u>Regular</u>	13	21,7	21,7	78,3
<u>Mala</u>	13	21,7	21,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Interpretación:

De la encuesta aplicada a la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016 se obtuvo que el 57% mencionaron que la capacitación es buena, el 21.7% mencionaron que la capacitación que realizan es regular y el otro 21.7% de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas – Collique encuestada mencionaron que la capacitación es mala.

Tabla N°2: Dimensión 2 Motivación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<u>Buena</u>	56	93,3	93,3	93,3
<u>Mala</u>	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Interpretación:

De la encuesta aplicada a la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016 se obtuvo que el 93% mencionaron que la motivación es buena y solo el 7% mencionaron que la motivación es mala.

Tabla N°3: Dimensión 3 Desempeño

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	33	55,0	55,0	55,0
Regular	23	38,3	38,3	93,3
Malo	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Interpretación:

De la encuesta aplicada a la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016 se obtuvo que el 55% mencionaron que el desempeño es bueno, el 38% mencionaron que el desempeño es regular y solo el 7% de la red mencionaron que el desempeño es malo.

Tabla N°4: Dimensión 4 Mentoring

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bueno	52	86,7	86,7	86,7
Regular	4	6,7	6,7	93,3
Malo	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Interpretación:

De la encuesta aplicada a la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016 se obtuvo que el 87% mencionaron que el mentoring es bueno, el 7% mencionaron que es regular y el otro 7% mencionaron que el mentoring es malo.

3.1.2 Variable Dependiente: Libertad Financiera**Tabla N°5: Dimensión 1 Ingresos**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	49	81,7	81,7	81,7
Bajo	11	18,3	18,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Interpretación:

De la encuesta aplicada a la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016 se obtuvo que el 82% mencionaron que los ingresos que obtienen son de un nivel alto y solo el 18% de la mencionaron que los ingresos que obtienen son de un nivel bajo.

Tabla N°6: Dimensión 2 Tiempo Libre

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	42	70,0	70,0	70,0
Medio	10	16,7	16,7	86,7
Bajo	8	13,3	13,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Interpretación:

De la encuesta aplicada a la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016 se obtuvo que el 70% mencionaron que el tiempo libre que tienen es de un nivel alto, el 17% mencionaron que tienen un nivel medio y el 13% de la red mencionaron el tiempo libre que tienen es de un nivel bajo.

Tabla N°7: Dimensión 3 Trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	52	86,7	86,7	86,7
Medio	4	6,7	6,7	93,3
Bajo	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Interpretación:

De la encuesta aplicada a la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016 se obtuvo que el 87% mencionaron que el nivel de trabajo es alto, el 7%

mencionaron que tienen un nivel medio y el otro 7% de la red mencionaron el nivel de trabajo es bajo.

Tabla N°8: Dimensión 4 Satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alto	49	81,7	81,7	81,7
Medio	7	11,7	11,7	93,3
Bajo	4	6,7	6,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Interpretación:

De la encuesta aplicada a la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016 se obtuvo que el 82% mencionaron que la satisfacción tienen un nivel alto, el

12% mencionaron que tienen un nivel medio y el 7% de la red mencionaron que el la satisfacción tienen un nivel bajo.

3.2 Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov

TABLA N° 09 PRUEBA DE NORMALIDAD

La Tabla No 09 presenta los resultados de la prueba de Kolmogorov Smirnov, la cual se usó debido a que el grupo está compuesto por más de 50 participantes. Encontrando valores de sigma (p) menores de 0.05 para las variables y dimensiones comprobando de ésta manera que no siguen una distribución normal; debiendo utilizar estadísticas no paramétricas para la comprobación de hipótesis siendo el estadístico Chi cuadrado, según **Sampieri (2010, pág. 327)** debido que las variables en estudio son categóricas, es decir después de aplicar los baremos nominamos los rangos o escalas de evaluación.

Tabla No 09: Prueba de normalidad

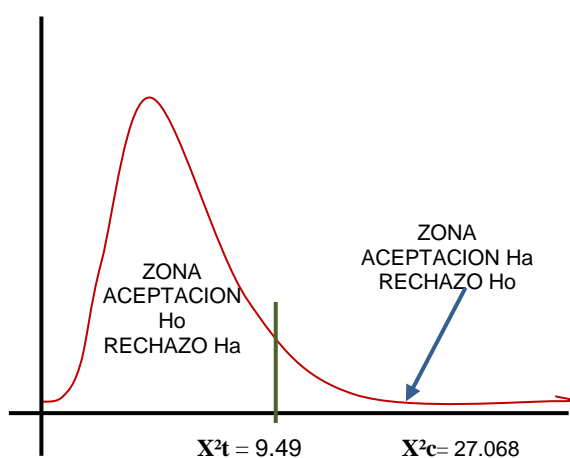
Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra							
		EL COACHING FINANCIERO	Capacitación	Motivació n	Desempeñ o	Mentorin g	LIBERTAD FINANCIERA
N		60	60	60	60	60	60
Parámetros normales ^{a,b}	Media	1,7833	1,6500	1,1333	1,5167	1,2000	1,8167
	Desviación típica	,86537	,81978	,50310	,62414	,54617	,92958
Diferencias más extremas	Absoluta	,317	,353	,538	,346	,510	,344
	Positiva	,317	,353	,538	,346	,510	,344
	Negativa	-,203	-,214	-,395	-,231	-,357	-,248
Z de Kolmogorov-Smirnov		2,458	2,732	4,166	2,681	3,947	2,661
Sigma (p)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

3.3 Contrastación de Hipótesis

3.3.1. HIPÓTESIS GENERAL:

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,068 ^a	4	0,000
Razón de verosimilitudes	28,895	4	0,000
Asociación lineal por lineal	21,449	1	0,000
N de casos válidos	60		

a. 4 casillas (44,4%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,52.



Ho: El coaching financiero no influye significativamente en la libertad financiera respecto a la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016.

Ha: El coaching financiero influye significativamente en la libertad financiera respecto a la Red de

Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016.

Discusión: en el grafico del chi-cuadrado podemos observar que como el valor del X^2c es mayor al X^2t ($27.068 > 9.49$), entonces rechazamos la nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo: que efectivamente el Coaching financiero si influye significativamente en la libertad financiera respecto a la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016.

3.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS:

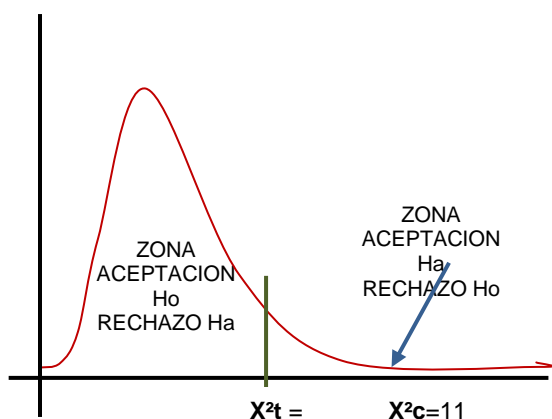
HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 1:

Ho: La capacitación no influye significativamente en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

Ha: La capacitación influye significativamente en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,287 ^a	4	0,024
Razón de verosimilitudes	12,967	4	0,011
Asociación lineal por lineal	5,047	1	0,025
N de casos válidos	60		

a. 5 casillas (55,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,52.



Discusión: en el grafico del chi-cuadrado podemos observar que como el valor del X^2c es mayor al X^2t ($11.287 > 9.49$), entonces rechazamos la nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo: que efectivamente la capacitación si influye significativamente en la libertad financiera

de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

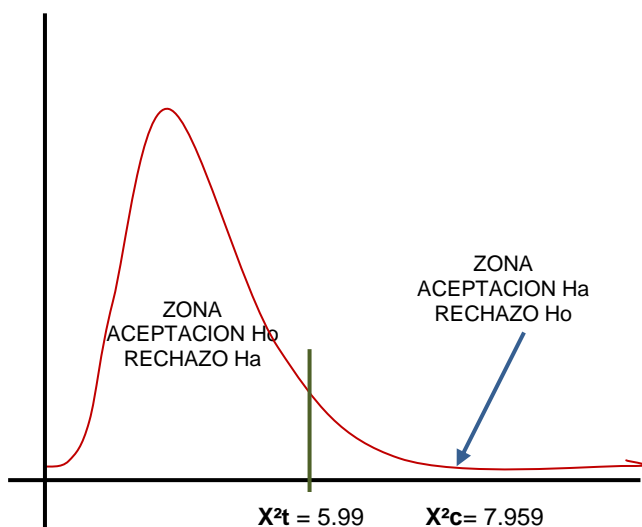
HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 2:

Ho: La motivación no influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

Ha: La motivación influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,959 ^a	2	0,019
Razón de verosimilitudes	8,941	2	0,011
Asociación lineal por lineal	6,945	1	0,008
N de casos válidos	60		

a. 3 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,47.



Discusión: en el grafico del chi-cuadrado podemos observar que como el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($7.959 > 5.99$), entonces rechazamos la nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo: que efectivamente la motivación sí influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

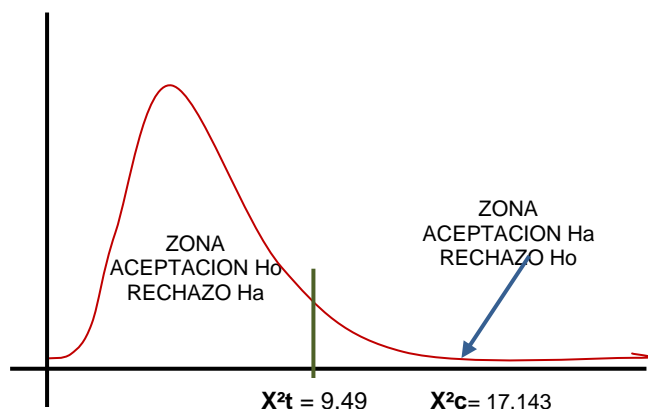
HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 3:

Ho: El mentoring no influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

Ha: El mentoring influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,143 ^a	4	,002
Razón de verosimilitudes	19,211	4	,001
Asociación lineal por lineal	13,258	1	,000
N de casos válidos	60		

a. 6 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,47.



Discusión: como el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($17.143 > 9.49$), entonces rechazamos la nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo: que efectivamente el mentoring sí influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

3.4 ANÁLISIS EXPLICATIVO

Para realizar el análisis explicativo del Coaching Financiero que influye en la Libertad Financiera, es necesario realizar la correlación de Pearson.

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	,597 ^a	,357	,345	,304

El R cuadrado es el resultado de la correlación múltiple siendo su valor 0.304 lo cual comprueba que la correlación moderada entre las dimensiones independientes y la variable dependiente son

aceptables. Por lo que se prueba la Hipótesis alternativa (Ha) y rechaza la hipótesis nula (Ho).

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2,972	1	2,972	32,144	,000 ^a
	Residual	5,362	58	,092		
	Total	8,333	59			

a. Variables predictoras: (Constante), ¿Considera usted que tener tiempo adicional en comparación a sus actividades anteriores a su ingreso a la red de Herbalife, le permite sentirse con mayor libertad?

b. Variable dependiente: ¿Considera usted como parte importante de su formación en el negocio, los talleres de capacitación que ofrece la Red de Mercadeo de Herbalife?

IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 La tesis tuvo como objetivo general determinar la influencia del Coaching financiero en la Libertad financiera de los distribuidores independientes de la red de mercadeo Herbalife de Collique, Distrito de Comas, Lima, 2016. De acuerdo a las pruebas de hipótesis la variable independiente Coaching financiero respecto a la variable dependiente Libertad Financiera tiene una influencia significativa.

Los resultados son coherentes con lo que expresan los autores Vidal, Cordón y Ferrón (2011), respecto a la variable independiente: “El coaching es entendido en el contexto empresarial como el proceso interactivo, directo y confidencial mediante el cual un agente, que actúa como entrenador, y una persona (o grupo reducido de personas) busca el camino más eficaz para alcanzar los objetivos fijados, realizando para ello cambios profundos y utilizando sus propios recursos y habilidades”. Y también coherentes con lo mencionado por Baute, (2012), respecto a la variable dependiente: “...La libertad financiera es poseer activos que generen ganancias, sin necesidad de depender de un salario ni de un horario de trabajo, es decir ganar dinero sin esfuerzo es que la persona es libre financieramente y no trabaja para enriquecer a otro, es libre de su tiempo y de su vida. Para este tipo de trabajo no es necesario tener mucho dinero ni ser rico para ser libre financieramente, solo es necesario poseer activos que le generen dinero o construir redes de mercadeo para ganar ingresos residuales”.

4.2 El primer objetivo específico ha sido determinar la influencia de la capacitación en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016. De acuerdo a las pruebas de hipótesis la capacitación respecto a la variable dependiente Libertad Financiera tiene una influencia significativa.

4.3 El segundo objetivo específico ha sido determinar la influencia de la motivación en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016. De acuerdo a las pruebas de hipótesis la

influencia respecto a la variable dependiente Libertad Financiera tiene una influencia significativa.

4.4 El tercer objetivo específico ha sido determinar la influencia del mentoring en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016. De acuerdo a las pruebas de hipótesis el mentoring respecto a la variable dependiente Libertad Financiera tiene una influencia significativa.

V. CONCLUSIONES

5.1 Existe influencia significativa del coaching financiero en la libertad financiera de la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016.

5.2 Existe influencia significativa de la capacitación en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

5.3 Existe influencia significativa de la motivación en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

5.4 Existe influencia significativa del mentoring en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.

VI. RECOMENDACIONES

6.1 Habiendo confirmado que la influencia es significativa entre el Coaching financiero y la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife, se le recomienda aplicar la técnica administrativa del Coaching financiero que implica desarrollar talleres de capacitación, motivación y mentoring basándose en el conocimiento y la preparación sobre el manejo de las finanzas, para potenciar las posibilidades de obtener la libertad financiera en menor tiempo, la cual conlleva tener tiempo libre y los ingresos necesarios para cubrir nuestros costos sin tener que dedicarnos continuamente a conseguir estos ingresos.

6.2 Basándonos en los resultados que demuestran que la influencia que existe entre la capacitación y la libertad financiera es significativa, podemos recomendar a invertir en la capacitación, que debe ser aplicada a través de talleres de capacitación donde se aplique la retro alimentación y la motivación a seguir invirtiendo en obtener conocimientos sobre educación financiera para lograr maximizar las posibilidades en obtener la libertad financiera.

6.3 Después de confirmar la influencia significativa que existe entre la motivación y la libertad financiera, se recomienda aplicar las diversas técnicas de motivación, que incluye tanto la motivación extrínseca e intrínseca, generada principalmente por los líderes de cada equipo de trabajo, para mantenerse firmes en la meta de obtener la libertad financiera.

6.4 Es recomendable aplicar el mentoring para poder encaminar a sus coachees y lograr obtener como equipo las bases de conocimiento necesarios para conseguir y disfrutar la libertad financiera.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Baute, M. (2013).El camino hacia la Libertad Financiera. España: Editorial Baute Production.
- Caicedo A. L., Herrera H. J., Quenguan S. N. (2013). El coaching como herramienta para el desarrollo de los recursos humanos en la empresa. (Tesis para el grado de Licenciada en Administración). Universidad del Rosario - España.
- Carril O, J. Coaching Zen. (2008).Madrid:Editorial Diaz Santos.
- Cubillas M, E. (2012). Liberalización Financiera y Disciplina de mercadeo en diferentes entornos legales e institucionales. Implicaciones sobre el riesgo Bancario (Tesis para el grado de Doctorado en Administración). Universidad de Oviedo – España.
- Deambrosio, V. (2009).Guía Básica hacia la Libertad Financiera. Primera edición, España.
- Escott Mota, María del Pilar. (2013).Estudio de la Educación Financiera del Personal Administrativo de la UAQ. (Tesis para el grado de Maestría Contaduría y Administración). Universidad Autónoma de Querétaro – Santiago de Querétaro.
- Farro T., C. Toro N., I. (2014). Impacto de la Aplicación de Coaching para mejorar el clima laboral de la empresa “Taiwan Motos” en la ciudad de Chiclayo en el año 2013. (Tesis para el grado de Licenciada en Administración). Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo - Chiclayo.

- Maldonado V., G. (2012). Influencia del coaching con programación neurolingüística en el desarrollo de competencias en los directivos. (Tesis para el grado de Licenciada en Administración). Universidad de San Martín de Porres - Perú.
- Marín T., R. (2012). Coaching Empresarial.
- Manuel F., R. (2008). Coaching y Liderazgo Primera. Edición en Español. Editorial Libros en Red.
- Montelara, F. (2009). Potencial Millonario: Plan para Lograr Libertad Financiera. Ed. Teresita Guzmán, The United States: Editorial. Xlibris Corporation.
- Mata, M. (2015). Saca el Coach que llevas dentro. Manual para aprender Coaching y sacar tu talento. Ed. 1 era.
- Vilca N., L. (2012). El Control interno y su impacto en la Gestión Financiera de las MYPES de servicios turísticos en Lima metropolitana. (Tesis para el Título de Contador Público). Pontificia Universidad Católica del Perú - Trujillo.
- Vilca C., J., Castillo L., F., Linares C., E., Domínguez R., J. Planeamiento Estratégico para el Sector Construcción del Departamento de La Libertad. (Tesis para el grado de Magister en Administración Estratégica de Empresas). Universidad de San Martín de Porres – Perú.
- Vidal S. M., Cordon P. E., Ferrón V., V. (2011). Efectividad del coaching en los procesos de mejora de gestión de empresas. (Tesis para el grado de Licenciada en Administración). Universidad Business Review - España.

ANEXOS

ANEXO 1:

CUESTIONARIO PARA OBTENER INFORMACIÓN DE LOS CLIENTES INTERNOS DE LA RED DE MERCADEO HERBALIFE

Instrumento de Medición

Mis saludos cordiales estimado Distribuidor Independiente, el presente cuestionario servirá para elaborar una tesis acerca de "LA INFLUENCIA DEL COACHING FINANCIERO EN LA LIBERTAD FINANCIERA DE LA RED DE MERCADEO HERBALIFE DISTRITO DE COMAS, AÑO 2016".

Quiero pedirle en forma muy especial su colaboración para contestar las preguntas, que no le llevarán mucho tiempo; cabe precisar que sus respuestas serán confidenciales. Su opinión será el sustento de la tesis para optar el Título de Licenciado en Administración, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Le pido que conteste con la mayor claridad posible respecto al tema, cabe precisar que no hay respuesta correcta ni incorrecta.

Muchas gracias por su colaboración.

N°	DIMENSIONES E ITEMS	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Variable Independiente: El coaching financiero						
Dimensión 1: Capacitación						
01	¿Considera usted como parte importante de su formación en el negocio, los talleres de capacitación que ofrece la Red de Mercadeo de Herbalife?					
02	¿Considera usted que es adecuado un repaso resumido de la información brindada después de cada capacitación en la Red de Mercadeo de Herbalife?					
03	¿Considera usted que crear conciencia a los asistentes después de la capacitación, es de importancia para lograr que la misma sea efectiva?					
Dimensión 2: Motivación						
04	¿Considera usted que los productos que ofrece Herbalife son de calidad y lo motiva a seguir en el negocio?					
05	¿Considera usted que la búsqueda de mejorar cada día su estilo de vida lo motiva a seguir consumiendo, ofreciendo y recomendando los productos y el sistema de negocio de Herbalife?					
06	¿Considera usted que es importante la motivación basada en actitudes positivas por parte de su líder de la red de Herbalife para su éxito en la misma?					
Dimensión 3: Desempeño						
07	¿Considera usted que es necesaria la autoevaluación para medir su desempeño como distribuidor independiente de Herbalife?					

		Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
08	¿Considera usted que el conocimiento sobre los productos de Herbalife y la competencia, influye en su desempeño dentro de la red al momento de las ventas e inscripciones a sus futuros colaboradores?					
09	¿Considera usted necesario que su líder de red le enseñe a buscar la mejora continua para así lograr maximizar su desempeño en la formación de su red de Herbalife?					
Dimensión 4: Mentoring						
10	¿Considera usted que la información que le brinda su mentor o guía en el negocio de Herbalife es conveniente para el desarrollo y crecimiento de su Red de Mercadeo?					
11	¿Considera usted que un líder de Herbalife que invierte tiempo en capacitar a su red refleja el interés por brindar mejores servicios y expandir su negocio?					
12	¿Considera usted necesario que su mentor pueda testificar con documentos, actitudes e imagen personal de su crecimiento dentro de la red, para motivarle a seguir en el negocio y generar un lazo de admiración y respeto?					
Variable Dependiente: Libertad Financiera Dimensión 1: Ingresos						
13	¿Considera usted que ha logrado obtener ingresos residuales como comisiones por ventas y consumo de terceros, regalías, y bonos a través de su red?					
14	¿Considera usted que mientras más se ha desarrollado en la red de Herbalife y ha hecho crecer su red de contactos, empezó a percibir más ingresos por terceros que ingresos propios?					
15	¿Considera usted que el costo de la inversión respecto al beneficio dentro de Herbalife para obtener ingresos económicos es mejor del que una persona tiene en un trabajo tradicional?					

		Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Dimensión 2: Tiempo Libre						
16	¿Considera usted que el tiempo libre que tiene a través de la red de Herbalife es mayor a sus anteriores trabajos, y gracias a ello le permite disfrutar de algunos tiempos de recreación propia o familiar?					
17	¿Considera usted que invertir su tiempo libre en ir expandiendo su red de contactos le permitirá en un futuro contar con más tiempo para usted y los suyos?					
18	¿Considera usted que tener tiempo adicional en comparación a sus actividades anteriores a su ingreso a la red de Herbalife, le permite sentirse con mayor libertad?					
Dimensión 3: Trabajo						
19	¿Considera usted que en Herbalife se siente con mayor independencia y libertad al realizar su trabajo de red, al no tener que depender sólo de sus ventas para poder cubrir sus necesidades y generar ingresos?					
20	¿Considera usted que en comparación con sus anteriores trabajos el esfuerzo propio es menor para poder generar los beneficios económicos que desea?					
21	¿Considera usted que es necesario el trabajo en equipo dentro de la red de mercadeo Herbalife?					
Dimensión 4: Satisfacción						
22	¿Considera usted que está satisfecho con su desarrollo personal obtenido a través de su experiencia en Herbalife y la proyección que tiene dentro de la misma?					
23	¿Considera usted que los productos y el negocio de Herbalife le ha permitido obtener mejor calidad de vida?					
24	¿Considera usted que se siente satisfecho con el reconocimiento dado por Herbalife según el crecimiento de su red y de su negocio como distribuidor independiente?					

ANEXO 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“La Influencia Del Coaching Financiero En La Libertad Financiera De La Red De Mercadeo Herbalife Distrito De Comas, Año 2016”

	Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables
General	<p>✓ ¿Cómo influye el coaching financiero en la libertad financiera de la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas- Collique, año 2016?.</p>	<p>✓ Determinar la influencia del coaching financiero en la libertad financiera de la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016.</p>	<p>✓ El coaching financiero influye significativamente en la libertad financiera respecto a la Red de Mercadeo Herbalife en el Distrito de Comas-Collique, año 2016.</p>	Independiente : Coaching Financiero
Específicos	<p>✓ ¿Cómo influye la capacitación en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016?</p>	<p>✓ Determinar la influencia de la capacitación en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.</p>	<p>✓ La capacitación influye significativamente en la libertad financiera de la red de mercadeo Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.</p>	
	<p>✓ ¿Cómo influye la motivación en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas- Collique, año 2016?</p>	<p>✓ Determinar la influencia de la motivación en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.</p>	<p>✓ La motivación influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.</p>	
	<p>✓ ¿Cómo influye el mentoring en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016?</p>	<p>✓ Determinar la influencia del mentoring en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.</p>	<p>✓ El mentoring influye en la libertad financiera de la red de mercadeo de mercado Herbalife en el distrito de Comas-Collique, año 2016.</p>	

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**LA INFLUENCIA DEL COACHING FINANCIERO EN LA
LIBERTAD FINANCIERA DE LA RED DE MERCADEO
HERBALIFE DISTRITO DE COMAS, AÑO 2016**

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

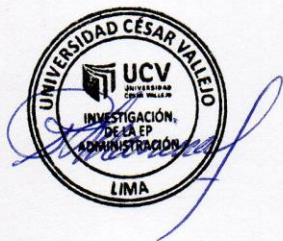
AUTOR:

GOMEZ RABANAL, CARLOS FERNANDO (ORCID: 0000-0002-6061-9804)

ASESOR:

Dr. DAVILA ARENAZA, VICTOR (ORCID: 0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
FINANZAS Y DERECHO CORPORATIVO



LIMA - PERÚ

2016

Yo, **MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX**, docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo **Filial - Lima Los Olivos**, revisora de la tesis titulada:

“LA INFLUENCIA DEL COACHING FINANCIERO EN LA LIBERTAD FINANCIERA DE LA RED DE MERCADEO HERBALIFE DISTRITO DE COMAS, AÑO 2016”, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **22%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **EL INFORME DE INVESTIGACIÓN** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 13 de noviembre de 2019



MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX

DNI: 16631152

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Feedback Studio - Popularitef

173 de 173

GOMEZ, RABANA, CARLOS, FERNANDO, Turnitin.pdf

Resumen de coincidencias

22 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universida...	12 %
2	repositorio.ucv.edu.pe	6 %
3	www.javiercarfil.com	2 %
4	www.repositorioacade...	1 %
5	Entregado a Pontificia ...	<1 %
6	www.courserahero.com	<1 %
7	www.gruporial.com	<1 %
8	Entregado a Universida...	<1 %

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

LA INFLUENCIA DEL COACHING FINANCIERO EN LA LIBERTAD FINANCIERA DE LA RED DE MERCADERO HERBALIFE DISTRITO DE COMAS, AÑO 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:
GOMEZ RABANA, CARLOS FERNANDO (ORCID: 0000-0002-5061-2804)

ASESOR:
Dr. DAVID ARENAZA VICTOR (ORCID: 0000-0002-8917-1919)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
FINANZAS Y DERECHO CORPORATIVO

LIMA - PERÚ
2016

Feedback Studio

High Resolution

Text-only Report

Página: 1 de 32

Número de palabras: 7378



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 2

Yo CARLOS FERNANDO GOMEZ RABANAL, identificado con DNI N° 46883213, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "LA INFLUENCIA DEL COACHING FINANCIERO EN LA LIBERTAD FINANCIERA DE LA RED DE MERCADEO HERBALIFE DISTRITO DE COMAS, AÑO 2016"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:



[Handwritten Signature]
16/10/19

FIRMA

DNI: 46883813

FECHA: 16 de Octubre del 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Conste por el presente documento el visto bueno que otorga la encargada del Área De Investigación De La Escuela Profesional De Administración-Sede Lima Norte, a la versión final de trabajo de investigación que presenta el estudiante:

Sr GOMEZ RABANAL CARLOS FERNANDO

Trabajo de Investigación titulado:

LA INFLUENCIA DEL COACHING FINANCIERO EN LA LIBERTAD FINANCIERA DE LA RED DE MERCADEO HERBALIFE DISTRITO DE COMAS, AÑO 2016.

Para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA : 04 DE Julio DEL 2016.

NOTA O MENCIÓN : 16 (Dieciséis)

Lima, 31 de Octubre de 2019



P. Mairéna Fox
MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX

ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN