

Universidad de Huánuco
Facultad de Ciencias de Empresariales
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD
Y FINANZAS



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

TESIS

LA SATISFACCION LABORAL EN LA PRODUCTIVIDAD EN LA
EMPRESA ADARGA E.I.R.L DEL DEPARTAMENTO DE LIMA 2016.

Para Optar el Título Profesional de :
CONTADOR PÚBLICO

TESISTA

Bach. PANDURO ALVARADO, Luz Estela

ASESOR

C.P.C. JARA CLAUDIO, Nilton

Huánuco - Perú
2019

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 10:00 a.m. del día Miércoles 06 del mes de diciembre del año 2017, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales, "San Juan Pablo II" (Aula 202-P5), y en cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes: C.P.C Juan Daniel Toledo Martínez (Presidente); Lic. William Giovanni Lineras Beraun (Secretario); y el C.P.C Tonio Lucho Repetto García (Miembro); nombrados mediante la Resolución N° 1475-2017-D-FCOMP-EAPAE-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "LA SATISFACCION LABORAL EN LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA ADARGA E.I.R.L DEL DEPARTAMENTO DE LIMA 2016", presentado por la Bachiller en Contabilidad y Finanzas; **PANDURO ALVARADO, Luz Estela** para optar el título Profesional de **CONTADOR PUBLICO**.

Teniendo en consideración el contenido del informe final de la tesis y los conocimientos demostrados por la sustentante, se considera... APROBADA... Con la nota de:... Quince... (...15...), correspondiente al calificativo... BUENO...

En consecuencia queda en condición de ser considerado: ... APTA... para recibir el Título Profesional de **CONTADOR PUBLICO**.



PRESIDENTE
C.P.C Juan Daniel Toledo Martínez



SECRETARIO

Lic. William Giovanni Lineras Beraun



MIEMBRO

C.P.C Tonio Lucho Repetto García

DEDICATORIA

“A mis padres por haberme dado fortaleza y confianza para concluir la carrera profesional”.

AGRADECIMIENTO

- ✚ A los trabajadores de la empresa, por haberme permitido aplicar los instrumentos de investigación, así mismo, por haber aportado con sus respuestas a los argumentos que esta investigación esboza.
- ✚ A los directivos de la compañía por haberme autorizado ante todo hacer una investigación, por facilitar información secundaria interna que es importante para el estudio como los estados financieros e ingresos disponibles en sus diferentes formas.
- ✚ A mi asesor, por haberme dado la orientación necesaria para poder concluir con la investigación, permitiendo el progreso de técnicas metodológicas para poder llegar a los resultados esperados, en el tiempo pronosticado.
- ✚ A los jurados quienes nos han permitido orientar y encaminar en cuanto a a comprensión y presentaciones los resultados obtenidos en el proceso de aplicación de los instrumentos durante toda la investigación.
- ✚ A los docentes del Programa Académico Profesional de Contabilidad y Finanzas, a todos ellos mi agradecimiento por haber compartido con mi persona conocimiento obtenidos en su experiencia y que hoy me sirven para desempeñarme como profesional en la carrera.
- ✚ A la Universidad de Huánuco, por haberme permitido concluir la carrera con el conocimiento, experiencia y logística necesaria para poder terminar la carrera.
- ✚ A mis compañeros, familiares, y a todas aquellas personas que han sido motivación constante para concluir con este anhelado sueño personal de ser Contadora.

Índice

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
ÍNDICE.....	IV
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
INTRODUCCIÓN.....	VIII

CAPITULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema.....	9
1.2. Formulación del Problema.....	11
1.3. Objetivo General.....	11
1.4. Objetivo Especifico.....	11
1.5. Justificación de la Investigación.....	12
1.6. Limitaciones de la Investigación.....	13
1.7. Viabilidad de la Investigación.....	13

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la Investigación.....	14
2.2. Bases Teóricas.....	17
2.3. Definiciones Conceptuales.....	46
2.4. Sistema de Hipótesis.....	49
2.5. Sistema de Variables.....	49
2.5.1. Variable Independiente.....	49
2.5.2. Variable Dependiente.....	49
2.6. Operacionalización de Variables.....	50

CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación.....	51
3.1.1. Enfoque.....	51
3.1.2. Alcance o Nivel.....	52
3.1.3. Diseño.....	52
3.2. Población y Muestra.....	53

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	54
3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información	54

CAPITULO IV
RESULTADOS

4.1. Procesamiento de Datos.....	56
4.2. Contratación de Hipótesis.....	76

CAPITULO V
DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. CONTRASACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	79
CONCLUSIONES.....	82
RECOMENDACIONES	83
Referencias Bibliográficas.....	84
ANEXOS.....	86

RESUMEN

La Empresa ADARGA E.I.R.L. es una empresa limeña que cuenta con más de diez años en el mercado produciendo agua de mesa llamada INMACULADA sobre todo en el cono norte de Lima. En ese contexto, la investigación ha demostrado que el último año las ventas de la empresa han mejorado significativamente debido a que el 100% de trabajadores se encuentra satisfecho con el trabajo que desarrolla, y con a relación que tiene la empresa.

En ese sentido, es importante recalcar que la investigación fue desarrollada aplicando la metodología aplicada para poder describir cada una de estas variables, satisfacción labora, y productividad. Por ende, lo que se ha hechos es en un primer momento analizar la satisfacción laboral desde el punto de vista de las remuneraciones, promoción laboral, motivación, así como, también la descripción de los resultados comerciales que tiene la empresa en los últimos dos años.

Todos los resultados obtenidos en el proceso de aplicación de los instrumentos de investigación han determinado importantes resultados que muestran a los trabajadores comprometidos con los objetivos comerciales de la empresa en el corto plazo, permitiendo un aumento en las ventas de más de cincuenta mil soles entre los años evaluados. Si la empresa quiere sostener este rendimiento tiene que garantizar en los trabajadores esta satisfacción laboral, para ello deberá hacer una declaración formal de las bonificaciones incentivos que puedan otorgar por el incremento en las ventas.

ABSTRACT

The Company ADARGA E.I.R.L. is a Lima company that has more than ten years in the market producing table water called IMMACULATE especially in the northern cone of Lima. In this context, research has shown that the last year the company's sales have improved significantly because 100% of workers are satisfied with the work they do, and with the relationship that the company has. In this sense, it is important to emphasize that the research was developed applying the applied methodology to describe each of these variables, job satisfaction, and productivity. Therefore, what has been done is at first analyze the job satisfaction from the point of view of remuneration, job promotion, motivation, as well as the description of business results that the company has in the last two years .

All the results obtained in the process of applying the research instruments have determined important results that show workers committed to the company's business objectives in the short term, allowing an increase in sales of more than fifty thousand soles between years evaluated.

If the company wants to sustain this performance, it has to guarantee this satisfaction to the workers, for this they must make a formal declaration of the incentive bonuses that they can grant for the increase in sales.

INTRODUCCION

La tesis elaborada en la Empresa ADARGA E.I.R.L fue elaborada en torno a dos variables que interviene en su desempeño diario (satisfacción labora, y productividad), en ese contexto la investigación ha diseñado los instrumentos para poder explicar la relación que existe entre ambas variables, permitiéndonos observar el nivel de influencia que existe frente a los objetivos de rentabilidad de la empresa.

Para el fin descrito líneas arriba hemos podido destacar aspectos específicos en base a la estructura formal que propone la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco, quienes a través de su reglamento de grados ha propuesto las siguientes partes fundamentales para su concepción:

Primero, la fundamentación del problema, justificación y planteamiento de objetivos que deben enmarcar el diseño metodológico. Segundo, se ha establecido un marco teórico en base a antecedentes de tesis que han trabajado el tema en el mundo, en el país y en la región, así como también, se ha extraído bibliografía reconocida de investigadores que han sustentado el conocimiento de esta variable. Tercero, la metodología descrita es aplicada el mismo que permite someter los conocimientos en un contexto específico, y cuarto la presentación de resultados que nos permiten contrastar la hipótesis de cada una de las dimensiones planteadas.

En ese marco se presenta una exploración con los elementos necesarios para poder ser tomada en cuenta en futuras investigaciones en el campo que se plantea, la satisfacción laboral, productividad. Siendo la estructura acorde a lo que se ha buscado.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema

(GEUS, 1997) En su libro las Empresas Vivientes sostiene que como unidades productivas se encargan de la elaboración de bienes y servicios con las finalidades de generar lucro o no, bajo este indicio se infiere que el uso de recursos económico es indispensable para lograr tal fin. A partir de ello, en el mundo se han desarrollado sistemas integrados que contabilizan el uso efectivo de los insumos en todo proceso productivo, siendo el recurso humano, el de vital importancia para el desarrollo de la actividad económica.

(VEGA, 2010) sostiene que las variables como la productividad, la satisfacción laboral, son estudiadas por las empresas en el mundo, puesto que teóricamente se explica la relación que existen entre ambos, y su nivel de influencia. Estos conceptos son fundamentales dado que interactúan de manera directa en el proceso productivo de la empresa.

ADARGA E.I.R.L. es una compañía constituida hace más de diez años. Su constitución obedece a satisfacer la demanda de Agua de Mesa del Cono Norte de Lima con el producto denominado “Agua de Mesa Inmaculada”. Su planta de producción se encuentra en el distrito de Puente Piedra. A la fecha cuenta con cinco trabajadores debidamente formalizados, dos supervisores y el propietario, en total son 7 los que laboran. Administrativamente las funciones que cumplen estos trabajadores son las de producción, distribución y comercialización.

(VEGA, 2010) En su Obra Relación entre el Clima Organizacional y la satisfacción Laboral sostiene que Conceptualmente la satisfacción laboral se establece como la interacción de una serie de componente que permite a los colaboradores un desempeño adecuado. De tal manera ADARGA E.I.R.L. ha desarrollado una política que incluye estos aspectos para fomentar la producción óptima de sus trabajadores. **La retribución de los colaboradores está de acuerdo al mercado contando cada uno de ellos con beneficios que le otorga la ley 728 de “Productividad y Competitividad Laboral”**, así mismo, la empresa plantea un adecuado **sistema de Motivación** proveyendo un adecuado ambiente de trabajo interrelacionándolos a través de jornadas deportivas, reuniones sociales y otros afines que les admite estar integrados. Todos estos aspectos son parte de la convivencia en la compañía ADARGA cuyo gerente el Ing. Jorge Jump busca garantizar que cada aspecto de la dirección administrativa se de en función a las insuficiencias que cada uno de los colaboradores tiene. Con relación a la **promoción laboral**, estos están definidos por las capacidades óptimas que permiten los equipos y la ciencia con la que cuenta. Los trabajadores tienen la opción de escalar, o ser promovidos a obligaciones donde se les remunera mejor o se sientan plenamente satisfecho, pero ello está en mérito a la labor que realizan.

Según los registros estadísticos de la compañía, a la fecha la tecnología trabaja al 70% de su capacidad, teniendo lotes disponibles para atender solo el 45% del mercado. A pesar de que estos resultados pueden ser positivos, la empresa busca que la productividad de los colaboradores sea

superior al promedio descrito, para poder mejorar ese porcentaje de atención al mercado.

En la actualidad se atiende lotes de 420 al mes, cerca de 1000 botellas de agua al mes, ello significo un incremento superior de 35% respecto al año anterior.

La empresa sostiene que este aumento se debe a la buena situación de trabajo, o a que la compañía cumple adecuadamente con su responsabilidad social con los trabajadores. Sin embargo, ello no es suficiente para la expectativa que tiene todo el cuerpo directivo.

Las dimensiones de la satisfacción laboral en la Compañía están resumidas en remuneraciones adecuadas, promoción laboral, motivación, cada uno de ellos descritas líneas arriba. En este contexto, la empresa busca constantemente perfeccionar la productividad de la empresa, para ello calcula el nivel de rentabilidad, y las ventas que éstas tienen. Siendo estos resultados positivos la compañía no tienen una respuesta clara si esto se debe a factores de mercado a o a las estrategias de satisfacción de sus trabajadores.

12. Formulación del Problema

121. Problema General

¿De qué manera influye la satisfacción laboral en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2016?

122. Problema Especifico

- ¿De qué manera influye la remuneración en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2016?

- ¿De qué manera influye la promoción laboral en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2016?
- ¿De qué manera influye la motivación en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2016?

13. Objetivo General

Determinar la influencia de la satisfacción laboral en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2016.

14. Objetivo Especifico

- Determinar la influencia de las remuneraciones y la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2016.
- Determinar la influencia de la promoción laboral en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2016.
- Determinar la influencia de la motivación en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2016.

15. Justificación de la Investigación

- Practica

La investigación va desarrollar temas asociadas a la Contabilidad, permitiendo que el estudio de las variables consideradas sea expuesto para tener una relevancia práctica a nivel de la compañía.

- Teórica

La investigación buscará contrastar variables teóricas sujetos a modificaciones en la compañía que se estudia, el mismo que determinará nuevos conocimientos útiles para engrandecer la

gestión contable empresarial de las unidades económicas con estas características.

- **Metodológica**

La investigación ha sido diseñada usando los estándares metodológicos de la exploración científica. Para ello se empleará todos los equipos disponibles para obtener la información requerida fundamentada en una adecuada teoría.

- **Relevancia**

Considerando los resultados que se van obtener, estos podrán ayudar a generar nuevos conocimientos, permitiendo ser una raya de base para estudios más profundos en la compañía o en empresas similares.

16. Limitaciones de la Investigación

La disponibilidad de tiempo, puede afectar el cronograma establecido de acuerdo a lo programado. Dado que la investigación será financiada íntegramente por el investigador.

17. Viabilidad de la Investigación

La viabilidad de la investigación radica en la disponibilidad de recursos humanos, materiales y financieros, así mismo, el interés que los ejecutivos de la empresa tienen para concluir con la investigación y usar los resultados para su toma de decisiones.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

I) Internacionales

- **TITULO:** “Estrés Laboral, Satisfacción en el Trabajo y Bienestar Psicológico en Trabajadores de una Industria Cerealera”,
AUTOR: Cecilia Sanchez Florencia
UNIVERSIDAD: Universidad Abierta Interamericana de Buenos Aires
– Argentina
AÑO: 2011
CONCLUSIÓN: Concluye que los colaboradores cerealeros se encuentran afectados por el estrés laboral, el cual impacta sobre su bienestar psicológico y satisfacción con el trabajo. Con relación al vínculo entre el estrés apreciado, el bienestar psicológico y el nivel de satisfacción laboral, la realidad reunida en el actual estudio permite confirmar el interjuego entre estas variables. Desde el instante que los colaboradores experimentan estrés, a su vez experimentan menos satisfacción laboral y falta bienestar psicológico.

- **TITULO:** “Satisfacción Laboral y su influencia en la productividad”
AUTOR: Silvia María Fuentes Navarro
UNIVERSIDAD: Universidad Rafael Landivar de Guatemala
AÑO: 2012

CONCLUSIÓN: Concluyo que preexiste influencia entre la satisfacción laboral y productividad. Se ultima que la estabilidad laboral, las relaciones interpersonales, el gusto por el trabajo los ambientes generales y la antigüedad dentro de la Delegación de Recursos Humanos son indicadores que influyen para que los colaboradores estén satisfechos.

II) Nacionales

- **TÍTULO:** “Satisfacción Laboral y su relación con algunas variables ocupacionales en tres municipalidades”

AUTOR: Ronald Alfaro Salazar, Sara Leyton

UNIVERSIDAD: Pontificia Universidad Católica Del Peru - Lima

AÑO: 2012

CONCLUSIÓN: Concluye que el asunto de descentralización y el desarrollo del país se encuentran en marcha, y las municipalidades son los órganos de gobierno local más cercanos al ciudadano, es necesario que estas sean eficientes; sin embargo, ello depende principalmente de que sus colaboradores estén preparados y satisfechos, por lo que resulta importante estudiar la satisfacción laboral en las municipalidades distritales. La averiguación se desarrolló en tres municipalidades distritales, dos de la provincia de Lima y una de la Provincia Constitucional del Callao, con un grupo de colaboradores, que aceptaron participar voluntariamente en la encuesta.

- **TÍTULO:** “Niveles de Satisfacción Laboral en Banca Comercial un caso en estudio”

AUTOR: Cesar, Gomez Limaymanta

UNIVERSIDAD: Pontificia Universidad Católica Del Peru - Lima

AÑO: 2012

CONCLUSIÓN: Concluye en esta tesis, se descubrió que el puesto laboral tiene influencia en el grado de satisfacción laboral de los colaboradores. Los gerentes y funcionarios presentan un mayor grado de satisfacción laboral que los colaboradores con cargos de menor jerarquía. Otra variable demográfica que influye en la satisfacción laboral es la edad del empleado. Los trabajadores de mayor edad demostraron un mayor nivel de satisfacción que los adultos jóvenes. Finalmente se encontró que el género del empleado no influye en el grado de satisfacción laboral.

III) Locales

- **TÍTULO:** “Uso de los Documentos de Gestión Administrativa y su influencia en el rendimiento de los trabajadores de la Dirección Regional de Salud Huánuco 2015”

AUTOR: Exalto Nilton Paul Serpa

UNIVERSIDAD: Universidad de Huánuco

AÑO: 2015

CONCLUSIÓN: Concluye en su investigación, que la relación del uso de los documentos de gestión con la capacidad de los colaboradores es positiva, tanto el manejo del Plan Estratégico, como el ROF, MAPRO, son fundamentales para el progreso de las tareas en las

otras áreas. Las hipótesis planteadas han sido demostradas tras ser aplicadas los diferentes instrumentos de investigación. Se tuvo la colaboración de los trabajadores. El nivel de significancia en la relación uso de documentos de gestión administrativa y el rendimiento del trabajador es positiva supera el 90% respecto a la opinión que tienen los trabajadores y los funcionarios principales de la Dirección de Salud. La tesis demuestra esa significancia con el uso de cuadros descriptivos y gráficos que muestran la opinión de trabajadores y funcionarios.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Satisfacción Laboral

El concepto Satisfacción Laboral ha sido largamente peleado en la literatura organizacional.

(VEGA, 2010) sostiene que la satisfacción laboral es una actitud hacia el trabajo, que es determinada como el cambio emocional positivo o satisfactorio que surge de la evaluación del trabajo o práctica laboral de una persona.

(NEWSTROM, 1991) sostiene que, en el campo organizacional, una actitud se precisa como los sentimientos y las creencias que determinan en gran parte la forma en que los colaboradores perciben su ambiente, su compromiso con las acciones que se pretenden y, en última instancia su comportamiento.

(GERARDO MAURICIO OLIVARES RAMIREZ - MARIA DE LOS ANGELES SILVA OLVERA, 2012) Sustenta que, la satisfacción laboral se

define como la disposición o tendencia relativamente estable hacia el trabajo, basada en creencias y valores desarrollados a partir de su experiencia ocupacional.

Causas de la satisfacción laboral

(VEGA, 2010) Expresa que la satisfacción laboral depende no solo de los niveles salariales si no del significado que el colaborador le dé a sus tareas laborales. La labor puede ser el principio de la felicidad y la prosperidad de una persona, o todo lo contrario. Las causas de la satisfacción laboral se cargan a aspectos socioculturales, a la infraestructura y eventos laborales; se evalúan en sus aspectos individuales (logros, variedad, etc.) y en sus aspectos casuales (pago, promoción, etc.), habiendo otras escalas para ello. La satisfacción competitiva puede depender de muchos elementos (congruencia con los valores personales, nivel de responsabilidad, sentido del éxito profesional, niveles de aspiración, nivel de libertad que procura la labor, entre otros). Cuanto más eminente sea la calidad de vida competitiva más satisfacciones procurará al colaborador y se reducirá el nivel de ausentismo. Por otra parte, unos buscan en el trabajo afirmación o implicación; en cambio otros buscan socialización y estímulo. Se trata de ayudar al colaborador para que consiga del trabajo la mayor satisfacción y significado posible.

Consecuencias de la satisfacción laboral

(VEGA, 2010) manifiesta que tanto la salud física como la mental mejoran con la satisfacción laboral. Cuando los colaboradores están satisfechos con su trabajo, suelen tener ausencia de problemas de salud tales como malestares cardiovasculares, jaquecas y perturbaciones del sueño.

También notan menos ansiedad, tensión estrés. Un nivel apropiado de satisfacción laboral también reduce el giro de colaboradores y el número de abandonos injustificados. Innumerables ilustraciones establecen una concordancia entre la rotación del personal de una compañía y el número de ausencias injustificadas. La satisfacción con el empleo tiene una diversidad de resultados para el individuo, puede afectar las actitudes ante la vida, ante su familia y ante sí mismo, la salud física y la longitud de su vida. Puede estar relacionada (indirectamente) con la fortaleza mental, y juega un papel causal en el ausentismo y el giro, bajo ciertas condiciones, puede afectar a otros comportamientos profesionales ante la organización. Una de las consecuencias más importantes de la satisfacción laboral es el ausentismo, los factores de riesgos organizacionales puede ser la razón de la insatisfacción laboral. Las primordiales consecuencias de la satisfacción laboral desde el punto de vista de la organización son:

- Inhibición.
- Resistencia al cambio.
- Falta de creatividad.
- Abandono.
- Accidentabilidad.
- Baja productividad.
- Dificultad para trabajar en grupo.

Niveles de satisfacción laboral

Respecto a los niveles de Satisfacción (VEGA, 2010) sustenta que se establecen dos tipos o niveles de análisis en la satisfacción laboral.

- **Satisfacción general**

Indicador promedio que puede sentir el trabajador frente a las distintas facetas de su trabajo.

- **Satisfacción por facetas**

(NEWSTROM, 1991) Grado maduro o minúsculo de satisfacción frente a aspectos definidos de su trabajo, afirmación, beneficios, ambientes del trabajo, supervisión recibida, compañeros de trabajo, políticas de la empresa. La satisfacción laboral está relacionada al clima organizacional de la empresa y al desempeño profesional.

El nivel de satisfacción en el trabajo es mejor en compañías pequeñas, las organizaciones más grandes tienden a fastidiar al personal, alterar los procesos de apoyo y limitar la dimensión del contacto personal, amistad y trabajo de equipo en grupos pequeños.

Satisfacción con el salario

(VEGA, 2010) conceptualiza que los sueldos o salarios, incentivos y gratificaciones son la compensación que los colaboradores reciben a cambio de su labor.

La administración del área de personal a través de esta actividad vital avala la satisfacción de los empleados, lo que a su vez ayuda a la formación a obtener, mantener y estancar una fuerza de trabajo fructífera. Varios estudios han demostrado que la compensación es la peculiaridad que probablemente sea la mayor causa de insatisfacción de los colaboradores. Las asimilaciones sociales corrientes dentro y fuera de la organización son los primordiales factores que permiten al colaborador

establecer lo que debería ser con respecto a su salario contra lo que percibe. Es muy importante insistir que es la percepción de justicia por parte del colaborador la que ayudará su satisfacción.

Satisfacción con el sistema de promociones y ascensos

(López, 2001) sostiene que las promociones o ascensos dan la oportunidad para el crecimiento personal, mayor compromiso e aumentan el estatus social del individuo. En este rubro asimismo es importante la percepción de igualdad que se tenga con respecto a la capacidad que sigue la organización, tener una percepción de que la política seguida es clara, justa y libre de ambigüedades favorecerá la satisfacción. Los resultados de la inexactitud de satisfacción pueden afectar la productividad de la compañía y producir una avería en la calidad del entorno laboral. Puede disminuir el trabajo, aumentar el nivel de quejas, el ausentismo o el cambio de empleo. La satisfacción laboral está congruente al clima organizacional de la empresa y al desempeño laboral.

Efectos de la satisfacción laboral

(López, 2001) Otro aspecto significativo en el tema de satisfacción-productividad es la dirección de la flecha causal. La mayor parte de los estudios sobre esta relación utilizaban diseños de investigaciones que no lograban probar la causa y el efecto. Estudios que fiscalizaron esta posibilidad enseñan que la conclusión más legal es que la productividad lleva a la satisfacción, más que a lo opuesto. Si se hace un buen trabajo, se siente básicamente bien por ello. Además, en el imaginario de que la compañía galardone la productividad, su mayor rendimiento debe aumentar el reconocimiento verbal, el nivel de sueldo y las probabilidades

de ascenso. A su vez, estos estímulos aumentan el nivel de satisfacción en el puesto. Las organizaciones con colaboradores más satisfechos tienden a ser más vigorosos que las organizaciones con empleados menos satisfechos, los estudios se han orientado en los individuos más que en las organizaciones, y que las medidas de nivel individual de la productividad no toman en consideración todas las interacciones y complejidades del proceso de trabajo.

Satisfacción y ausentismo, (López, 2001) sostiene que las enfermedades son la principal causa del ausentismo en la compañía es una dependencia negativa constante entre satisfacción y ausentismo, expresa que los colaboradores insatisfechos poseen más posibilidades de faltar al trabajo, esto puede perturbar a los colaboradores que están satisfechos a que tomen la misma pauta para poder gozar ellos también de los permisos que no implican castigo.

Satisfacción y rotación (López, 2001) La satisfacción tiene una dependencia negativa con la rotación, es una correlación más acelerada que la detectada con el ausentismo. Los factores como las situaciones del mercado de trabajo, las expectativas sobre oportunidades alternas de trabajo y la pertenencia en la compañía, son restricciones importantes para decidir realmente dejar el empleo actual. La seguridad indica que un moderador importante de la relación satisfacción-rotación es el nivel de desempeño del empleado. El nivel de satisfacción es menos importante para predecir la rotación de los que tienen un desempeño superior. ¿Por qué? La organización suele realizar arranques formidables para conservar a esta gente. Reciben aumentos de salario, reconocimiento verbal, mayores oportunidades de ascensos, entre otros. Exactamente lo inverso

tiende a enfocarse en los que tienen un desempeño pobre. Las organizaciones ejecutan pocos intentos para guardarlos, incluso logra haber presiones sutiles para hacer que se vayan. En consecuencia, cabría esperar que la satisfacción en el puesto es más significativa para influir en los empleados de desempeño pobre para que persistan en la compañía que en los de desempeño superior. Independientemente del nivel de satisfacción, es más probable que los últimos permanezcan en la organización, porque recibir reconocimientos y otros estímulos les hacen tener más razones para quedarse.

a. Remuneración

(VADILLO, 2005) sostiene que cuando una persona realiza un trabajo profesional o efectúa con una terminante tarea en una empresa, espera percibir un pago por su trabajo. Dicha pago o retribución se conoce como remuneración, un concepto que deriva del vocablo latino remunerativo. Por ejemplo: “Si acepta este empleo, tendrá una remuneración de tres mil pesos mensuales”, “Me gusta el trabajo, pero no estoy conforme con la remuneración ofrecida”, “La empresa está teniendo algunos problemas para cumplir con las retribuciones hacia sus empleados”. Lo habitual es que la remuneración adquiera la forma de un sueldo o salario mensual. Esto quiere decir que, al final de cada mes, el colaborador recibe un pago fijo por las tareas elaboradas. Más allá de lo estable que pueda resultar la remuneración, la suma percibida por el individuo puede variar cada mes al incluir variables como el premio por preceptismo o las comisiones por venta. Además de todo lo mostrado, no se puede pasar por alto otros importantes conceptos y tipos de

remuneraciones que existen.

Entre ellos se encuentran los siguientes:

- Salario mínimo vital móvil. Bajo dicha denominación se halla la remuneración mínima que debe cobrar una persona por una jornada de trabajo.
- Pagas extraordinarias, que son las remuneraciones adicionales que el empleado recibe a finales del mes de junio y de diciembre. Se trata de dos pagas que equivalen a una parte concreta de su pago mensual.

La remuneración se deduce como una contraprestación en el marco de una relación laboral: un individuo trabaja y ayuda a generar riqueza con su labor, por lo que toma una recompensa económica. Es dable, de todas formas, trabajar sin recibir un pago, lo que se conoce como trabajo ad honorem.

Si la relación de la labor está regulada por las legislaciones nacionales e internacionales, la retribución debe permitir al trabajador compensar sus necesidades fundamentales y llevar una vida digna. A partir de ese piso, el colaborador logra aspirar a percibir mayores retribuciones de acuerdo a su experiencia, formación, productividad, etc.

No obstante, a pesar de eso, en la coyuntura existen aún serios problemas en el factor de remuneración laboral. Así, siguen viviendo diferencias en dicho aspecto respecto a hombres y mujeres. Y es que las ilustraciones llevados a cabo vienen a expresar que, aun viviendo en el mismo puesto y ejecutando los mismos trabajos, el hombre aún recauda más que ella. Ese contexto es un claro reflejo de que, aunque se haya combatido mucho y se hayan ido dando pasos importantes, aún sigue ocurriendo discriminación y desigualdad.

No hay que dejar de lado tampoco de la existencia de lo que se conoce como Administración de Remuneraciones. Con ese término viene a hacerse reseña a la rama administrativa de cualquier empresa que es la que se confía de todo lo que tiene que ver con las remuneraciones de los empleados.

Hay épocas, de todos modos, en que la persona trabaja de manera informal o en negro, sin contar con protección legal. En ese caso, la retribución suele ser más baja ya que el empresario no tiene ningún compromiso al respecto por el mismo simple hecho de estar alejado de la ley (es decir, su obligación primaria es adecuarse en la ley y cumplirlo con lo que ésta dicta).

- **Monto**, (VADILLO, 2005) el valor de las remuneraciones y salarial está en función al desempeño laboral, sin embargo, países como el PERÚ determina los montos salariales que son las cantidades mínimas para el desembolso en el sector público y privado. Para ser efectiva los montos remunerativos, esta debe estar vinculada al desempeño, mientras que los incentivos pueden causar el nexo más claro entre ambos. Ello determinara la distribución de los salarios.
- **Beneficios**, (VADILLO, 2005) Los beneficios están establecidos de acuerdo al de contrato que establece el trabajador con la compañía en el contrato. Estos establecen varias compensaciones como el tiempo de servicios, vacaciones, productividad y otro tipo de abonos. Estos beneficios agregados son formas de compensación que se ofrecen a los empleados fuera de un salario o sueldo declarado.

b. Promociones Laborales

(Gan Bustos, 2012) sostiene que, en la actualidad, la **promoción Laboral** se ha revelado como una gran herramienta para alcanzar la satisfacción de los empleados.

Una compañía tiene en su equipo humano el más importante de sus activos. Si es capaz de brindarles seguridad y transmitirles cuánto pueden crecer juntos y hacerles creer que pueden hacerlo y que la idea de que sus éxitos personales serán parte del triunfo de la empresa, se habrá cumplido uno de los objetivos del departamento de recursos humanos: la motivación del equipo.

El proceso se detalla como una fuente de incorporación interna en la que se ofrece a los colaboradores de la compañía la posibilidad de participar con su aspiración a la candidatura en los procesos de selección que se lleven a cabo.

Esta política de recursos humanos permite generar expectativas entre los trabajadores sin tener que acudir al mercado externo y, además tiene la ventaja de que, si el puesto se cubre con un candidato que ya formaba parte de la compañía, su proceso de adaptación será mucho menor.

Fundamentos de la promoción interna

(Gan Bustos, 2012) Promover a un trabajador dentro de la organización implica:

- **Un Ascenso** a un puesto superior, con responsabilidad y salario mayores.

Debido a esto, es imprescindible tener en cuenta una serie de factores a analizar con respecto al empleado que se quiere promocionar:

- Resultados obtenidos por el empleado a lo largo de su carrera profesional en la compañía
- Valoración del desempeño en sus labores
- Evaluación de las competencias llevadas a cabo frente a las que realizará en su nuevo puesto
- Análisis de sus conocimientos técnicos, idiomas y experiencia laboral previa a la empresa
- Estudiar la red de contactos y relaciones establecidas durante su carrera en la empresa
- Tener en cuenta el salario actual y el que percibirá en su nuevo puesto
- Valorar la antigüedad en la compañía y los méritos conseguido.

Expectativa: muchos de estos aspectos no se pueden evaluar en contrataciones externas, por lo que únicamente se puede juzgar a un futuro empleado por su currículum o referencias proporcionadas por terceros. Sin duda, el conocimiento de nuestros propios trabajadores se convierte en una ventaja importante a la hora de encontrar el candidato ideal.

Expectativas - Beneficios para todos

(Gan Bustos, 2012) Para el empleado es muy importante que exista la posibilidad del ascenso, sin importar el nivel jerárquico que ostente. Esto favorecerá a que sienta que efectivamente está desarrollando su carrera profesional en la empresa, que posee un futuro en ella y que se aprecia lo que hace.

Además de los beneficios que tiene para los empleados, la promoción interna aporta muchos otros para la empresa, tales como:

- Conseguir trabajadores más implicados con la compañía
- Mejoras en el clima laboral entre los profesionales
- Reducción en la rotación de la plantilla
- Mayor profesionalización de los colaboradores en sus puestos de trabajo
- Minimización del ausentismo

La técnica del desarrollo interno se revela como una disposición eficaz para el área de recursos humanos que, en muchos casos, tienen que cubrir puestos de forma repentina. Y para ello, aunque persistentemente es bueno estar atento a los perfiles que nos ofrece el mercado, muchas veces se torna inteligente reconocer y premiar el talento que tienes en tu propia casa.

c. Motivación

(ARTHUR, 1996) expresa que la motivación laboral es la capacidad que tienen las empresas y organizaciones para mantener el estímulo positivo de sus colaboradores en relación a todas las diligencias que realizan para llevar a cabo los objetos de la misma, es decir, en relación al trabajo. Establece el éxito de toda compañía el conseguir que sus colaboradores sientan que los objetivos de ésta se forman con sus propios objetivos personales, capaces de satisfacer sus necesidades y llenar sus expectativas. Así, existen varias técnicas para promover la motivación laboral, pero deberán observarse elementos como la edad, idiosincrasia,

nivel social y cultural del individuo para identificar cuáles son las más efectivas de acuerdo al caso en particular.

Estudios sobre la motivación laboral

(Gonzales Garcia, 2006) El Instituto para la Calidad de Vida Diaria creado por Sodexo, en alianza con el Institute For Service Innovation & Strategy, realizó un estudio sobre las técnicas de motivación laboral, la cual publicó en un libro llamado "Valorar a las personas para crear Valor". En éste, se establecen estrategias aplicadas para la motivación del capital humano de las organizaciones, analizando las técnicas de motivación desde un punto de vista teórico y práctico, tomando como ejemplo la experiencia de las empresas más importantes del mundo. En este estudio se identifican tres factores considerados claves para el desarrollo de la motivación laboral:

Factores de la Motivación Laboral

- **Estabilidad Laboral**, La creación de condiciones de trabajo consideradas por el empleado como amigables, estableciendo un equilibrio entre la vida familiar y la vida laboral. En el estudio a este factor se le llamó "Vivir".
- **Bonificación**, Ofrecerle al empleado la posibilidad y la oportunidad de crecimiento dentro de la organización, creando un ambiente de cooperación y recompensa entre ellos. A este factor se le llamó "Crecer".
- Lograr que los valores y visión de la empresa sean compartidos por sus empleados, creando un sentido de pertenencia y un vínculo entre ellos. A este factor se le denominó "relacionarse"

Criterios universales a necesidades individuales

(Gonzales Garcia, 2006) sostiene que de estos factores se derivan una serie de incentivos considerados como universales, sin embargo, el mayor reto que encuentran las empresas es identificar cuáles son las expectativas individuales de sus empleados, para de esta manera adaptar las estrategias de motivación a cada una de ellos en la búsqueda de un bienestar colectivo. Estas prácticas deberán mantenerse en el tiempo, pues la motivación es un músculo que debe trabajarse todos los días y que además tiene un valor incalculable para las organizaciones, ya que promueve altos niveles de creatividad, productividad y competitividad.

2.2.2. Productividad

(JANAMPA, 2012) Productividad es el mejoramiento efectivo de las capacidades productivas de una organización. Es la consecuencia que obtiene la compañía al trabajar con calidad; para determinar el resultado es necesario tomar en consideración no solo el impacto económico, sino también la trascendencia en las condiciones de vida de sus colaboradores y del público en general. Es la concordancia de insumos-productos en cierto periodo con especial consideración a la calidad. Además, lo definen como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y los recursos utilizados. En la fabricación, la productividad sirve para calcular el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los colaboradores. Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento, se dice que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (Insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos. La productividad en las máquinas y equipos está dada como

parte de sus peculiaridades técnicas, no así con el recurso humano o los trabajadores, se debe considerar factores que influyen en ella.

Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. Asimismo, puede ser determinada como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida. En el ámbito de progreso profesional se le llama productividad (P) al índice económico que relaciona la producción con los recursos utilizados para obtener dicha producción, expresado matemáticamente como: $P = \text{producción}/\text{recursos}$.

La productividad calcula la capacidad de un sistema para transformar los productos que son requeridos y a la vez el grado en que aprovechan los recursos utilizados, es decir, el valor agregado.

Una mayor productividad utilizando los mismos recursos o produciendo los mismos bienes y/o servicios resulta una mayor rentabilidad para la compañía.

Características generales

(JANAMPA, 2012) La productividad calcula el volumen de un sistema para transformar los productos que son requeridos y a la vez el grado en que aprovechan los recursos utilizados, es decir, el valor agregado. Una mayor productividad utilizando los mismos recursos o produciendo los mismos bienes o servicios resulta en una mayor rentabilidad para la

empresa. La productividad posee una correlación directa con la mejora continua del sistema de gestión de la calidad y gracias a este sistema de calidad se puede prevenir los defectos de calidad del producto y así mejorar los estándares de calidad de la empresa sin que lleguen al usuario final. La productividad va en relación con los patrones de producción. Si se optimizan estos patrones, entonces hay un ahorro de recursos que se reflejan en el crecimiento de la utilidad.

Importancia de la Productividad

(JANAMPA, 2012) El único camino para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad. Y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios.

Productividad laboral

(JANAMPA, 2012) La productividad laboral o productividad por hora trabajada, se define como el aumento o disminución de los rendimientos en función del trabajo necesario para el producto final.

Productividad total de los factores

(JANAMPA, 2012) La productividad total de los factores (PTF) se define como el aumento o disminución de los rendimientos en la variación de cualquiera de los factores que intervienen en la producción: trabajo, capital o técnica, entre otros. Se relaciona con el rendimiento del proceso económico medido en unidades físicas o monetarias, por relación entre

factores empleados y productos obtenidos. Es uno de los términos que define el objetivo del subsistema técnico de la organización. La productividad en las máquinas y equipos está dada como parte de sus características técnicas.

Factores internos y externos que afectan la productividad

(JANAMPA, 2012)

Factores Internos:

- * Terrenos y edificios
- * Materiales
- * Energía
- * Máquinas y equipo
- * Recurso humano

Factores Externos:

- * Disponibilidad de materiales o materias primas.
- * Mano de obra calificada
- * Políticas estatales relativas a tributación y aranceles
- * Infraestructura existente
- * Disponibilidad de capital e interés
- * Medidas de ajuste aplicadas

¿Cómo se puede potenciar y desarrollar la productividad laboral?

(JANAMPA, 2012) Utilizando las mejoras prácticas locales e internacionales para la gestión del talento humano. Actualmente contamos con muchos procesos a cargo y requerimos herramientas de gestión, las que son continuamente perfeccionadas y los profesionales interesados deben estar atentos para elegir las mejores. Como ejemplo,

sabemos que debemos incorporar a colaboradores con el talento, valores y comportamiento adecuado, atraer y retener al mejor talento disponible; lograr un índice de satisfacción laboral adecuado; compensar de manera fija y variable de acuerdo al mercado y consistencia interna; estimular la iniciativa y emprendimiento de cada colaborador; liderar planes de sucesión para lograr la continuidad de los negocios, negociar pliegos de reclamos donde todos ganen; brindar perfeccionamiento laboral continuo; brindar formación en conocimientos y competencias para formar a los futuros ejecutivos; evaluar el desempeño ascendente, descendente y de 360° para desarrollar planes de reconocimiento, corrección y mejora continua; establecer planes de compensación por resultados; aplicar la normatividad legal adecuadamente, etc. Sabemos todo lo mencionado, quizás lo medimos todo aisladamente, pero, ninguno por si sólo nos indica el éxito logrado por un adecuado manejo de todas las herramientas en su conjunto.

d. Rentabilidad

(ESLAVA, 2013) define la rentabilidad como la condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión. Lo habitual es que la rentabilidad haga referencia a las ganancias económicas que se obtienen mediante la utilización de determinados recursos. Por lo general se expresa en términos porcentuales.

Tomemos el caso de una panadería que, para producir cada kilogramo de pan que vende a 20 pesos, necesita invertir 15 pesos. Dicha cifra incluye las materias primas, el gasto en electricidad y gas, los impuestos, etc. De este modo, la panadería obtiene una rentabilidad de 5 pesos por cada kilogramo de pan que vende.

Se conoce como rentabilidad económica, en definitiva, al rendimiento que se obtiene por las inversiones. En otras palabras: la rentabilidad refleja la ganancia que genera cada peso (dólar, euro, yen, etc.) invertido. Supongamos que el ratio de una compañía X es 25%: quiere decir que la firma obtiene una ganancia de 25 pesos por cada 100 pesos que invierte.

La rentabilidad también puede asociarse a los intereses que genera una inversión financiera. Una entidad bancaria puede ofrecer una rentabilidad del 10% a los clientes que depositan el dinero en un plazo fijo. De esta manera, la persona que deposita 1.000 dólares en un plazo fijo a treinta días, recibirá 1.100 dólares al momento del vencimiento. Por lo tanto, ganará 100 dólares debido a que la rentabilidad asegurada de la inversión que realizó (1.000 dólares en un plazo fijo) era del 10%.

La rentabilidad Financiera, por su parte, es un fenómeno que se da cuando el desarrollo de una actividad ofrece beneficios en una magnitud mayor a las pérdidas, a toda la sociedad, sin importar si resulta rentable desde un punto de vista económico para el promotor. Este concepto es opuesto al de rentabilidad económica, definido en un párrafo anterior, ya que en ese caso sólo importa si la actividad es beneficiosa para su promotor.

Un ejemplo muy usado para graficar el concepto de rentabilidad social es el sistema ferroviario: una línea de ferrocarril es rentable a nivel económico si permite a la empresa que la administra obtener ingresos mayores que los gastos necesarios para mantenerla, es decir, si la venta de billetes sirve para compensar y la inversión y le brinda ganancias; por otro lado, es rentable socialmente si la sociedad puede ahorrar un monto mayor al de dichos gastos.

En este ejemplo, los ciudadanos que hacen uso de la línea de trenes perciben un beneficio a nivel económico, ya que se evitan la inversión económica necesaria para comprar y mantener sus propios vehículos, pero también ahorrar tiempo, dado que el transporte público no les exige ningún tipo de mantenimiento.

La rentabilidad social también aparece en el ámbito de la empresa privada, donde es posible diferenciar las siguientes tres clases de responsabilidad:

- * social primaria: se refiere a la necesidad u obligación de corregir los daños que su operación puede causar. Esto es muy común en compañías cuyo funcionamiento impacta negativamente en el medio ambiente;

- * social secundaria: mientras que la anterior es una responsabilidad obligatoria en muchos países, ésta es optativa, y se aprecia, por ejemplo, en campañas de caridad para los más desfavorecidos, que muchas empresas utilizan como propaganda para ganarse la admiración del público;

* social terciaria: menos directa que la secundaria, la responsabilidad social terciaria se pone de manifiesto cuando una compañía decide actuar en favor de la rentabilidad social en campos que no necesariamente están ligados a su actividad principal, sino que busca mejorar su entorno a través de diversos medios.

Los Ratios, (ESLAVA, 2013) Cuando antes de una pelea, el presentador anuncia a un boxeador indicando la cantidad total de combates, victorias y knock-outs que ha tenido en su carrera, hace un análisis breve de la productividad del deportista. Un ratio financiero funciona de manera similar: toma una gran cantidad de información proveniente de distintas áreas de una empresa y la relaciona en un cociente numérico simple, ideal para describir de forma sintética la productividad con la cual la firma genera ingresos partiendo de ciertos activos y costos. Los ratios tienen dos aplicaciones básicas muy útiles. En primera instancia, pueden usarse para analizar el rendimiento actual de la empresa y compararlo con datos históricos. Esto no solo ayuda a validar el plan de negocios original, sino que permite también detectar fallas y corregirlas a tiempo. Adicionalmente, las ratios pueden usarse para hacer comparaciones rápidas entre empresas. En el contexto de la pequeña o mediana empresa, es complicado acceder a información contable fehaciente de los competidores, pero el uso comparativo de las ratios es perfectamente posible y útil en el caso de sucursales o distintas unidades de negocios.

¿Qué tipos de ratios existen?

- Ratio de Rentabilidad, (ESLAVA, 2013) sostiene que estos ratios sirven para comparar los resultados de la empresa con distintas

partidas del balance o de la cuenta de pérdidas y ganancias. **Miden el nivel de eficiencia en la utilización de los activos de la empresa en relación a la gestión de sus operaciones. Ejemplo:**

- Beneficio neto sobre ventas

Beneficio Neto/Ventas

(ESLAVA, 2013) Cuanto mayor sea dicho ratio mejor, pues indicará que la actividad de la empresa, así como su administración económico financiera es más eficiente. Por ejemplo en el caso de las empresas de base tecnológica dicho ratio es muy elevado, habida cuenta que los costes marginales de las ventas son tendentes a cero.

- Rentabilidad económica

Beneficio antes de impuestos/activo total

(ESLAVA, 2013) Este ratio depende mucho de la actividad de la empresa, y por tanto no es comparable entre distintos sectores, no tiene nada que ver una empresa de construcción de automóviles con una empresa de desarrollo de software. Así mientras la primera precisa de una costosa estructura para empezar a trabajar la segunda tan sólo necesita de equipos informáticos. En otro orden de cosas sucedería lo mismo con una empresa de reformas domésticas, donde su activo se reducirá a las herramientas utilizadas en los distintos oficios y unas oficinas en relación a un restaurante que además de un

comedor donde atender a sus clientes precisará de una costosa equipación de cocina.

- Rentabilidad de la empresa

Beneficio Bruto/activo total neto

(ESLAVA, 2013) Este ratio es similar al anterior y por tanto hemos de tener cuidado cuando comparemos la rentabilidad obtenida por dos empresas de tal modo que las empresas se situén en sectores comparables o asimilables. Por ejemplo un restaurante y una óptica en cuanto a estructura empresarial tienen muchos más elementos en común que si los comparamos con un comercio o una empresa de servicios profesionales.

- Rentabilidad del capital

Beneficio neto/fondos propios

(ESLAVA, 2013) Este es uno de los criterios que utilizará cualquier aceleradora, o inversor privado a la hora de analizar su participación o no en una determinada empresa y uno de los motivos por el que son las empresas tecnológicas las que mayor interés generan entre los inversores privados.

Las empresas de base tecnológica se caracterizan por un nivel de activo muy bajo en relación con el volumen de mercado al cual optan con su actividad. Así mismo el coste marginal de las ventas suele ser tendente a cero, esto es, una vez puesto en marcha el servicio, su replicación o

generación prácticamente no tiene coste. Este escenario es ideal para el inversor privado pues su dinero se destina en su integridad a la generación del servicio, personal de elevada cualificación, y al marketing sin diluirse en activos específicos de la actividad. Una empresa de internet tan sólo precisa de equipos informáticos y de profesionales altamente cualificados, siendo ambos activos totalmente reutilizables en otros proyectos lo que por ejemplo no sucede en el caso de un restaurante, optica, etc.

- Rentabilidad de las ventas

Beneficio Bruto/ventas

Como ya se ha comentado anteriormente en este caso cuando comparemos la rentabilidad de las ventas de dos empresas hemos de tener cuidado con el tipo de actividad que desarrolla cada una de ellas pues obviamente no tiene nada que ver la rentabilidad de un servicio donde el coste marginal de la venta será el tiempo de mano de obra utilizado para la prestación del servicio con la venta de un producto donde además de la mano de obra empleada en su elaboración deberemos incluir el coste de las materias primas incorporadas al producto.

- Ratio de Solvencia,

(ESLAVA, 2013) Estos conjuntos de ratios miden la capacidad de la empresa o negocio para hacer frente a sus obligaciones de pago, tanto en el corto como en el largo plazo.

Estos indicadores, pero sobre todo su evolución, son de gran utilidad a la hora de analizar el riesgo que asume nuestra empresa o negocio al realizar ventas a crédito, permitiéndonos establecer límites de crédito adecuados a cada cliente, lo que obviamente nos ayudará a contener el riesgo de impago.

Por otra parte, también es muy aconsejable realizar dichos análisis previamente a la solicitud por nuestra parte de crédito ante una entidad bancaria o de un proveedor pues nos permitirán ver la negociación desde su punto de vista y por tanto preparar el proceso de negociación de forma eficaz.

- Apalancamiento

Activo fijo + activo circulante/pasivo con entidades financieras

A la hora de interpretar los resultados obtenidos por este indicador en primer lugar hemos de tener presente el sector al que pertenece la empresa así como su situación si bien podemos definir algunos niveles de referencia:

- Por debajo del 50 % nos indicaría que la gestión es conservadora pues la empresa autofinancia su actividad.
- En el entorno de 100 % nos indica que la empresa sigue una política de apalancamiento normal utilizando un volumen de recursos propios y ajenos en su explotación de similar cuantía.
- Por encima del 150 % deberíamos empezar a tomar nota.

- Superar el 200 % la situación es preocupante pues esto indica que por cada 3 euros invertidos en la empresa 2 están financiados.

Por otra parte hemos de tener presente que no es lo mismo una estructura de financiación basada en operaciones de financiación a corto plazo que a largo plazo. Así al comparar el nivel de apalancamiento de dos empresas hemos de tener presente la estructura de la financiación, pues aunque el nivel de apalancamiento sea idéntico el nivel de riesgo financiero en una y otra empresa puede ser totalmente distinto. Así lo ideal es que la estructura de financiación tenga su principal apoyo en operaciones a medio y largo plazo.

De hecho en algunas ocasiones puede hasta ser interesante utilizar financiación a largo para financiar el corto.

- Ratio de disponibilidad

$\text{Disponible/exigible a corto plazo} * 100$

(ESLAVA, 2013) Cuanto mayor sea el ratio mejor, si bien la naturaleza de la actividad de la empresa volverá a ponderar el resultado obtenido. Así en el caso de las empresas de servicios es posible que nos acerquemos a indicadores del 100 % e incluso superiores mientras que en empresas industriales o manufactureras será difícil superar el 50 %.

Hemos de tener presente que para el cálculo de dicho indicador no tenemos en cuenta los créditos a cobrar a nuestros clientes ni tan siquiera las existencias de la empresa.

Por último, señalar que un elevado grado de liquidez también indica que los recursos de la empresa se encuentran ociosos ya que los recursos que genera la empresa no se reinvierten en el proceso productivo

- Ratio de Liquidez,

Mide la capacidad de la empresa para hacer frente a sus deudas en el corto plazo. Muestra la proporción de deudas de corto plazo que son cubiertas por elementos del activo convertibles en dinero al vencimiento de las deudas. De esta forma, mide el grado en el que los activos convertibles en efectivo, es decir, el activo circulante, cubre los derechos de los acreedores a corto plazo.

$$\text{Liquidez general} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{pasivo corriente}} * 100$$

(ESLAVA, 2013) Siendo el **activo corriente** la suma de los valores de caja, bancos, cuentas por cobrar, valores de fácil negociación e inventarios.

Si la razón corriente es inferior al 150%, la empresa se encuentra en una situación peligrosa pues es muy probable que se produzca una suspensión de pagos hacia sus acreedores y proveedores.

Si la razón corriente es superior al 200%, la empresa incurre en **activos circulantes ociosos**, es decir, tiene estos activos parados, sin producir ni generar beneficios, que podría movilizarlos y rentabilizarlos de alguna manera mejor que tenerlos estancados, lo que produce una pérdida de rentabilidad a corto plazo.

Por tanto, el nivel óptimo de este ratio se sitúa entre el 150% y el 200%.

e. Ventas

(ANTONIO, 2003) El término ventas tiene múltiples definiciones, dependiendo del contexto en el que se maneje. Una definición general es cambio de productos y servicios por dinero. Desde el punto de vista legal, se trata de la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero. Desde el punto de vista contable y financiero, la venta es el monto total cobrado por productos o servicios prestados. En cualquier caso, las ventas son el corazón de cualquier negocio, es la actividad fundamental de cualquier aventura comercial. Se trata de reunir a compradores y vendedores, y el trabajo de toda la organización es hacer lo necesario para que esta reunión sea exitosa. Para algunos, la venta es una especie de arte basada en la persuasión. Para otros es más una ciencia, basada en un enfoque metodológico, en el cual se siguen una serie de pasos hasta lograr que el cliente potencial se convenza de que el producto o servicio que se le ofrece le llevará a lograr sus objetivos en una forma económica. Una venta involucra al menos tres actividades: 1) cultivar un comprador potencial, 2) hacerle entender las características y ventajas del producto o servicio y 3) cerrar

la venta, es decir, acordar los términos y el precio. Según el producto, el mercado, y otros aspectos, el proceso podrá variar o hacer mayor énfasis en una de las actividades.

Tipos de ventas, Existen varios tipos de venta. Algunos relevantes incluyen:

Ventas directas: involucran contacto directo entre comprador y vendedor (ventas al detal, ventas puerta a puerta, venta social).

- **Ventas industriales:** ventas de una empresa a otra.
- Ventas indirectas: ocurre un contacto, pero no en persona (telemercadeo, correo).
- Ventas electrónicas: vía Internet (B2B, B2C, C2C).
- **Ventas intermediadas:** por medio de corredores.

Otros tipos de ventas incluyen: ventas consultivas, ventas complejas.

Ventas y marketing, (ANTONIO, 2003) Muchos tienden a confundir las ventas con el marketing (o mercadeo). El marketing, aunque no hay consenso en torno a una definición, se relata a un proceso muy amplio que contiene todo lo necesario para cautivar y persuadir a un comprador potencial. Las ventas, por otro lado, se refieren a lo que necesita hacer para cerrar el negocio, y firmar el contrato o acuerdo. Son dos métodos separados, pero ambas son necesarias para el éxito de una organización, y si trabajan en conjunto, mucho mejor.

2.3. Definiciones Conceptuales

- **Compensación por Tiempo de Servicio.-** Es un beneficio social que se otorga al trabajador para que afronte una posible situación de desempleo en el futuro (CORONADO, 2003).
- **Gratificación ordinaria.-** El derecho a las gratificaciones ordinarias se origina siempre que el trabajador se encuentre efectivamente laborando durante la quincena de julio o diciembre, respectivamente (CORONADO, 2003).
- **Descanso en días feriados.-** Los días feriados que establece la ley, se celebran en la fecha respectiva. El trabajo efectuado en días feriados no laborales sin descanso sustitutorio dará lugar al pago de la retribución correspondiente por la labor efectuada, con una sobretasa del 100% (CORONADO, 2003).
- **Descanso semanal obligatorio.-** El trabajador tiene derecho como mínimo a 24 horas consecutivas de descanso en cada semana, el que se otorgara preferentemente en día domingo.
- **Descanso vacacional.-** El trabajador que cumpla con una jornada ordinaria mínima de cuatro (4) horas tiene derecho a treinta (30) días calendario de descanso vacacional por cada año completo de servicios (CORONADO, 2003).
- **Eficacia.-** Se refiere a los objetivos, fines y resultados por alcanzar. Lograr hacer efectivo un propósito (CORONADO, 2003).
- **Eficiencia.-** Capacidad para hacer cosas, es tener en cuenta los medios, métodos, procesos, reglas; es la manera de hacer las

cosas en la empresa con el fin de que los recursos sean utilizados adecuadamente (CORONADO, 2003).

- **Jornada de trabajo.-** Es la duración o extensión temporal en que el trabajador pone su fuerza laboral a disposición del empleador (8 horas diarias y 48 horas semanales) el trabajo que exceda a lo establecido se califica como trabajo en sobre tiempo (CORONADO, 2003).
- **La remuneración básica.-**Es una remuneración principal fija a través de la cual el trabajador recibe una misma cantidad, determinada por cada uno de los módulos temporales en los que desarrolla su prestación laboral (CORONADO, 2003).
- **Las gratificaciones.-** Constituyen beneficios económicos otorgados por el empleador al trabajador en razón de festividades y/o acontecimientos especiales. Las gratificaciones de Fiestas Patrias y Navidad son consideradas ordinarias y obligatorias, y tienen carácter heterónomo, en el mandato de una norma legal (CORONADO, 2003).
- **Productividad,** Es la concordancia entre la cantidad de productos conseguida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que

relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida (CORONADO, 2003).

- **Remuneración,** Es la compensación económica que recibe un colaborador por los servicios prestados a una determinada empresa o institución. Y está destinada a la subsistencia del trabajador y de su familia. En otras palabras constituye las recompensas de todo tipo que reciben los colaboradores por llevar a cabo las tareas que les asigno la organización; la compensación puede ser directa e indirecta, la compensación directa es el pago que recibe el colaborador en forma de sueldos, salarios, primas y comisiones. La compensación indirecta, llamada también beneficios, son las que se otorgan por derechos y prestaciones que se adquieren, como son las vacaciones, gratificaciones, asignación familiar, seguros, etc.
- **Rentabilidad.-** Es la razón que nos permite conocer el grado de ganancias que resulta del empleo de las inversiones propias y ajenas en la gestión de la empresa (ESLAVA, 2013).

2.4. Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

La satisfacción laboral influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2016.

2.4.2. Hipótesis Específicos

- **H1:** La remuneración influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2016.
- **H2:** Los promoción laboral influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2016.
- **H3:** La motivación influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2016.

2.5. Sistema de Variables

2.5.1. Variable Independiente

Satisfacción Laboral

Dimensiones

- Remuneración
- Promoción Laboral
- Motivación

2.5.2. Variable Dependiente

Productividad

Dimensiones

- Rentabilidad
- Ventas

2.6. Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	ITEM'S
V. Independiente SATISFACCION LABORAL	- Remuneración	- Monto - Beneficios	- ¿Se encuentra usted satisfecho con la remuneración (monto) que recibe en la empresa? - ¿considera que el monto que recibe por su trabajo es el adecuado? - ¿Cuenta usted con los beneficios de ley respecto a sus remuneraciones? - ¿Hace uso de los beneficios que le otorga ser un trabajador formal?
	- Promoción Laboral	- Ascenso - Expectativa	- ¿hay ascensos en la empresa por buen rendimiento o desempeño? - ¿en los últimos dos años usted fue ascendido o reconocido por su trabajo? - ¿espera usted ser promovido por la empresa? - ¿espera usted un incremento salarial por su trabajo?
	- Motivación	- Bonificación - Estabilidad laboral	- ¿Cuenta usted con bonificaciones en su remuneración? - ¿En qué ocasiones recibe usted bonificaciones? - ¿considera usted que las bonificaciones son justas? - ¿Considera usted que cuenta con estabilidad laboral? - ¿cuál es la modalidad de su contrato? - ¿cada cuánto tiempo renueva usted su contrato?
V. Dependiente PRODUCTIVIDAD	- Rentabilidad	- Rentabilidad Económica - Rentabilidad Social	Análisis de Ingresos y Egresos
			Cálculo de Ratios de rentabilidad: Ratio de Rentabilidad Ratio de Solvencia Ratio de Liquidez
	- Ventas	- Ventas Industriales - Ventas Intermediadas	Análisis de Ventas Industriales (directas, los últimos 24 meses) Análisis de Ventas Intermediadas (24 meses)

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

(Hernandez Sampieri, 2006) La presente investigación es de tipo Aplicada, dado que busca ampliar y profundizar la realidad de las variables tanto independiente como dependiente en el sujeto de investigación. Ello a partir de la caracterización de los componentes que integran cada uno de ellos sustentados en la operacionalización de variables.

3.1.1. Enfoque

(Hernandez Sampieri, 2006) El presente estudio es de enfoque cuantitativo ya que requiere que el investigador recolecte datos numéricos de los objetivos, fenómenos, participantes que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos, de este conjunto de pasos llamado investigación cuantitativa, se derivan otras características del enfoque cuantitativo que se precisan a continuación: Las hipótesis que se generan antes de recolectar y analizar los datos y la recolección de datos se fundamenta en la medición. Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar a través de métodos estadísticos. Dicho de otra manera las mediciones se transforman en valores numéricos (Datos cuantificables) que se analizan por medio de la estadística

3.1.2. Alcance o Nivel

(Hernandez Sampieri, 2006) El nivel de la investigación es DESCRIPTIVO dónde se describe intencionalmente la variable independiente (Satisfacción Laboral) para ver su influencia en la variable dependiente (Productividad).

3.1.3. Diseño

No experimental – transeccional o transversal, de tipo correlacional – causal (Hernandez Sampieri, 2006).

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir es una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes, lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal cual y como se dan en sus contexto natural, para después analizarlos. De hecho no hay condiciones o estímulos los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad. Los diseños no experimental transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede; por otro lado los diseños no experimentales – transeccional de tipo correlacional – causal son diseños que describen relaciones entre dos o más variables en un momento determinado mediante el siguiente esquema:

X_1 _____ Y_2

3.2. Población y Muestra

(Cáceres Hernández, 2007) La población es un conjunto de sujetos o individuos con determinadas características, de las que se obtiene la muestra o participantes en una investigación, a la que se quiere extrapolar los resultados de dicho estudio.

La Población está Determinada por la Cantidad de Trabajadores de la Empresa Adarga E.I.R.L.:

Tabla N°01

Trabajadores de la Empresa ADARGA E.I.R.L. 2017

N°	CARGO	N°
1	TECNICO	2
2	OPERADOR	1
3	OPERADOR	1
4	VENDEDOR	2
5	GERENTE	1
Total		7

Fuente: La tesista

3.2.1. Muestra

(Cáceres Hernández, 2007), considera que la muestra es parte o cantidad pequeña de una cosa que se considera representativa del total y que se toma o se separa de ella con ciertos métodos para someterla a estudio, análisis o experimentación.

Para el estudio en mención se considera la muestra el total de trabajadores sin incluir al Gerente por lo tanto $N = 6$, dado el tamaño asequible de la población. La finalidad es determinar el nivel de satisfacción.

Al gerente se le va aplicar la entrevista, para corroborar el análisis de la información secundaria proveída.

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas	Instrumento	Finalidad
Encuesta	Cuestionario dirigido a trabajadores	Para determinar el nivel de satisfacción laboral en base a las dimensiones establecidas en la operacionalización de variables.
Entrevista	Guía de entrevista dirigido al gerente	Para corroborar la información secundaria y el nivel de productividad en la empresa Adarga E.I.R.L.
Información Secundaria	Fichas	Con la finalidad de determinar cuantitativamente la rentabilidad de la Empresa.

3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

Técnicas	Uso
Software SPSS	Para el procesamiento de las encuestas aplicadas a los trabajadores
Software EXCEL	Para el diseño y presentación de gráficos de barras.
Software Ms Office	Para el Procesamiento de la información secundaria y formulación del informe final de la tesis.
Software Ms Power Point	Para la presentación del informe final de la tesis durante la sustentación.

CAPITULO IV

RESULTADOS

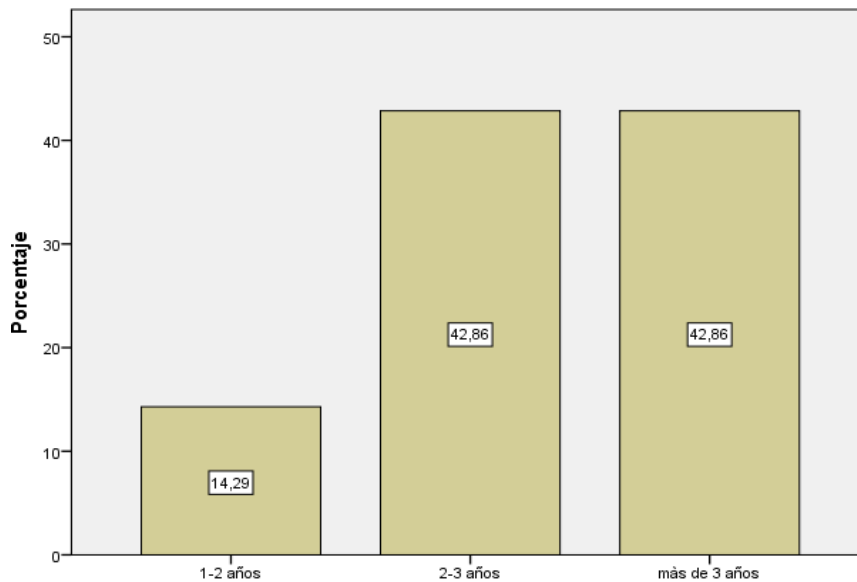
4.1. Procesamiento de Datos

CUADRO N°01
TIEMPO QUE VIENE TRABAJANDO EN LA EMPRESA

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
1-2 años	1	14,3	14,3	14,3
2-3 años	3	42,9	42,9	57,1
màs de 3 años	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

GRÁFICO N°01
TIEMPO QUE VIENE TRABAJANDO EN LA EMPRESA



CUADRO N° 01 tiempo que viene trabajando en la empresa

Análisis e Interpretación, en el cuadro y gráfico anterior podemos observar que del 100% de trabajadores el 14% viene trabajando entre uno y dos años, 42.86% trabaja en la empresa entre 2 a 3 años, y el mismo porcentaje manifestaron que trabajan más de tres años. Estos resultados nos ayudan a enmarcar el estudio de satisfacción del trabajador, debiendo entender que 86% trabaja en la empresa más de 2 años, por lo que se

entiende un nivel de permanencia, y baja rotación que se encuentra en la empresa. El 14% son los promotores comerciales de la empresa ADARGA.

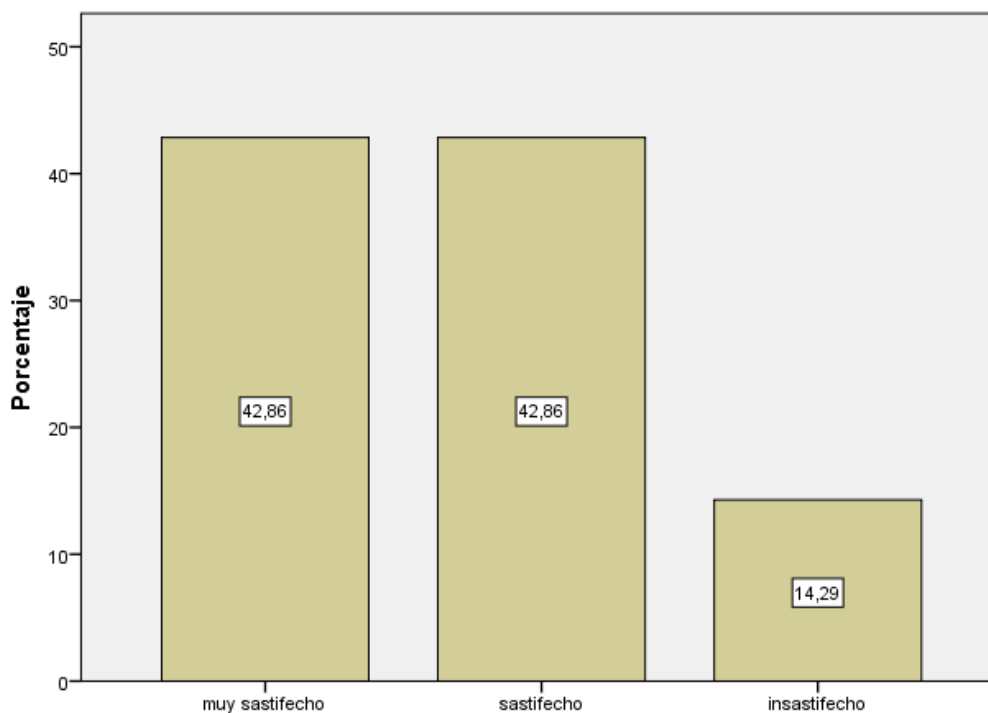
CUADRO N° 02
¿SE ENCUENTRA SATISFECHO CON LA REMUNERACION?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
muy satisfecho	3	42,9	42,9	42,9
satisfecho	3	42,9	42,9	85,7
insatisfecho	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Realizada

Elaboración: propia

GRAFICO N°02
¿SE ENCUENTRA SATISFECHO CON LA REMUNERACION?



CUADRO N° 02 se encuentra satisfecho con la remuneracion

Análisis e Interpretación. en el cuadro y gráfico anterior hemos consultado a los trabajadores si están satisfechos con la remuneración que reciben. Si sumamos las primeras categorías que son positivas podemos observar que los trabajadores se encuentran satisfechos con su remuneración (86%), el mismo que oscila entre S/. 2500 – S/. 5600. El 14%, no se encuentra satisfecho con su remuneración dado que

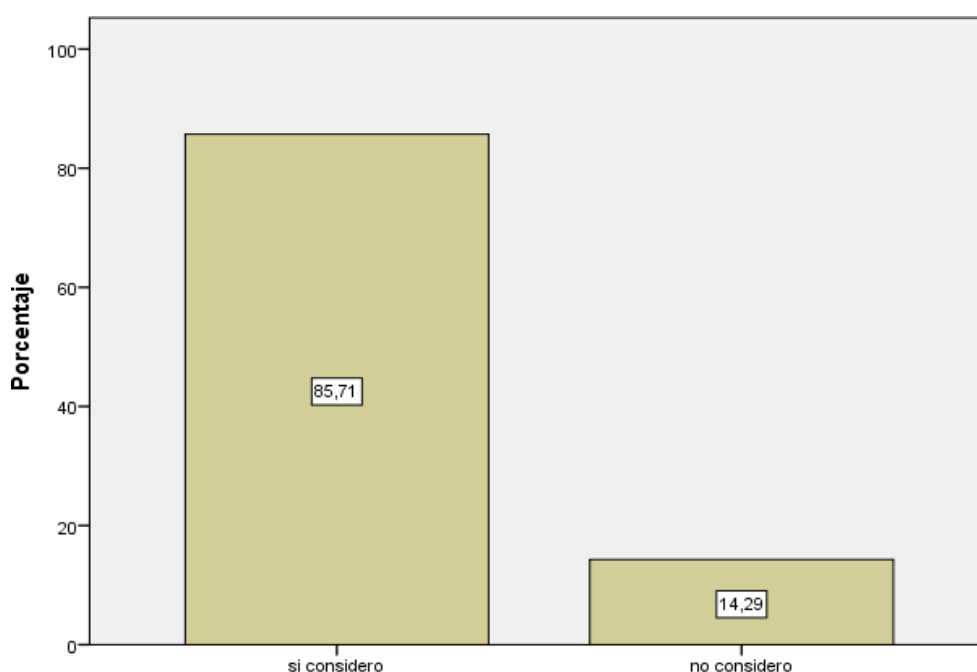
consideran que estos se encuentran por debajo de lo que paga el mercado por las funciones que realizan.

**CUADRO N°03
MONTO QUE RECIBE POR SU TRABAJO SI ES ADECUADO O NO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si considero	6	85,7	85,7
	no considero	1	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRAFICO N°03
MONTO QUE RECIBE POR SU TRABAJO SI ES ADECUADO O NO**



CUADRO N° 03 monto que recibe por su trabajo

Análisis e Interpretación. en el gráfico anterior hemos consultado a los trabajadores si consideran que el monto que se reciben en el trabajo es el adecuado, al respecto podemos observar que el 85.7% de ellos consideran que si son los adecuados, y el 14.29% considera que el monto no es el adecuado, sin embargo, ellos entienden el compromiso de la gerencia de mejorar esos montos siempre y cuando el rendimiento de las ventas mejoran, tal como sucedió entre los periodos 2015 y 2016, años en los que el gerente aumento los sueldos a cada uno de los

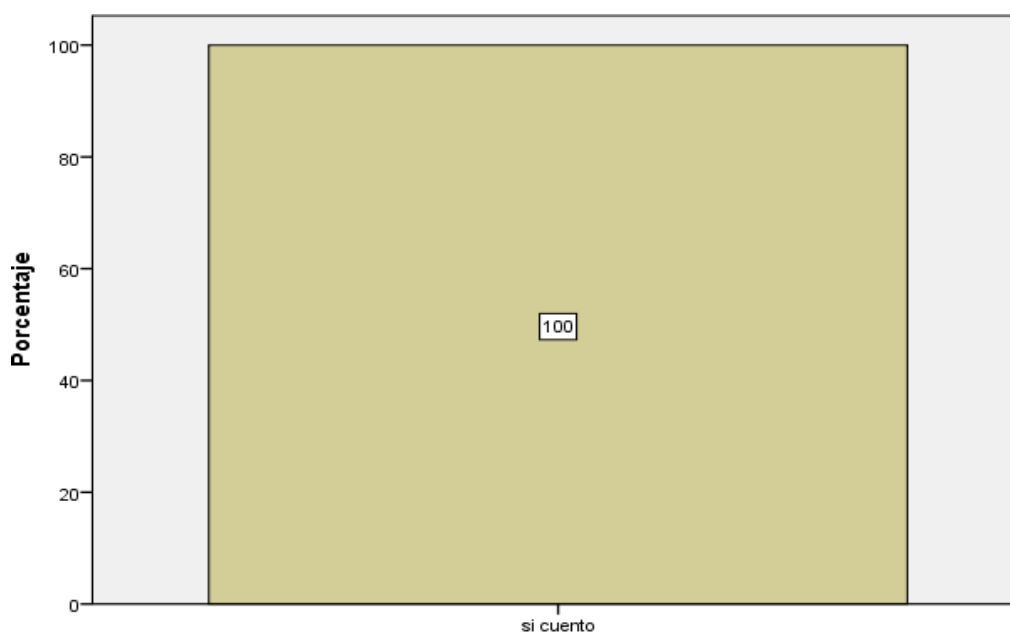
trabajadores producto del aumento de las ventas, y colocaciones en general de los productos.

**CUADRO N°04
BENEFICIOS DE LEY RESPECTO A SUS REMUNERACIONES**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si cuento	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRAFICO N°04
BENEFICIOS DE LEY RESPECTO A SUS REMUNERACIONES**



CUADRO N° 04 beneficios de ley respecto a sus remuneraciones

Análisis e Interpretación. hemos consultado a los trabajadores si cuentan con los beneficios de ley. Al respecto el 100% de ellos reconoce que cuentan con los beneficios de la Ley N°728, el mismo que les otorga derecho a estar asegurados, tener un CTS por año, vacaciones completas equivalente a un sueldo, gratificaciones de la misma forma en los meses de julio y diciembre. En ese contexto, podemos afirmar que los trabajadores sí reconocen estos beneficios, y de alguna forma les da la tranquilidad para poder trabajar sin preocupaciones, así mismo, se encuentra beneficios complementarios como bonificaciones por

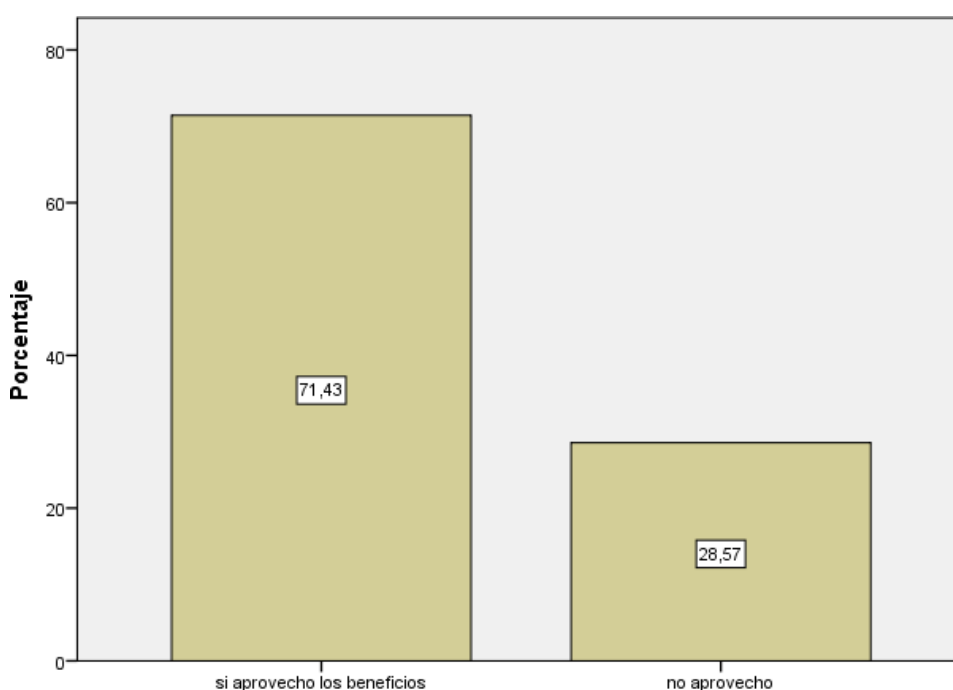
incremento de ventas. Esta evaluación se hace de manera anual, por lo que la expectativa de los trabajadores es constante.

**CUADRO N°05
BENEFICIOS QUE LE OTORGA SER UN TRABAJADOR FORMAL**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si aprovecho los beneficios	5	71,4	71,4	71,4
	no aprovecho	2	28,6	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRAFICO N°05
BENEFICIOS QUE LE OTORGA SER UN TRABAJADOR FORMAL**



CUADRO N° 05 beneficios que le otorga ser un trabajador formal

Análisis e Interpretación. En el cuadro y gráfico anterior podemos observar la respuesta de los trabajadores respecto a si usan los beneficios que obtienen en la empresa. Al respecto, podemos observar que el 71% aprovecha estos beneficios, sobre todo el servicio de salud, accediendo el mismo trabajador y toda su familia para prevenir enfermedades. El 28.57% sostiene que no aprovechan los beneficios dado que el sistema de salud es muy lento y hacen esperar para poder sacar una cita, ello desalienta al trabajador para poder hacer uso de

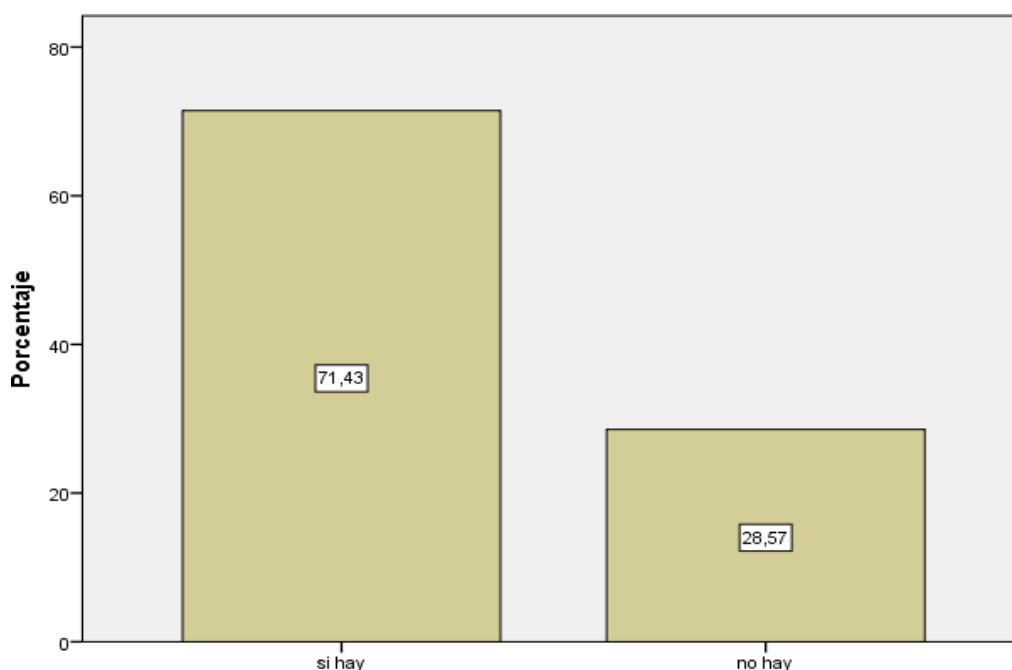
estos beneficios. Respecto a los beneficios monetarios el 100% de ellos hacen uso de este beneficio cuando llega el momento de recibirlo. Así mismo, aprovechan sus vacaciones para poder estar con su familia.

**CUADRO N° 06
ASCENSOS EN LA EMPRESA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si hay	5	71,4	71,4
	no hay	2	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRAFICO N°06
ASCENSOS EN LA EMPRESA**



CUADRO N° 06 ascensos en la empresa

Análisis e Interpretación. hemos consultado a los trabajadores si perciben que hay ascensos en la empresa. el 71% tiene conocimiento que si hay ascenso, ello traducido en pasar a ser promotor a ser ejecutivos de ventas que tiene una mayor responsabilidad, y remuneración. El 28% considera que no hay ascensos. Siendo la empresa pequeña, considera aspectos que mejoran la satisfacción de los empleados a partir de estas motivaciones. Como hemos mencionado

líneas arriba, efectivamente el personal cuenta con más de dos años junto con el negocio.

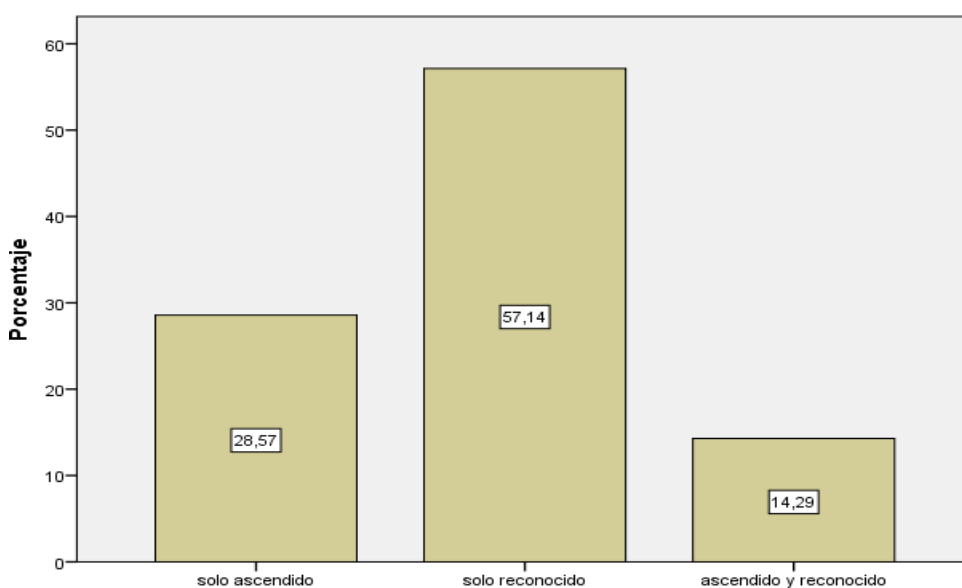
**CUADRO N° 07
ULTIMO DOS AÑOS SI FUE ASCENDIDO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	solo ascendido	2	28,6	28,6
	solo reconocido	4	57,1	85,7
	ascendido y reconocido	1	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada

Elaboración: propia

**GRAFICO N° 07
ULTIMO DOS AÑOS SI FUE ASCENDIDO**



CUADRO N° 07 ultimo dos años si fue ascendido

Análisis e Interpretación. hemos consultado a los trabajadores respecto a si fueron ascendido o reconocidos. El 57% manifestó que fueron reconocidos, es decir recibieron bonificaciones por la labor cumplida en la comercialización de aguas de mesa en toda la comunidad de Puente Piedra en Lima, el 28% sostiene que fueron ascendido, y 14% que recibieron tanto ascensos como reconocimiento. Al respecto es importante entender que los trabajadores reconocen el esfuerzo de la empresa, sin embargo, entienden que el incremento de ventas debe ir de la mano con el reconocimiento monetario o cualitativo a todos los

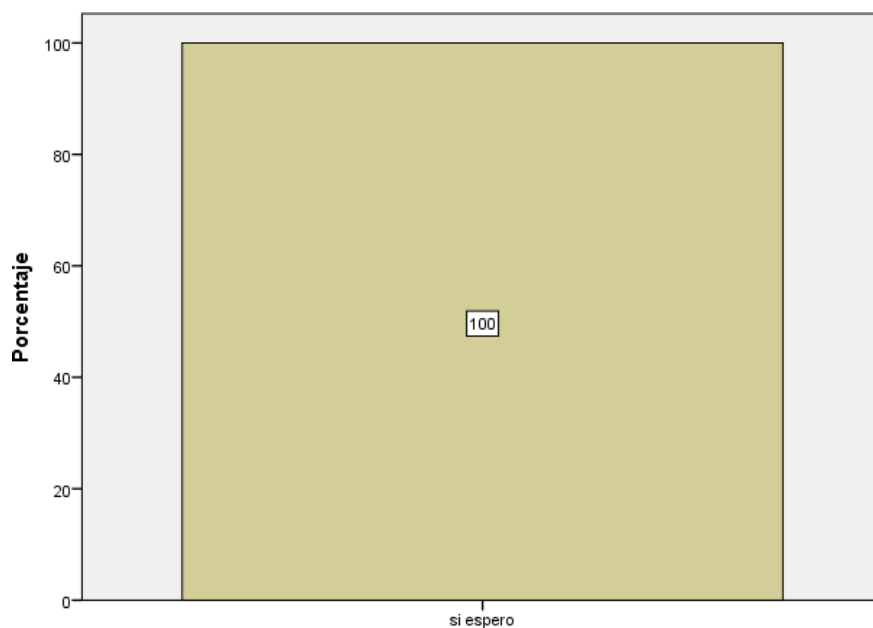
trabajadores que están en la empresa. de esta forma se puede garantizar compromiso.

**CUADRO N° 08
ESPERA SER PROMOVIDO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si espero	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRAFICO N°08
ESPERA SER PROMOVIDO**



CUADRO N° 08 espera ser promovido

Análisis e Interpretación. En esta sección hemos consultado si los trabajadores esperan ser promovidos, al respecto el 100% de ellos contestaron que esa es la expectativa que tienen. Sin embargo, son conscientes que es necesario establecer una mejor posición de la marca de agua en el cono norte de Lima para ampliar los puntos de ventas, mejorar los ingresos y por ende ser parte ejecutiva de la gestión comercial del negocio. La empresa, viene fomentando en todo momento el desarrollo de capacidades y la motivación de sus trabajadores para que ellos puedan entender las metas y puedan ser los principales beneficiarios del aumento de ventas de aguas de mesa en esta parte de

la capital. Solo de esta forma se puede considerar promociones constantes de trabajadores a cargos más importantes.

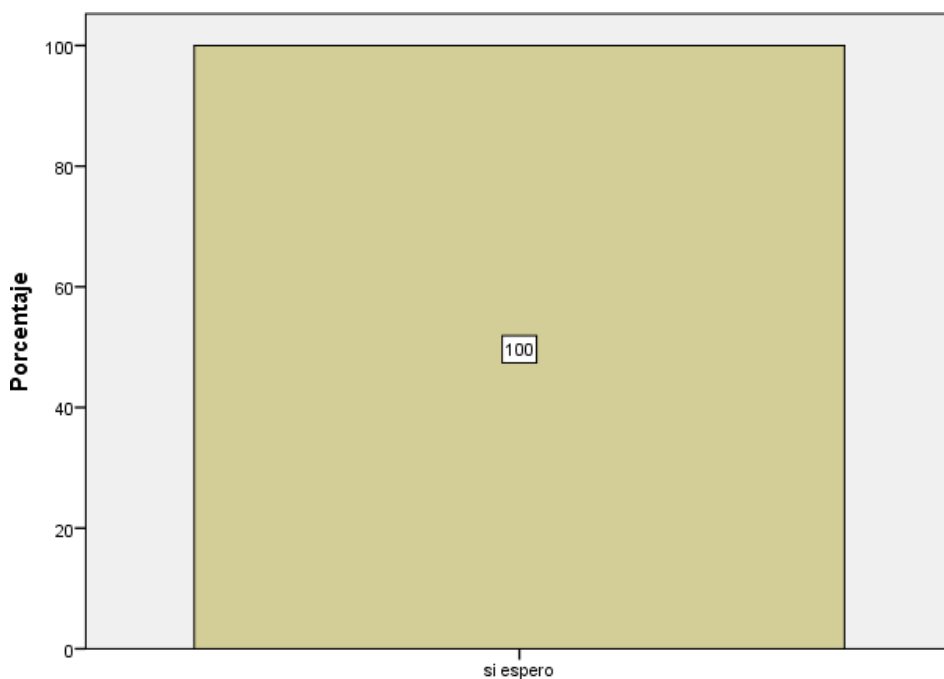
**CUADRO N°09
ESPERA UN INCREMENTO EN SUS REMUNERACIONES**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si espero	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada

Elaboración: propia

**GRAFICO N°09
ESPERA UN INCREMENTO EN SUS REMUNERACIONES**



CUADRO N° 09 espera un incremento

Análisis e Interpretación. Respecto a las remuneraciones hemos podido indagar que estos oscilan entre los 2500 y 5500 soles, aparentemente de acorde a lo que paga el mercado por estas tareas. Sin embargo, la expectativa que tienen los trabajadores es que esta remuneración se pueda incrementar siempre y cuando los ingresos aumenten en la empresa. Para ello se requiere aumentar el esfuerzo colectivo de operarios, gerentes, promotores, y otros que intervienen. Si bien es cierto, la competencia es fuerte, pero ya la empresa ha encontrado un mercado que demanda sus productos dado la cantidad

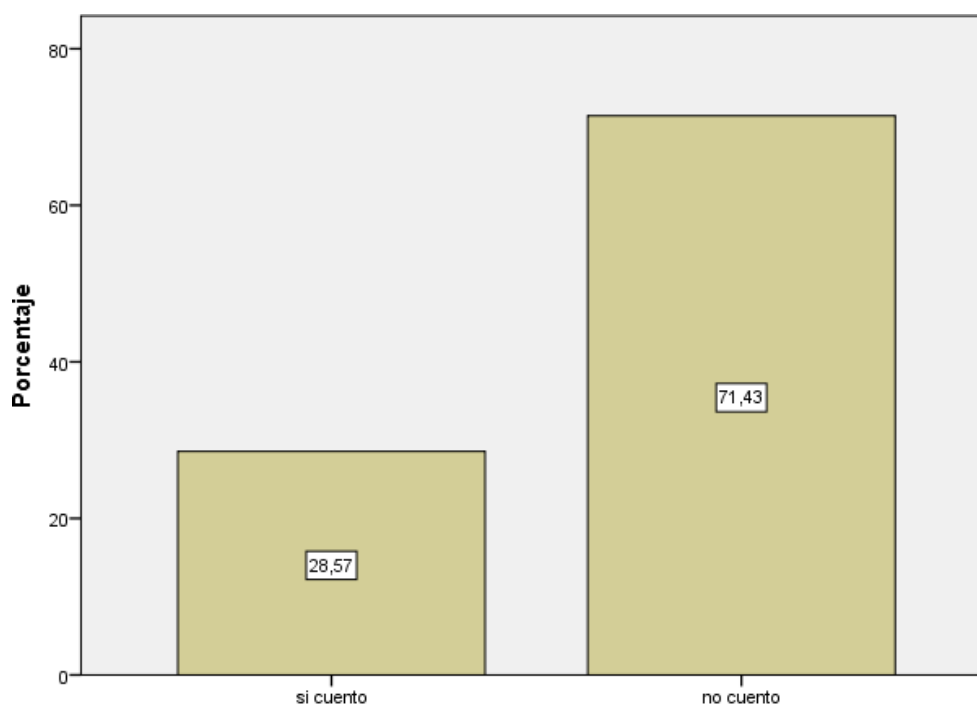
de años que tiene en el mercado, es por ello, que el gerente genera esa expectativa a los trabajadores.

**CUADRO N°10
CUENTA CON BONIFICACIONES**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si cuento	2	28,6	28,6
	no cuento	5	71,4	100,0
	Total	7	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRÁFICO N° 10
CUENTA CON BONIFICACIONES**



CUADRO N° 10 cuenta con bonificaciones

Análisis e Interpretación. la empresa estando en proceso de expansión los últimos dos años ha considerado en algunos casos bonificaciones a los trabajadores, como, por ejemplo, hubo aumentos en las remuneraciones bajo este concepto de S/. 500 nuevos soles cuando superaban la meta hasta 15% de lo esperado. Al respecto, es importante mencionar que no todos fueron beneficiados de estas bonificaciones, solo los promotores los encargados de colocar el producto a la tienda fueron beneficiados de estas bonificaciones. El cuadro y gráfico anterior

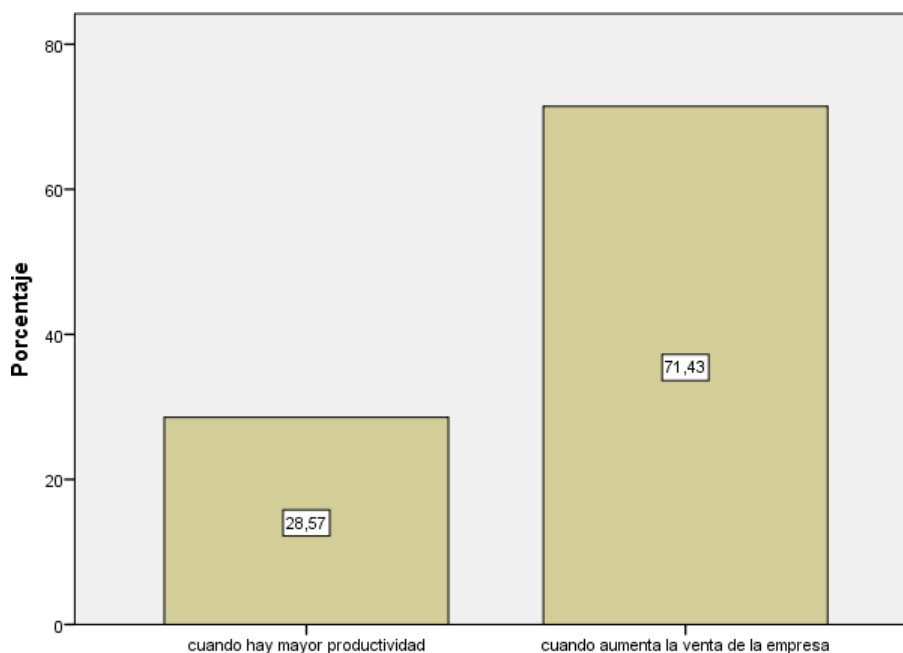
se visualiza eso, el 28.57% si recibió bonificaciones, y el 71.43% no lo recibieron, en ese sentido se desprende la existencia de bonificaciones para mejorar la satisfacción de los trabajadores siempre y cuando aumente sus ventas.

**CUADRO N°11
OCASIONES QUE RECIBE BONIFICACIONES**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos cuando hay mayor productividad	2	28,6	28,6	28,6
Válidos cuando aumenta la venta de la empresa	5	71,4	71,4	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRAFICO N° 11
OCASIONES QUE RECIBE BONIFICACIONES**



CUADRO N° 11 ocasiones que recibe bonificaciones

Análisis e Interpretación. Hemos consultado a los trabajadores de la empresa en qué ocasiones reciben sus bonificaciones, al respecto el 28.57% sostuvo que reciben cuando hay mayor productividad en cuanto a unidades producidas, así mismo, cuando aumenta la venta de las empresas también hay incentivos de ese tipo, por lo que es motivación

para todos los trabajadores o mejorar la productividad, o las metas comerciales que tenemos.

CUADRO N°12

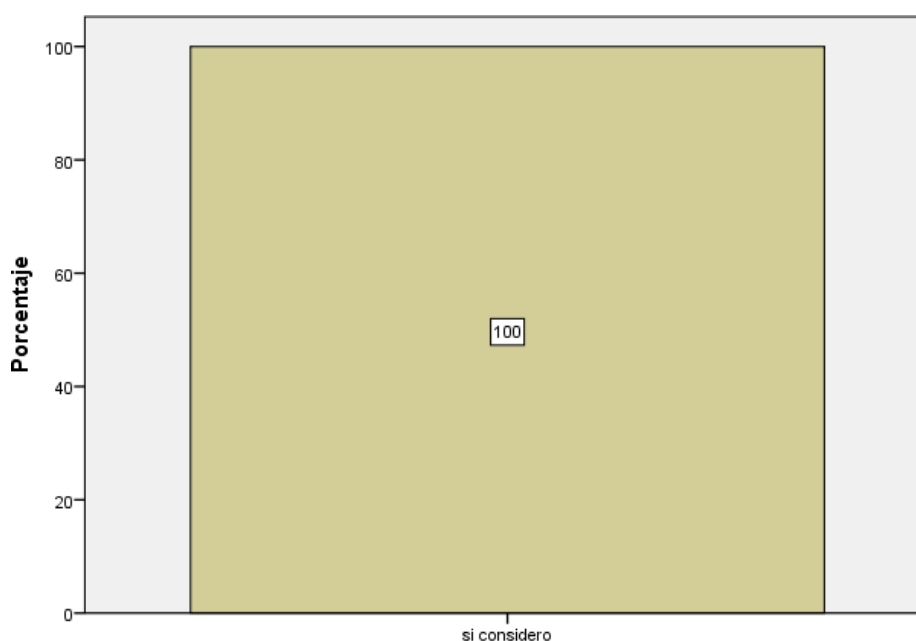
CONSIDERA QUE LAS BONIFICACIONES SON JUSTAS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si considero	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

GRAFICO N°12

CONSIDERA QUE LAS BONIFICACIONES SON JUSTAS



CUADRO N° 12 considera que las bonificaciones son justas

Análisis e Interpretación. las bonificaciones son justas? Esta es una pregunta que hemos hecho a los trabajadores. Debemos manifestar que estas oscilan económicamente entre S/. 500 y S/. 1500 según el cumplimiento de metas. El 100% de trabajadores consideran que son justas, y que estas están de acuerdo al rendimiento que tiene cada uno de ellos, por lo que se sienten satisfechos por ello. La empresa, ha desarrollado un sistema que considera estas bonificaciones a los trabajadores según sus competencias en cada una de sus áreas. Para

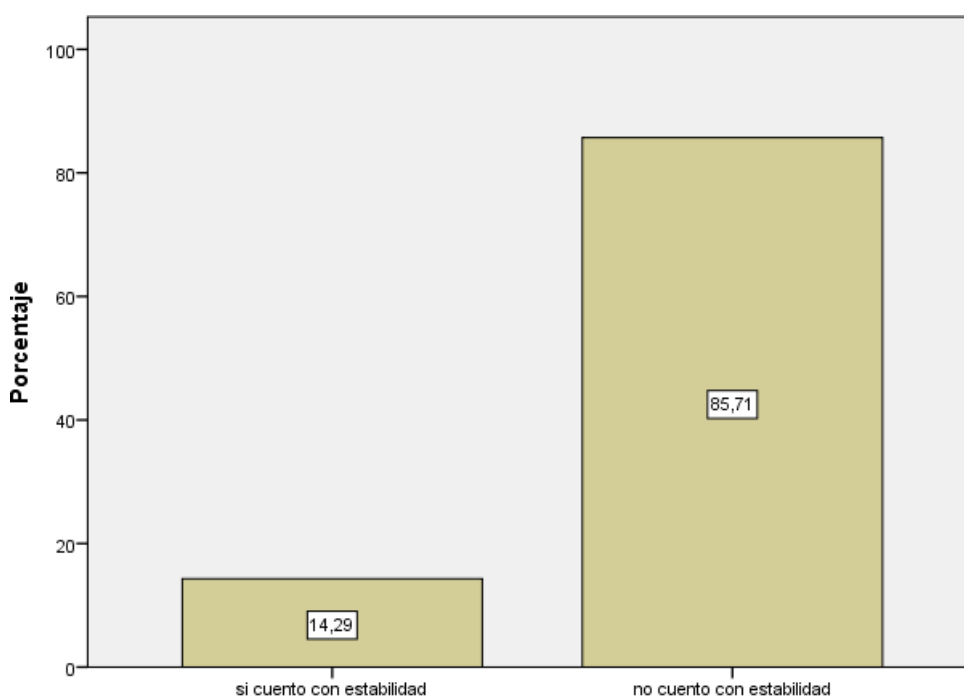
el caso de los operarios se traduce en mayor productividad, para los promotores mayores ventas.

**CUADRO N°13
CONSIDERA QUE CUENTA CON ESTABILIDAD LABORAL**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si cuento con estabilidad	1	14,3	14,3
	No cuento con estabilidad	6	85,7	100,0
	Total	7	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**CUADRO N°13
CONSIDERA QUE CUENTA CON ESTABILIDAD LABORAL**



CUADRO N° 13 considera que cuenta con estabilidad laboral

Análisis e Interpretación. uno de los indicadores para medir satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa es la estabilidad laboral, entendiendo que estos cuentan con relación contractual bien definida. El 85.7% manifestó que si cuentan con estabilidad dado que trabajan más de dos años en la empresa y tienen todos los beneficios. El 14.3% considera que no cuenta con estabilidad laboral, dado que como son relativamente nuevos se les renueva su contrato semestralmente, sin embargo, si cuenta con todos los beneficios de ley

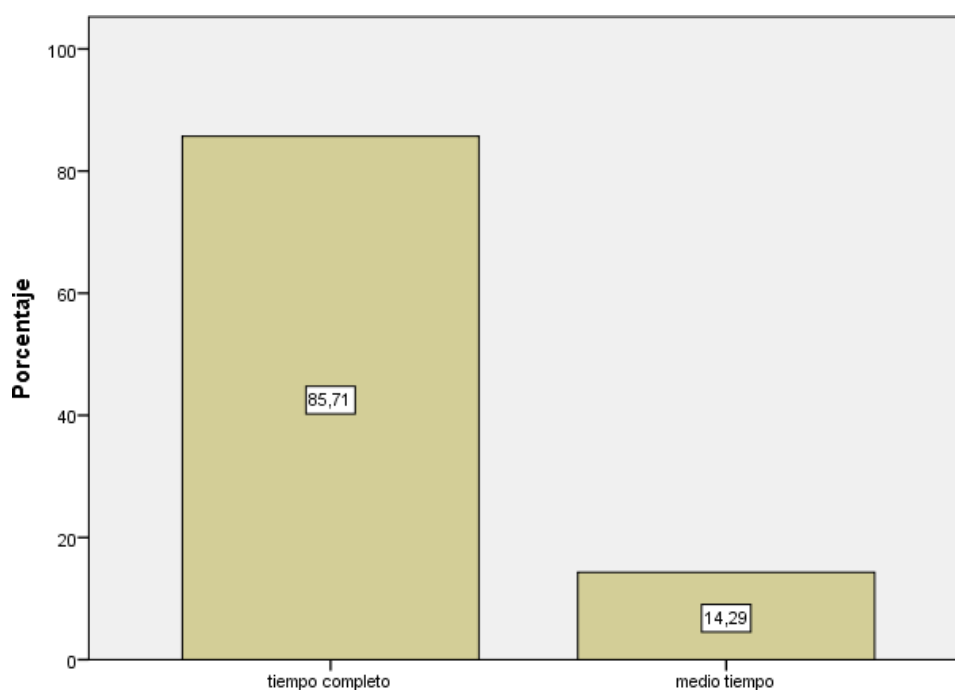
establecidos en la norma, de esta manera podemos afirmar que la empresa cumple con lo ofrecido.

**CUADRO N°14
MODALIDAD DE CONTRATO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos tiempo completo	6	85,7	85,7	85,7
medio tiempo	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRAFICO N°14
MODALIDAD DE CONTRATO**



CUADRO N° 14 modalidad de contrato

Análisis e Interpretación. otro indicador que hemos considerado en la empresa es el tipo de relación laboral que tienen con los trabajadores, al respecto podemos observar que el 86% de ellos está contratado en planilla a tiempo completo, así mismo, el 14% está contratado también en planilla, pero a medio tiempo, y estos son algunos operarios quienes trabajan en diferentes turnos para la producción de las aguas de mesa. En ese contexto la empresa garantiza a todo el personal la estabilidad requerida para que laboren con confianza, y no tengan ningún tipo de

preocupación, todo se encuentra en el marco de las leyes laborales vigentes en el país.

**CUADRO N°15
TIEMPO QUE RENUEVA SU CONTRATO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	cada tres meses	1	14,3	14,3
	cada seis meses	6	85,7	100,0
	Total	7	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**CUADRO N°15
TIEMPO QUE RENUEVA SU CONTRATO**



CUADRO N° 15 tiempo que renueva su contrato

Análisis e Interpretación. los trabajadores con estabilidad tienen contratos que se renuevan cada seis meses de forma automática 85.7%, y otro grupo de trabajadores 14% renuevan cada tres meses, considerando que son personas que se han incorporado en la empresa menos de un año. Es importante mencionar que la política de la empresa sostiene que los contratos deben renovarse en esos tiempos. La empresa no cuenta con trabajadores a tiempo indefinido, dado que ninguno de ellos cumple con las condiciones de tiempo en su función

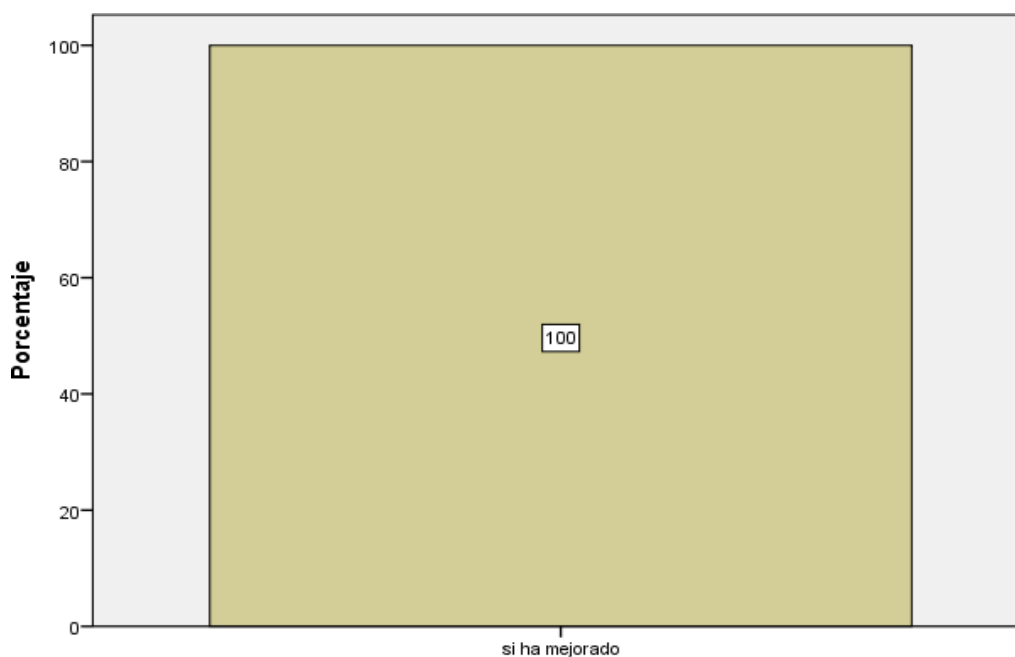
para poder hacer. los trabajadores han mostrado su satisfacción en torno a esta relación laboral que tienen.

**CUADRO N°16
CONSIDERA QUE SU RENDIMIENTO HA MEJORADO**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos sí ha mejorado	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRAFICO N°16
CONSIDERA QUE SU RENDIMIENTO HA MEJORADO**



CUADRO N° 16 considera que su rendimiento ha mejorado

Análisis e Interpretación. los trabajadores con las condiciones descritas líneas arriba han mencionado el 100% que han mejorado su rendimiento, gracias a las diferentes motivaciones que tienen, y a la plena satisfacción que tienen con todos. un aspecto que permite evaluar ello son los ingresos, las ratios de rentabilidad que tiene la empresa y que permite respaldar el argumento que tienen los trabajadores. Uno de los principales indicadores que se maneja es la productividad en torno a la cantidad de productos en un determinado periodo, y la rentabilidad en términos comerciales. En ese contexto, la opinión de los trabajadores es

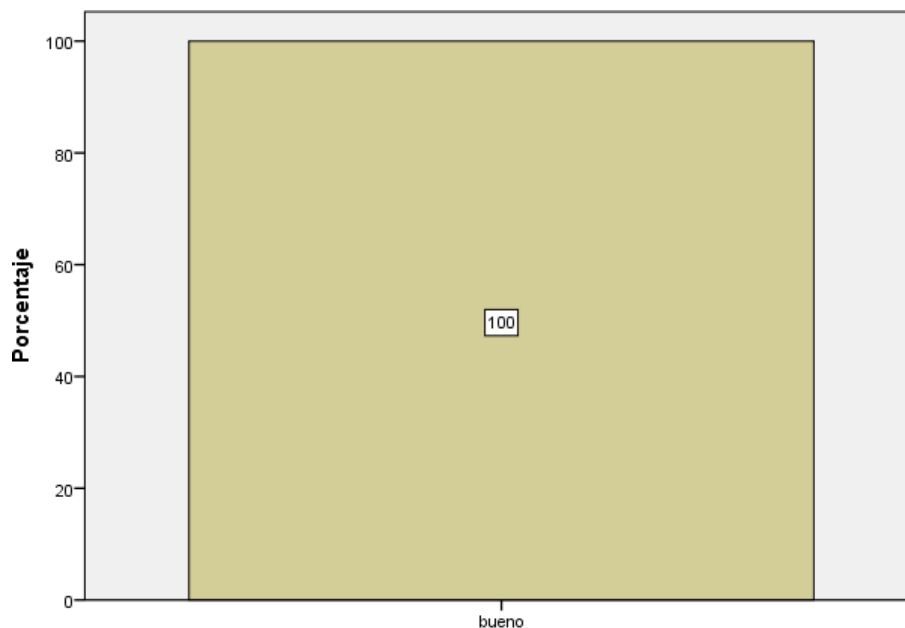
fundamental dado que esto se correlaciona con el interés que tiene la empresa en el corto, mediano y largo plazo.

**CUADRO N°17
COMO CONSIDERA LA SATISFACCION LABORAL EN LA EMPRESA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos bueno	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada
Elaboración: propia

**GRAFICO N°17
COMO CONSIDERA LA SATISFACCION LABORAL EN LA EMPRESA**



CUADRO N° 17 como considera la satisfaccion laboral en la empresa

Análisis e Interpretación. conocer la opinión de los trabajadores de la empresa respecto a la satisfacción laboral es fundamental dado que es necesario que una empresa cuenta con trabajadores motivados, comprometidos, motivados por el trabajo que están realizando, en ese contexto, hemos logrado establecer que el 100% de trabajadores considera que la satisfacción laboral es buena, dado que entre ello se comparten estas experiencias en la misma empresa.

El objetivo es fundamental dado que es necesario para mejorar el rendimiento y productividad comercial en la empresa. En ese sentido, la

opinión de los trabajadores confirma la existencia de un ambiente con expectativa adecuada respecto al trabajo.

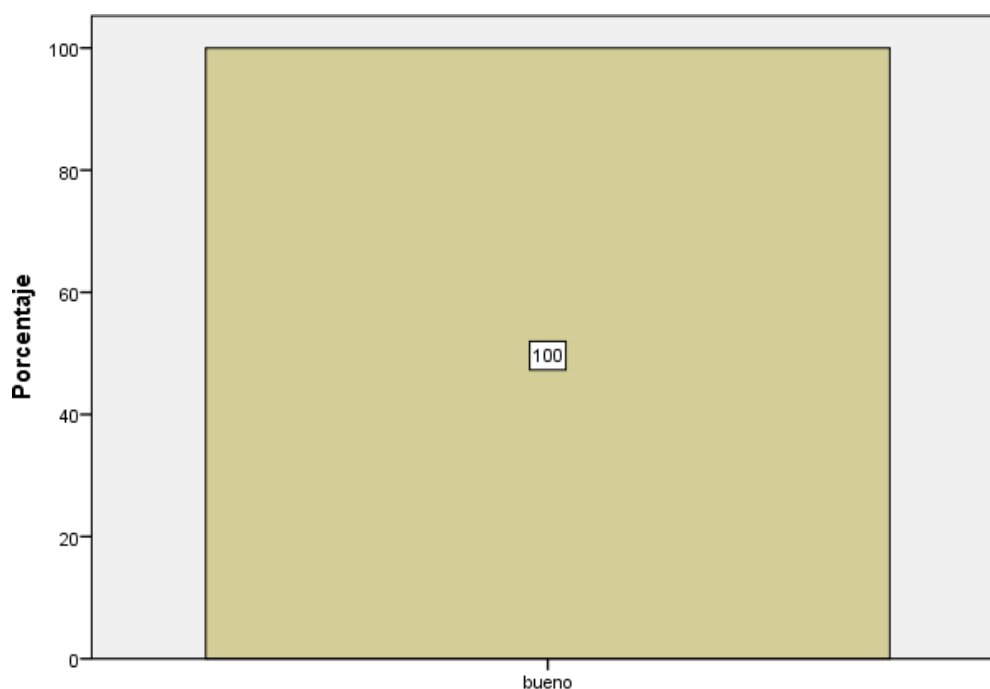
**CUADRO N°18
COMO CONSIDERA LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos bueno	7	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuesta Realizada

Elaboración: propia

**CUADRO N°18
COMO CONSIDERA LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA**



CUADRO N° 18 como considera la productividad en la empresa

Análisis e Interpretación. finalmente hemos consultado respecto a que opinan los trabajadores de la productividad de la empresa. En este contexto es importante mencionar que la empresa maneja dos dimensiones de la productividad, el primero de ellos considera con la cantidad de productos o lotes de producción de agua en la empresa, y segundo con la productividad comercial, el mismo que considera que hay incremento o no de ventas en la empresa, en ese contexto los trabajadores consideran que ahora la productividad es buena dado que se ha mejorado la producción y las ventas.

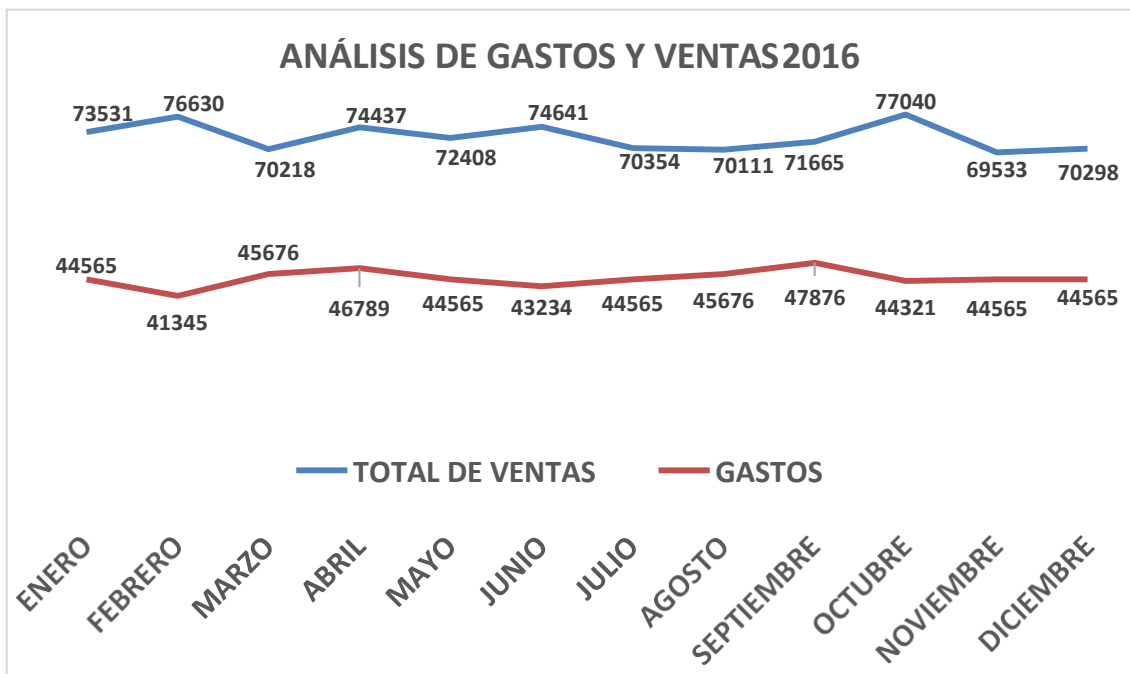
4.1.A. Análisis De Ventas y Rentabilidad en la empresa Adarga E.R.L.

CUADRO N°19
REGISTRO DE VENTAS DE LA EMPRESA ADARGA E.I.R.L – 2015 – 2016. LIMA

VENTAS MESES	VENTA DIRECTAS		VENTAS INTERMEDIA		TOTAL DE VENTAS		GASTOS	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
ENERO	35000	36544	37654	36987	72654	73531	43564	44565
FEBRERO	34987	37654	36543	38976	71530	76630	43564	41345
MARZO	33876	34564	34897	35654	68773	70218	42345	45676
ABRIL	36543	36541	37324	37896	73867	74437	41675	46789
MAYO	34567	35654	35987	36754	70554	72408	43564	44565
JUNIO	33453	36765	34789	37876	68242	74641	43564	43234
JULIO	33456	34565	33675	35789	67131	70354	43564	44565
AGOSTO	32456	34568	32897	35543	65353	70111	46786	45676
SEPTIEMBRE	34564	35678	35101	35987	69665	71665	46563	47876
OCTUBRE	37456	37476	38765	39564	76221	77040	48765	44321
NOVIEMBRE	33524	34321	34201	35212	67725	69533	43564	44565
DICIEMBRE	33245	34897	34564	35401	67809	70298	43564	44565
Total	413127	429227	426397	441639	839524	870866	531082	537742

Fuente: Oficina de Contabilidad de la Empresa ADARGA E.I.R.L.
Elaboración: Propia

GRAFICO N°19
REGISTRO DE VENTAS Y GASTOS DE LA EMPRESA ADARGA E.I.R.L – 2015 – 2016. LIMA



Análisis e Interpretación. Las actividades de comercialización de la empresa ADARGA E.I.R.L. se central en la producción y venta de agua de mesa cuyo nombre comercial es Inmaculada. En Diferentes

presentaciones como botellas personales, bidones, esta empresa tiene su mercado principal en el cono norte de Lima Provincias. El total de ventas tanto directas como a través de intermediarios sumo el 2015 S/. 839524, el 2016, el monto fue mayor de S/. 870866 nuevos soles. Como se puede ver, en el cuadro y gráfico presente la empresa es rentable teniendo utilidades que oscilan entre el 25% y 35% de sus ventas. Entre los periodos de evaluación las ventas han aumentado, siendo una empresa económicamente rentable.

CUADRO N°20
RATIOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA ADARGA E.I.R.L – 2015 – 2016. LIMA

	2015	2016
Beneficio neto	0.36	0.38
Solvencia	342%	393%
Liquidez	304%	320%

*Fuente: Oficina de Contabilidad de la Empresa ADARGA E.I.R.L.
Elaboración: Propia*

Los indicadores anteriores son positivos, en el sentido que tanto el beneficio que obtiene la empresa es un tercio superior en promedio por cada sol que invierte, aumentando en 0.2 céntimos más entre el 2015 y 2016, así mismo, la ratio de solvencia no indica que la empresa está en condiciones de cumplir sus responsabilidades con tercero con la labor comercial que realiza, y ello ha tenido un incremento a favor entre el 2015, y 2016. La ratio de liquidez calculado permite ver la capacidad de la empresa para enfrentar compromisos a corto plazo, en ese sentido, el indicador entre años ha aumentado demostrando que la producción y las ventas de la empresa han mejorado la posición que tiene el negocio con sus proveedores. La Empresa Adarga, es una empresa posicionada con el nombre comercial descrito en el cono norte de Lima.

4.2. Contrastación de Hipótesis

Para contrastar las hipótesis planteamos las siguientes afirmaciones:

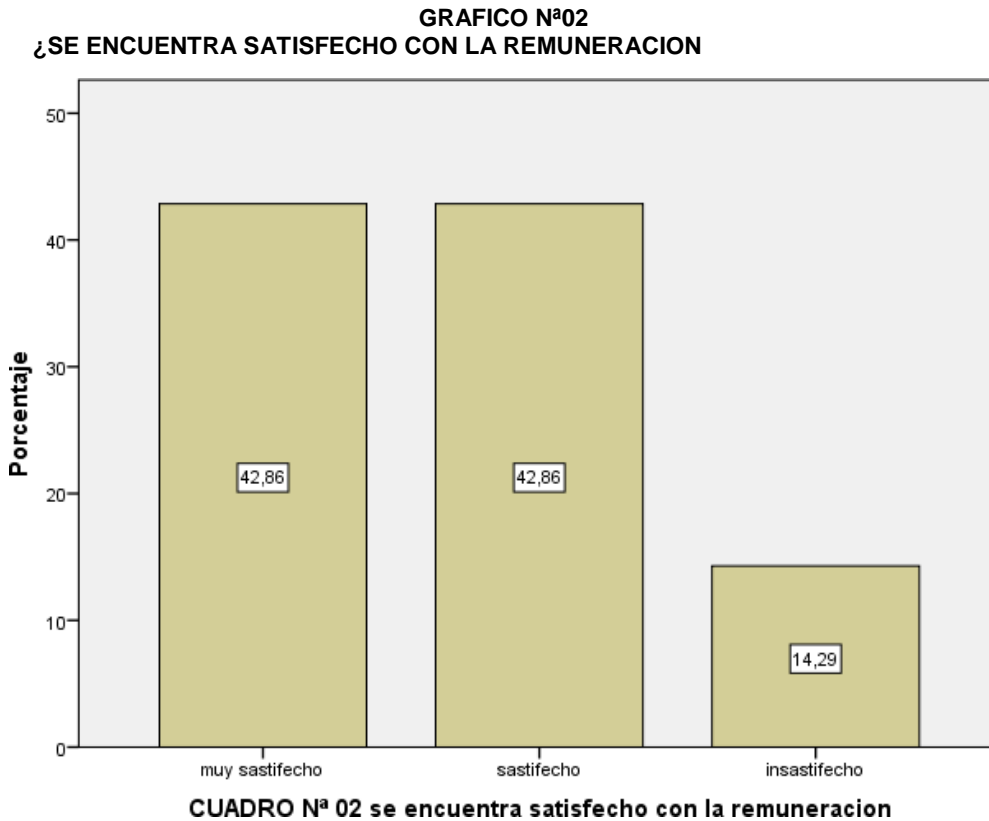
Primero: nuestras hipótesis general sostiene:

“La satisfacción laboral influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2017”

De igual forma, hemos planteado que sus dimensiones como Remuneración, promociones Laborales, Motivación tienen la misma influencia en la productividad de la empresa Adarga.

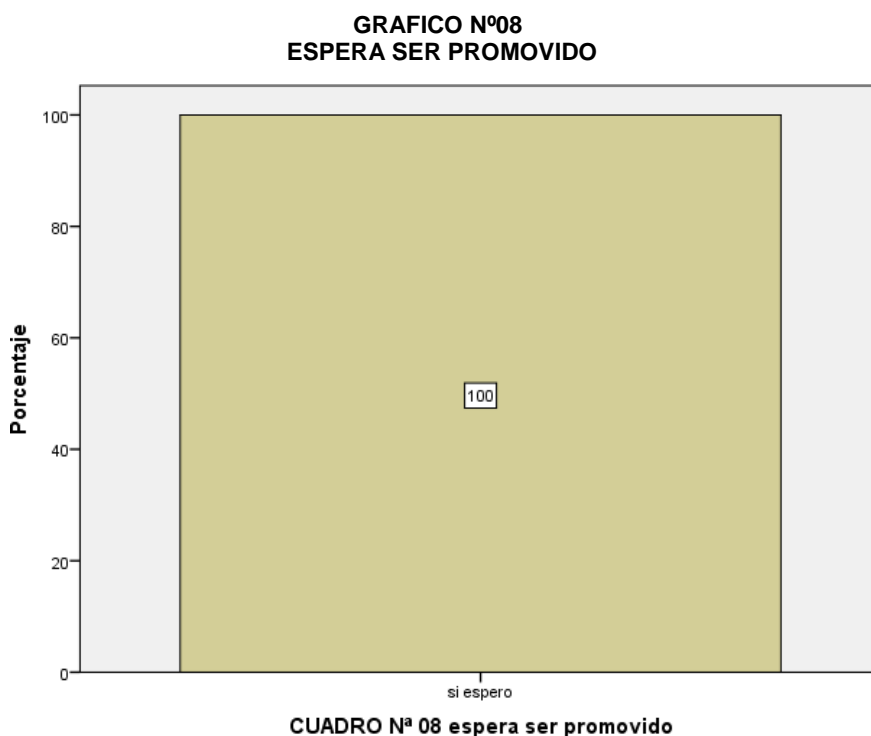
“La remuneración influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2017”

Respecto a esta Hipótesis hemos demostrado a través del Cuadro y gráfico N°02 que los trabajadores se encuentran satisfechos con la remuneración que reciben.



Las promociones laborales influyen significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2017

Así mismo podemos observar que el 100% de trabajadores espera ser promovido, y mejorar sus ingresos económicos con la mejora de la productividad de la empresa. Eso está planteado y descrito en el Gráfico 8 que copiamos en este acápite.

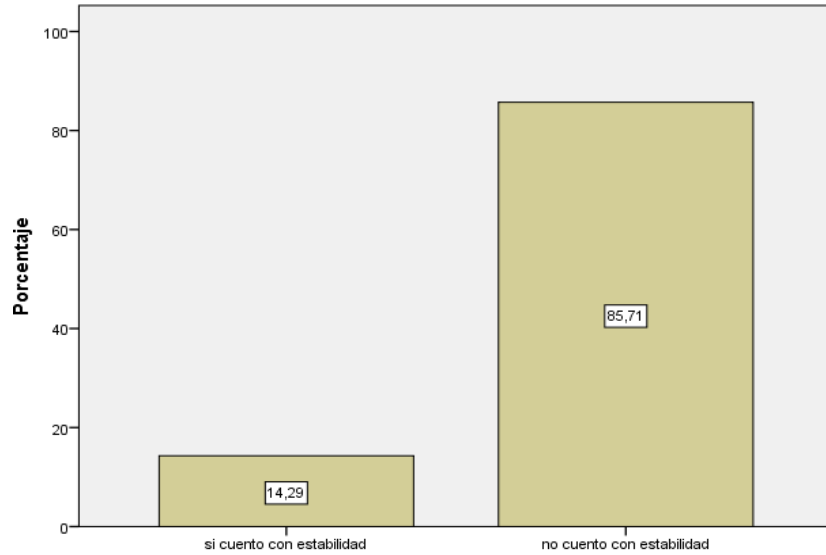


La motivación influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2017.

De igual forma en la descripción de las características de la variable independiente satisfacción laboral hemos podido analizar en el gráfico N°14 que los trabajadores se encuentran motivados, siendo una de las razones la motivación de estar con estabilidad laboral. El 86% de ellos sostuvo esta respuesta en el Gráfico N°13, tal como se puede observar en lo copiado. Solo 14% considera que no se encuentra motivado, en esta

sección hemos manifestado que son por razones de que son trabajadores nuevos en la empresa.

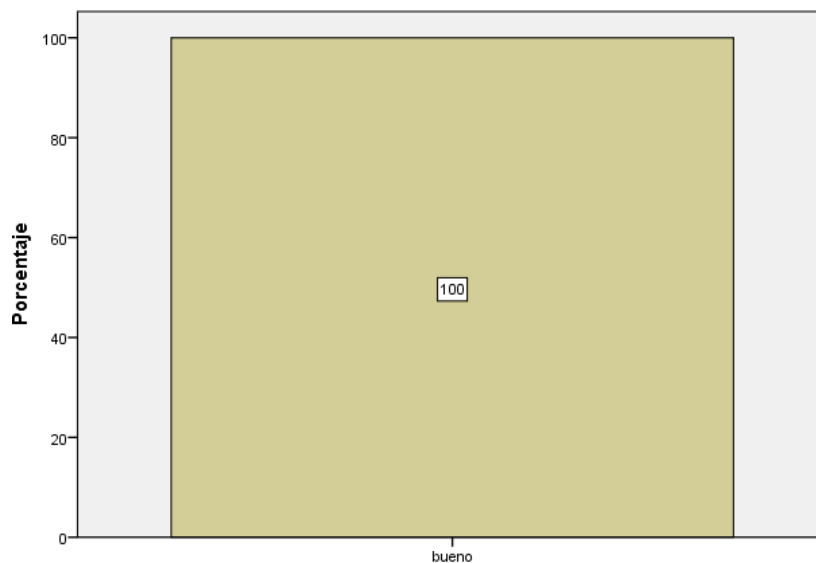
**CUADRO N°13
CONSIDERA QUE CUENTA CON ESTABILIDAD LABORAL**



CUADRO N° 13 considera que cuenta con estabilidad laboral

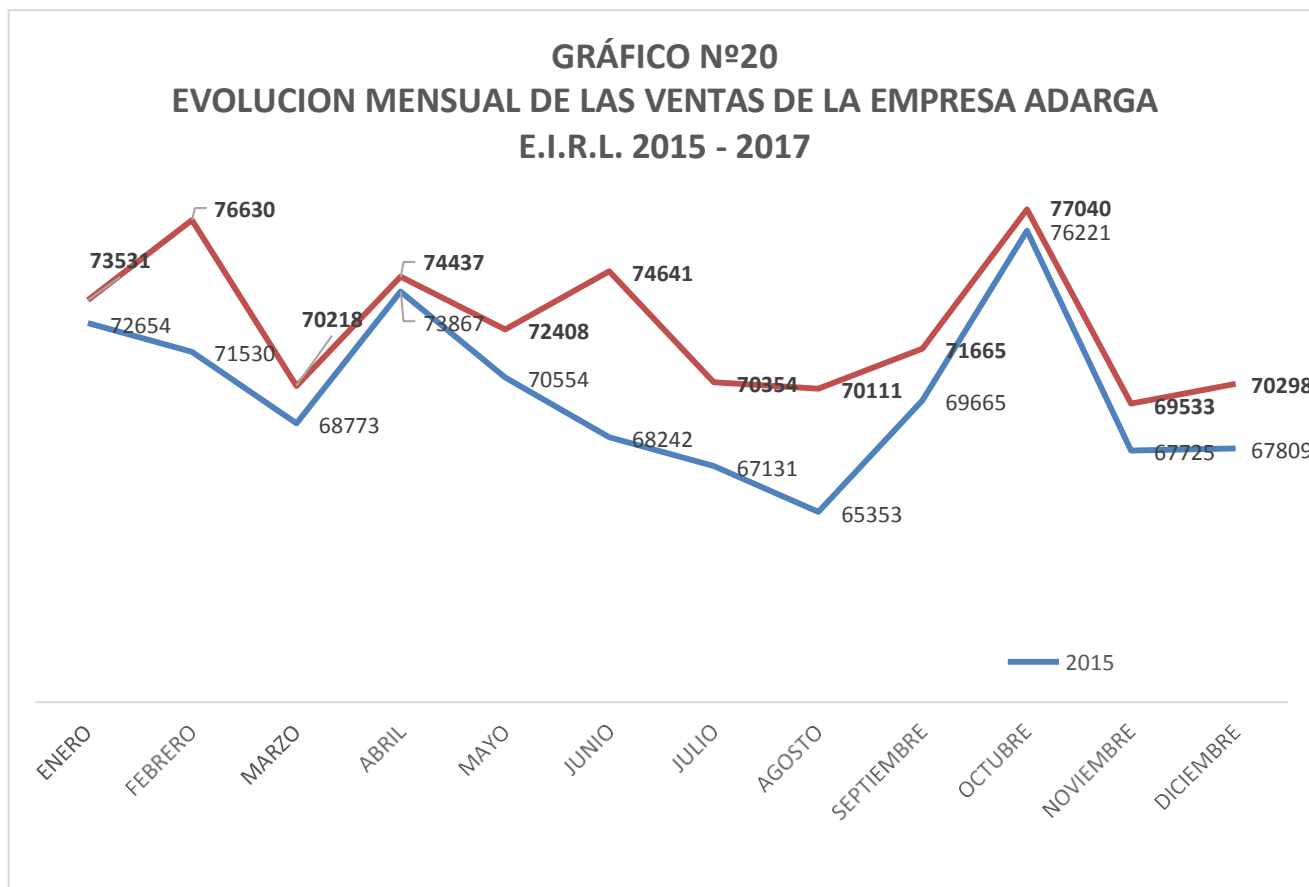
Con los cuadros y gráficos anteriores desprendemos que hay una ***importante satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa, ello descrito en el siguiente gráfico.***

**GRAFICO N°17
COMO CONSIDERA LA SATISFACCION LABORAL EN LA EMPRESA**



CUADRO N° 17 como considera la satisfaccion laboral en la empresa

Respecto a la variable dependiente tenemos dos dimensiones importantes ventas y Rentabilidad.



En el gráfico anterior podemos observar que las ventas han mejorado sustancialmente entre los dos años de evaluación. Por lo que podemos afirmar descriptivamente que efectivamente hay una influencia directa de la satisfacción laboral en la productividad de la empresa, dado que el 2015 no se tomaba en cuenta estos aspectos de la satisfacción laboral de la empresa Adarga. El 100% de trabajadores considera que hay una adecuada satisfacción laboral, y por ende las ventas han mejorado así como la rentabilidad dado que aumentaron su capacidad de solvencia en más de 300%, lo mismo el beneficio neto invertido por cada sol es 30% más respecto al año anterior. quedando demostrada nuestras hipótesis.

CAPITULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS

- Respecto a la Variable Independiente Satisfacción Laboral

Hemos transcrito en los antecedentes de la investigación la tesis hecha por Cecilia Sanchez Florencia, presentada a la Universidad de Buenos Aires el año 2011, quien concluyo que existe una estrecha relación entre estrés laboral, satisfacción con el rendimiento que tiene el trabajador, en el caso de estudio en una industria de cereales, manifestando además que trabajadores que tuvieron buen rendimiento son aquellos que en el momento estaban satisfechos con los entornos de trabajo ofrecidas.

De igual forma (VEGA, 2010) sostiene que la satisfacción laboral es una cualidad hacia la labor, que es definida como el estado emocional verdadero o satisfactorio que surge de la evaluación del trabajo o práctica laboral de un individuo. (NEWSTROM, 1991) sostiene que, en el campo organizacional, una actitud se define como los sentimientos y las creencias que determinan en gran parte la forma en que los empleados perciben su ambiente, su compromiso con las acciones que se pretenden y, en última instancia su comportamiento.

En este contexto y entendiendo que las dimensiones de la satisfacción es la remuneración, promoción y motivación, nuestros resultados han mostrado resultados positivos. Los trabajadores de la empresa Adarga en primer lugar el 85% considera que el monto recibido por su trabajo es el adecuado, el 100% de ellos espera ser promovido, y más del 80% sostiene que se encuentran motivados por que tienen estabilidad laboral.

En ese contexto a opinión del investigador esta tesis confirma lo que la teoría manifiesta en diferentes contextos, la satisfacción laboral es importante para mejorar el rendimiento de los trabajadores en el corto, mediano y largo plazo.

- **Respecto a la Variable Dependiente Productividad**

Según (JANAMPA, 2012) Productividad es el mejoramiento efectivo de las capacidades productivas de una organización. La productividad es la consecuencia que logra la empresa al trabajar con calidad; para establecer su resultado es necesario tomar en consideración no solo el impacto financiero, sino también la trascendencia en las situaciones de la vida de su personal y del público en general. La productividad es la correlación insumos-productos en cierto espacio con especial consideración a la calidad. Productividad la delimitan como la relación entre el conjunto de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. (ESLAVA, 2013) sostiene que una de las dimensiones de la productividad es la rentabilidad entendida como como la condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión. **La rentabilidad Financiera**, por su parte, es un fenómeno que se da cuando el progreso de una diligencia ofrece patrocínios en una magnitud mayor a las mermas, a toda la sociedad, sin interesar si resulta rentable desde un punto de vista económico para el promotor. En este contexto, la investigación ha considerado el análisis de las ventas de la empresa los últimos dos años,

así como el cálculo de las principales ratios, demostrando el incremento sustancial que ha habido en la actividad comercial, permitiendo que las ratios de solvencia, liquidez y beneficio neto sean positivas y una alternativa real para seguir fomentando inversión y una mayor rentabilidad.

La teoría y la practica nos demuestra en esta investigación la relación e influencia que existe, en ese contexto nuestras hipótesis son demostradas y validadas.

CONCLUSIONES

- ✚ Las Ventas de la Empresa ADARGA han aumentado de S/. 839524 soles el 2015, a S/. 870866 soles el 2016, generado por contar con trabajadores que se encuentran al 100% satisfechos en la empresa. de esta forma se infiera que hay una influencia significativa de la satisfacción laboral en la productividad de la empresa.
- ✚ El 86% de trabajadores de la ADARGA E.I.R.L. se encuentra satisfecha con la remuneración que reciben, ello puede permitir inferir que la remuneración permite que hay una influencia en la productividad de la empresa dado el mejoramiento en el nivel de ventas que tiene en el cono norte de Lima.
- ✚ El 100% de trabajadores espera ser promovido, lo que es estímulo para mejorar su rendimiento, ello traducido en un mayor incremento de ventas en la empresa. por lo que se infiera que la promoción laboral influye en la productividad comercial de la empresa ADARGA E.I.R.L.
- ✚ El 86% de trabajadores sostiene que se encuentran satisfechos en la empresa por que cuentan con estabilidad laboral, lo que ha permitido un mejor rendimiento comercial entre el 2015 y 2016, por lo que se infiere que la motivación influye en la productividad de la empresa ADARGA E.I.R.L. de Lima

RECOMENDACIONES

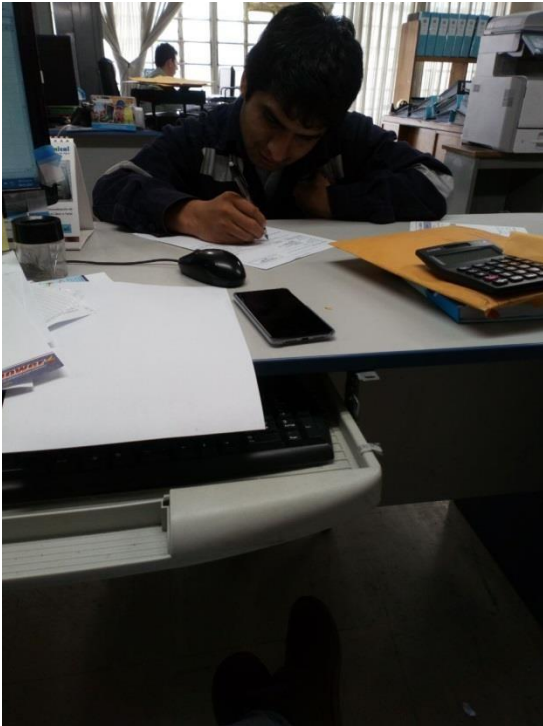
- ✚ En torno a las remuneraciones, la empresa ADARGA debe generar en su reglamento interno escalas para los trabajadores que cumplan con metas comerciales en las ventas de agua de mesa, así mismo, estos deben estar determinados por objetivos cualitativos claros que tiene la empresa en el corto plazo.
- ✚ En torno a la promoción laboral, la empresa debe formular sus documentos de gestión en el que se consideren los ascensos como parte de la política de motivación formal que debe tener, así mismo, se debe crear unidades que permitan sostener la actual satisfacción laboral que tienen los trabajadores.
- ✚ Respecto a la motivación, la empresa debe incluir en su sistema aspectos de motivación extrínseca para que los trabajadores no solo esperen este incentivo a través de remuneraciones, sino a través de reconocimientos, felicitaciones entre otros similares.
- ✚ En torno a la satisfacción laboral de la empresa siendo esta un aspecto que ayuda a mejorar las condiciones comerciales, es importante que se sostenga esta satisfacción haciendo un seguimiento constante de las diferentes motivaciones que tienen sus trabajadores.

Referencias Bibliográficas

- ✚ Antonio, E. C. (2003). *Dirección De La Fuerza De Ventas* . Madrid: Esic.
- ✚ Arthur, S. R.-J. (1996). *Administración*. Mexico: Pearson Educación.
- ✚ Cáceres Hernández, J. J. (2007). *Conceptos Básicos De Estadística Para Ciencias Sociales*. Madrid: Delta Publicaciones .
- ✚ Cañizares, S. M. (2011). *Satisfacción Laboral: Causas Consecuencias Y Medición*. Andalucía: España.
- ✚ Cecilia, S. F. (2011). *Estres Laboral, Satisfacción En El Trabajo Y Bienestar Psicológico En Trabajadores De Una Industria De Cereales*. Buenos Aires - Argentina: Universidad Abierta Interamericana .
- ✚ Cesar, G. L. (2012). *Niveles De Satisfacción Laboral En Banca Comercial Un Caso En Estudio*. Lima: Pontificia Universidad Católica Del Perú.
- ✚ Coronado, F. J. (2003). *Diccionario Enciclopédico De Estrategia Empresarial*. Madrid: Díaz De Santos S.A.
- ✚ Eslava, J. D. (2013). *La Rentabilidad: Análisis De Costos Y Resultados* . España: Curso Esic De Emprendimiento Y Gestión Empresarial.
- ✚ Exalto, N. P. (2015). *Uso De Los Documentos De Gestión Administrativa Y Su Influencia En El Rendimiento De Los Trabajadores De La Diresa Huanuco 2015*. Huanuco : Universidad De Huanuco.
- ✚ Gan Bustos, F. (2012). *La Identificación Del Personal Y La Promoción Interna*. Madrid: Ediciones Díaz De Santos.
- ✚ Gerardo Mauricio Olivares Ramirez - María De Los Angeles Silva Olvera. (2012). *El Compromiso Organizacional Y La Satisfacción Laboral*. Bogotá: Eae.
- ✚ Geus, A. D. (1997). *La Empresa Viviente: Hábitos Para Sobrevivir En Un Ambiente De Negocios*. Barcelona: Granica S.A.
- ✚ Gonzales Garcia, M. J. (2006). *Habilidades Directivas* . Málaga : Innova 2006.
- ✚ Hernandez Sampieri, R. (2006). *Metodología De La Investigación Científica*. Mexico: Macgrawhill.
- ✚ Horngren, C. T. (2009). *Contabilidad De Costos: Un Enfoque Gerencial*. Colombia: Pearson Educación.
- ✚ Janampa, J. C. (2012). *Dimensiones De La Productividad Del Trabajo En Las Empresas De América Latina*. Colombia: Organización Internacional Del Trabajo.

- ✚ López, L. G. (2001). *Satisfacción Y Motivación En El Trabajo*. Madrid: Ediciones Diaz De Santos S.A.
- ✚ Navarro, S. M. (2012). *Satisfaccion Laboral Y Su Influencia En La Productividad*. Guatemala: Universidad Rafael Landivar De Guatemala.
- ✚ Newstrom, J. W. (1991). *El Coportamiento Humano En El Trabajo: Comportamiento Organizaciol*. Bogota: Mcgrawhill.
- ✚ Roberto, H. S. (2006). *Metodologia De La Investigacion*. Mexico: Mcgraw Hill.
- ✚ Ronald Alfaro Salazar, S. L. (2012). *Satisfaccion Laboral Y Su Relaicon Con Algunas Variables Ocupacionales En Tres Municipalidades*. Lima: Pontificia Universidad Catolica Del Peru.
- ✚ Vadillo, S. (2005). *Administracion De Remuneraciones*. Mexico: Caniem.
- ✚ Vega, M. J. (2010). *Relacion Entre El Clima Organizacional Y La Satisfaccion Laboral*. Madrid: Servicios Editoriales.

ANEXOS



MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tesis: La Satisfacción Laboral En La Productividad En La Empresa Adarga E.I.R.L Del Departamento De Lima 2017

Autor: Bach. Panduro Alvarado, Luz Estela

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Instrumentos
<p>General ¿De qué manera influye la satisfacción laboral en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2017?</p> <p>Específicos ¿De qué manera influye la remuneración en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2017?</p> <p>¿De qué manera influye la promoción laboral en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2017?</p> <p>¿De qué manera influye la motivación en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2017?</p>	<p>General Determinar la influencia de la satisfacción laboral en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2017.</p> <p>Específicos Determinar la influencia de las remuneraciones en la productividad en la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2017.</p> <p>Determinar la influencia de las promociones laborales en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2017.</p> <p>Determinar la influencia de la motivación en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima 2017.</p>	<p>General HI: La satisfacción laboral influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2017.</p> <p>Específicos HI: La remuneración influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2017.</p> <p>HI: Las promociones laborales influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2017.</p> <p>HI: La motivación influye significativamente en la productividad de la empresa Adarga E.I.R.L Lima- 2017.</p>	<p>1. Independiente Satisfacción Laboral</p> <p>Dimensiones Remuneración Promoción Laboral Motivación</p> <p>2. Dependiente Productividad</p> <p>Dimensiones Rentabilidad Ventas</p>	<p>Tipo y Nivel de Investigación Descriptiva: Describen procesos, características de los elementos de cada una de las variables que se va investigar.</p> <p>Enfoque Cuantitativo: la información que se va recolectar se procesara estadísticamente.</p> <p>Diseño de la Investigación: La Investigación es no experimental – Transversal.</p> <p>Población Constituida por la cantidad de trabajadores incluido el gerente. N = 7</p> <p>A. Muestra n = 6 no incluye al gerente</p>	<p>Encuestas: para conocer la influencia de la satisfacción laboral en la productividad.</p> <p>Entrevista al gerente para corroborar la existencia de ambas variables.</p>



ENCUESTA

La presente encuesta tiene la finalidad de conocer su opinión respecto a la satisfacción laboral y su relación con la productividad en la empresa. Los resultados serán usados con fines académicos.

1. ¿Cuánto tiempo tiene usted trabajando en la empresa?

1 – 2 años () 2 – 3 años () Más de tres años ()

2. ¿Se encuentra usted satisfecho con la remuneración (monto) que recibe en la empresa?

Muy satisfecho ()

Satisfecho ()

Insatisfecho ()

Muy Insatisfecho ()

)

3. ¿considera que el monto que recibe por su trabajo es el adecuado? Si considero ()

No considero ()

4. ¿Cuenta usted con los beneficios de ley respecto a sus remuneraciones? Si cuento ()

No cuento ()

Si su respuesta es afirmativa diga con que beneficios:

5. Hace uso de los beneficios que le otorga ser un trabajador formal? Si aprovecho los beneficios ()

No aprovecho ()

6. Hay ascensos en la empresa por buen rendimiento? Si hay ()
No hay ()

Si su respuesta es afirmativa diga describa su ascenso.

7. En los últimos dos años usted fue ascendido o reconocido por su trabajo? Solo ascendido ()
Solo reconocido ()
Ascendido y reconocido () Ninguna de los dos ()

8. Espera usted ser promovido por la empresa? Si espero ()
No espero ()

9. Espera usted un incremento salarial? Si espero ()
No espero ()

10. Cuenta usted con bonificaciones en su remuneración? Si cuento ()
No cuento ()

11. En qué ocasiones recibe usted bonificaciones? Cuando hay mayor productividad ()
Cuando aumenta la venta la empresa ()
Cuando aumenta los precios ()
Cuando me identifico en actividades empresariales ()

12. Considera usted que las bonificaciones son justas? Si considero ()
No considero ()

13. Considera usted que cuenta con estabilidad laboral? Si cuento con estabilidad ()

No cuento con estabilidad ()

14. Cuál es su modalidad de contrato? Tiempo Completo ()

Medio Tiempo ()

Locación de servicios ()

15. Cada cuánto tiempo renueva usted su contrato? Cada tres meses ()

Cada seis meses ()

Anual ()

16. Considera usted que su rendimiento ha mejorado? Si ha mejorado ()

No ha mejorado ()

17. ¿En términos generales como considera la satisfacción laboral en la empresa? Bueno ()

Regular ()

Deficiente ()

18. ¿En términos generales como considera usted la productividad en la empresa? Bueno ()

Regular ()

Deficiente ()



Entrevista

La presente encuesta tiene la finalidad de conocer su opinión respecto a la satisfacción laboral y su relación con la productividad en la empresa. Los resultados serán usados con fines académicos.

¿Considera usted que el rendimiento productivo de la empresa ha mejorado?

¿si su respuesta es afirmativa, considera usted que la satisfacción de sus trabajadores contribuye con ello?

¿De qué manera garantiza la empresa satisfacción en sus trabajadores?

¿Otorga beneficios por buen rendimiento o aumento de la productividad?

¿Considera usted que la motivación es fundamental para tener satisfecho a los trabajadores?

¿Desarrolla la empresa tareas de promoción y asenso a los trabajadores?

¿Considera su empresa expandir su mercado para ampliar sus ventas?

¿Es objetivo de la empresa mejorar su rentabilidad?

¿Hace análisis constante del rendimiento comercial de la empresa?

¿qué otros aspectos debe considerar la empresa para mejorar su relación con sus trabajadores y sus ventas?