

Escuela de Posgrado

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Tesis

**Factores que contribuyen a la satisfacción laboral de
los colaboradores en la empresa Beauty & Books del
distrito de Huancayo**

Abio Alberto Alvarado Maldonado

Para optar el Grado Académico de
Maestro en Administración de Negocios

Huancayo, 2021

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

Asesor

Dr. William Rodríguez Giráldez

Dedicatoria

A Dios, a María Auxiliadora por su apoyo y amor incondicional de madre, a mis padres, familiares y a la oportunidad que tengo de seguir aportando al progreso de nuestro mundo.

Abio Alberto Alvarado Maldonado

Reconocimiento

A los docentes de las Instituciones Educativas que me ayudaron a desarrollar mis conocimientos y mi formación en general; Salesiano Santa Rosa, Universidad Nacional de Ingeniería, Universidad Nacional el Centro del Perú y a la Universidad Continental.

A mis padres Flavio y Haydeé, mi hija Silvia Gabriela, mis hermanos y familiares que me apoyaron.

A mi asesor Dr. William Rodríguez Giráldez, la Mag. Gladys Idone, quienes guiaron el desarrollo de la presente investigación.

Índice

| | |
|--|------|
| Asesor..... | ii |
| Dedicatoria..... | iii |
| Reconocimiento | iv |
| Índice de Tablas..... | ix |
| Índice de Figuras | x |
| Resumen | xi |
| Abstract..... | xii |
| Introducción | xiii |
| Capítulo I Planteamiento del Estudio | 15 |
| 1.1. Alcance de la investigación | 15 |
| 1.1.1. Territorial | 15 |
| 1.1.2. Temporal | 15 |
| 1.1.3. Conceptual | 15 |
| A. Nivel 1: necesidades de orden inferior..... | 15 |
| B. Nivel 2: necesidades de orden superior..... | 16 |
| 1.2. Planteamiento del problema..... | 16 |
| 1.3. Formulación del Problema..... | 20 |
| 1.3.1. Problema general..... | 20 |
| 1.3.2. Problemas específicos..... | 20 |
| 1.4. Presentación de Objetivos..... | 21 |
| 1.4.1. Objetivo general..... | 21 |
| 1.4.2. Objetivos específicos..... | 21 |
| 1.5. Justificación del Estudio | 21 |
| 1.5.1. Justificación teórica..... | 21 |
| 1.5.2. Justificación práctica..... | 22 |
| 1.5.3. Justificación metodológica..... | 22 |
| 1.6. Limitaciones del Estudio..... | 22 |
| Capítulo II Marco Teórico..... | 24 |
| 2.1. Antecedentes de la investigación | 24 |

| | | |
|--------------|--|----|
| 2.1.1. | Artículos científicos..... | 24 |
| 2.1.2. | Tesis nacionales e internacionales. | 28 |
| A. | Tesis nacionales..... | 28 |
| B. | Tesis internacionales..... | 33 |
| 2.2. | Bases Teóricas..... | 36 |
| 2.2.1. | Marco histórico. | 36 |
| 2.2.2. | Estructura teórica y científica que sustenta el estudio..... | 37 |
| A. | Satisfacción laboral | 37 |
| B. | Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow..... | 42 |
| C. | Teoría bifactorial de Hezberg. | 44 |
| D. | Teoría de las necesidades adquiridas de Mcclelland..... | 48 |
| E. | Teoría de las necesidades de Maslow y Mcclelland. | 49 |
| F. | Teoría de la privación relativa..... | 50 |
| G. | Teoría de la equidad de Adams..... | 50 |
| H. | Teoría del establecimiento de objetivos..... | 51 |
| 2.3. | Definición de Términos básicos..... | 51 |
| 2.3.1. | Satisfacción laboral..... | 51 |
| 2.3.2. | Satisfacción laboral intrínseca. | 51 |
| 2.3.3. | Satisfacción laboral extrínseca..... | 52 |
| 2.3.4. | Necesidades básicas o fisiológicas:..... | 52 |
| 2.3.5. | Necesidades de seguridad o protección: | 52 |
| 2.3.6. | Necesidades sociales o de afiliación:..... | 52 |
| 2.3.7. | Necesidades de autoestima o reconocimiento: | 53 |
| 2.3.8. | Necesidades de autorrealización: | 53 |
| Capítulo III | Metodología de Investigación..... | 54 |
| 3.1. | Enfoque de la investigación..... | 54 |
| 3.2. | Método general de investigación. | 55 |
| 3.3. | Método específico de investigación. | 57 |
| 3.4. | Categorías a priori..... | 58 |
| 3.5. | Experiencia del investigador..... | 59 |
| 3.6. | Escenario de la investigación. | 60 |
| 3.7. | Participantes | 61 |
| 3.7.1. | Descripción de los participantes..... | 61 |

| | | |
|-------------|---|-----|
| A. | Consultoras..... | 61 |
| B. | Emprendedoras..... | 62 |
| C. | Directoras..... | 62 |
| 3.7.2. | Identificación de los participantes..... | 62 |
| 3.8. | Técnicas e Instrumentos..... | 63 |
| 3.8.1. | Técnica..... | 63 |
| 3.8.2. | Instrumento..... | 64 |
| 3.9. | Aprehensión de la información..... | 65 |
| 3.9.1. | Procedimiento para la aprehensión de información..... | 65 |
| 3.9.2. | Técnicas de análisis de información..... | 65 |
| A. | Triangulación metodológica..... | 67 |
| B. | Triangulación de datos..... | 67 |
| C. | Triangulación de investigadores..... | 67 |
| D. | Triangulación de teorías..... | 68 |
| Capítulo IV | Recopilación y Análisis de Información..... | 69 |
| 4.1. | Resultados de los datos..... | 69 |
| 4.1.1. | Resultado de entrevistas a participantes..... | 69 |
| A. | Resultados de Consultora 01..... | 69 |
| B. | Resultados de consultora 02..... | 71 |
| C. | Resultados de Consultora 03..... | 73 |
| D. | Resultados de Emprendedora 01..... | 75 |
| E. | Resultados de Emprendedora 02..... | 77 |
| F. | Resultados de emprendedora 03..... | 79 |
| G. | Resultados de directora 01..... | 80 |
| H. | Resultados de directora 02..... | 83 |
| 4.2. | Triangulación..... | 85 |
| 4.2.1. | Triangulación de datos recogidos..... | 85 |
| A. | Triangulación de teorías base..... | 85 |
| B. | Triangulación de Consultoras..... | 92 |
| C. | Triangulación de Emprendedoras..... | 104 |
| D. | Triangulación de la realidad de directoras..... | 113 |
| 4.2.2. | Triangulación de la realidad con la teoría para la categorización (contrastación con la teoría)..... | 123 |

| | | |
|---------------------------------|---|-----|
| A. | Teoría base con las conclusiones de Consultoras | 123 |
| B. | Teoría base con las conclusiones de Emprendedoras. | 129 |
| C. | Teoría base con las conclusiones de directoras. | 136 |
| 4.2.3. | Triangulación para la categorización general. | 142 |
| 4.2.4. | Categorización (categorías emergentes). | 146 |
| 4.2.5. | Interpretación de los hallazgos | 148 |
| Conclusiones | | 153 |
| Recomendaciones | | 155 |
| Referencias Bibliográficas..... | | 156 |
| Anexos..... | | 162 |
| Anexo A: | Autorización de Entrevista | 162 |
| Anexo B: | Validación de Instrumentos por Juicio de Expertos | 170 |
| Anexo: C: | Entrevistas a Consultoras | 175 |
| Anexo D: | Entrevistas a Emprendedoras | 194 |
| Anexo E: | Entrevistas a Directoras y Declaraciones Nacionales | 206 |
| Anexo F: | Matriz de Consistencia | 212 |

Índice de Tablas

| | |
|---|-----|
| Tabla 1 Categorías a priori | 58 |
| Tabla 2 Participantes de la investigación | 63 |
| Tabla 3 Categorías a priori de consultora 01 | 69 |
| Tabla 4 Categorías a priori de consultora 02 | 71 |
| Tabla 5 Categorías a priori de consultora 03 | 73 |
| Tabla 6 Categorías a priori de emprendedora 01 | 75 |
| Tabla 7 Categorías a priori de emprendedora 02..... | 77 |
| Tabla 8 Categorías a priori de emprendedora 03..... | 79 |
| Tabla 9 Categorías a priori de directora 01 | 80 |
| Tabla 10 Categorías a priori de directora 02 | 83 |
| Tabla 11 Triangulación de teorías base | 85 |
| Tabla 12 Triangulación de consultoras | 92 |
| Tabla 13 Triangulación de emprendedoras..... | 104 |
| Tabla 14 Triangulación de directoras | 113 |
| Tabla 15 Triangulación de Teoría base con las conclusiones de Consultoras .. | 123 |
| Tabla 16 Triangulación de Teoría base con las conclusiones de emprendedoras | 130 |
| Tabla 17 Triangulación de Teoría base con las conclusiones de directoras..... | 136 |
| Tabla 18 Triangulación para la categorización general | 142 |
| Tabla 19 Categorías emergentes..... | 146 |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Variables que inciden en la satisfacción | 38 |
| Figura 2. Modelo de la relación entre actitud y comportamiento | 39 |
| Figura 3. Diferencia entre motivación y satisfacción | 40 |
| Figura 4. Teoría de los dos factores Higiene-Motivación. | 46 |
| Figura 5. Comparación de los modelos de motivación de Maslow y Herzberg ... | 48 |

Resumen

La presente investigación, tuvo como punto de partida el siguiente problema: ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa “Beauty & Book” del distrito de Huancayo?; guiada con el objetivo: determinar los factores que contribuyen a incrementar la satisfacción laboral de colaboradores de la empresa “Beauty & Books” del distrito de Huancayo, empresa dedicada a la distribución y venta de artículos de perfumería y otros de arreglo personal.

El estudio se realizó bajo el enfoque cualitativo; con el método de investigación de la teoría fundamentada y el método específico el inductivo, llevada a cabo los años 2019 y 2020. Después de la recolección de datos y la interpretación; se llegó a la siguiente conclusión: Los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de colaboradores en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo son el factor intrínseco, que se caracteriza por el reconocimiento, en la que las colaboradoras llamadas consultoras son reconocidas y premiadas por alcanzar las metas de ventas, mediante estos reconocimientos sienten que sus retos y aspiraciones personales son alcanzados; y el factor extrínseco que se caracteriza por la motivación social, porque tienen logros, tareas en grupo, el monitoreo y guía de sus líderes para el logro de sus objetivos y cumplimiento de sus funciones.

Palabras Claves: satisfacción laboral, factores intrínsecos, factores extrínsecos.

Abstract

This research had as a starting point the following problem: What are the factors that contribute to the job satisfaction of employees in the company "Beauty & Book" of the Huancayo district? guided with the objective: to determine the factors that contribute to increase the job satisfaction of employees of the company "Beauty & Books" of the Huancayo district, a company dedicated to the distribution and sale of perfumery and other personally arrangement items.

The study was conducted under the qualitative approach; with the type of research of the informed theory, the method used was the inductive, carried out in the years 2019 and 2020. After data collection and interpretation; the following conclusion was reached: The factors that contribute to the job satisfaction of employees, consultants in the company Beauty & Books of the Huancayo district are the intrinsic factor, which is characterized by recognition, in which the collaborators called consultants are recognized and rewarded for achieving their sales goals; and the extrinsic factor characterized by social motivation, because they have goals achievements, group tasks, monitoring and guidance of their leaders to achieve their objectives and fulfill their functions.

Keywords: job satisfaction, intrinsic factors, extrinsic factors.

Introducción

La presente investigación, “Factores que contribuyen a la satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa “Beauty & Books” del distrito de Huancayo”, busca determinar los factores que consideran los colaboradores de la empresa para alcanzar una satisfacción laboral adecuada y de esta manera sean más productivo.

La Real Academia Española define el término factor como: elemento o causa que actúan junto con otros. Tomando en cuenta dicha definición se conceptualiza que el término factor es el elemento que influyen, condicionan el resultado de un proyecto o trabajo realizado.

El presente trabajo investiga los factores que contribuyen a la satisfacción laboral por lo que es menester indagar por esta percepción que siente el colaborador de la empresa al haber realizado un trabajo.

El estudio realizado por Locke (1976) citado por Chiang (2011, p. 7) ha definido la satisfacción laboral como un estado emocional positivo o placentero resultante de una percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto. No se trata de una actitud específica, sino de una actitud general resultante de varias actitudes que un trabajador tiene hacia su trabajo y los factores con él relacionados.

La satisfacción laboral se logra, aplacando las causas de la insatisfacción y potenciando los factores que mejoran la satisfacción, que conlleva al bienestar del colaborador, creando un ambiente adecuado para su desempeño, asimismo se debe buscar el desarrollo de los colaboradores como personas, los intereses empresariales debería estar alineados con los intereses de los colaboradores, logrando un nivel de satisfacción laboral adecuado.

Tomando en cuenta que la satisfacción laboral depende de factores intrínsecos, entre los cuales también se consideran los retos y aspiraciones personales que

cada uno de los trabajadores buscan alcanzar en el desarrollo profesional, por ende, la mejora familiar, la presente investigación presentará las prácticas con que potenciar la satisfacción laboral y las recomendaciones para la mejora de la misma y consecuentemente un mejor desarrollo de la empresa “Beauty & Books” con ello, la aplicación de dichas recomendaciones implicará el mejor desempeño laboral, producto de la satisfacción laboral lograda, para las empresas afines, con lo cual se elevará el desarrollo laboral y personal de los colaboradores de la empresa.

El trabajo de investigación se presenta en cuatro capítulos:

Capítulo I, Planteamiento del Estudio, en el que se fundamenta, plantea y justifica el problema de investigación; así como los antecedentes de estudios realizados para plantear objetivos y limitaciones del estudio.

Capítulo II, Marco Teórico, en el que se presenta las bases teóricas del tema de investigación y las definiciones de los términos utilizados, relacionadas al problema a ser analizado y posteriormente se definen las variables relacionadas a la investigación.

Capítulo III, Metodología de Investigación, Se establece el modelo de investigación planteada, la población, los instrumentos de recolección de datos y la metodología empleada.

Capítulo IV, Resultados y Análisis de Resultados, en el cual se muestran los resultados obtenidos en el estudio y, el análisis de cada variable realizado.

Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones, las cuales se determinan tras el correspondiente proceso de investigación. Por último, se presentan la bibliografía, los anexos utilizados y la matriz de consistencia formulada para la investigación.

Capítulo I

Planteamiento del Estudio

1.1. Alcance de la investigación

1.1.1. Territorial

La presente investigación se realizó en la empresa “Beauty & Books” del distrito de Huancayo provincia de Huancayo, región Junín, empresa que comercializa productos de la marca U, como vendedores independientes.

1.1.2. Temporal

El estudio realizado tuvo una duración de dos años, comprendido entre enero del 2019 al 2020.

1.1.3. Conceptual

La investigación tuvo como base la Teoría de la Jerarquía de necesidades de Maslow y la teoría bifactorial de Herzberg Teoría de la jerarquía de necesidades sustentada por Abraham Maslow citado por Tejedo (2011), quien distingue cinco grupos de necesidades que se disponen jerárquicamente según su capacidad para motivar la conducta, distribuidas a su vez en 2 niveles.

A. Nivel 1: necesidades de orden inferior

Este nivel contiene dos primeros grupos de necesidades. En primer lugar, se tiene las necesidades básicas o fisiológicas primarias y vitales para la supervivencia del organismo como la comida, la bebida, el alojamiento o el abrigo. En segundo lugar, se ubica a las necesidades de seguridad o protección, relacionadas con la búsqueda de una existencia libre de amenazas o peligros en un medio relativamente estable. Esto incluye no sólo seguridad física, sino también seguridad respecto al sistema o la forma de vida.

B. Nivel 2: necesidades de orden superior

En este nivel el autor Maslow considera, en forma secuencial los grupos tercero cuarto y quinto de necesidades. En el tercer lugar se tiene las necesidades sociales o de afiliación, que implican la necesidad de establecer relaciones con los demás, tener amigos, recibir apoyo y pertenecer a un grupo. En cuarto lugar, ubica a las necesidades de autoestima o reconocimiento, que incluyen el respeto por uno mismo, el estatus, el reconocimiento y la atención por parte de los demás. En el quinto lugar, considera a las necesidades de autorrealización, se pueden entender según Lévy-Leboyer (2003) como el ser cada vez más uno mismo, ser todo aquello que se es capaz de ser, esto implica realizar aquello que realmente nos agrada y aquello para lo que estamos capacitados.

También se tomó como base la Teoría bifactorial de Herzberg llamada también como La teoría de los dos factores de Herzberg (1967) donde Caballero (2002, p. 7) establece que la satisfacción laboral y la insatisfacción en el trabajo representan dos fenómenos totalmente distintos y separados entre sí en la conducta profesional.

1.2. Planteamiento del problema

Lopez (2016), respecto al origen del negocio de ventas por catálogo en su artículo titulado "*El curioso origen de la venta por catálogo*", mencionó que esta forma de ofrecer productos data desde hace siglo y medio, alrededor del año 1872, cuando el ciudadano norteamericano Aaron Montgomery Ward, comerciante que abastecía a los principales comercios de entonces, observó que una gran parte de la población no tenía acceso a los productos suministrados por él, sobre todo quienes vivían en zonas rurales, que representaban un importante grueso de la población. El motivo de no poder acceder a dichos productos era principalmente por el precio elevado, ya que

las comisiones eran altas, al igual que los márgenes de beneficios que aplicaban.

Señaló Lopez (2016), que Aaron Montgomery propuso un sistema para eliminar varios intermediarios y que la compra fuera directa desde su punto de venta. Para ello, imprimió varios cientos de hojas donde presentaba los 163 productos que tenía a la venta y las distribuyó entre varias cooperativas agrícolas, las cuales marcaban los productos que deseaban adquirir (calzado, armas, cocinas y otros). Los productos seleccionados eran enviados por correo y en cuestión de unas semanas llegaban a los domicilios. Mientras tanto, para las viviendas más lejanas, se enviaban a la estación de ferrocarril más próxima. En una década, el catálogo inicial presentado que contenía 163 productos pasó a tener diez mil productos presentados en un catálogo de 240 páginas.

Ya en el siglo XX, millones de usuarios utilizan este tipo de compra venta por recibir un servicio personalizado o porque no quieren trasladarse. Sin embargo, no se debe perder de vista que actualmente el comercio online está ganando mucho espacio dentro del comercio en general.

En el Perú este tipo de negocio no fue ajeno en su desarrollo, la revista de información SEMANA (14/07/2017) en su sección de Economía y Desarrollo, señaló la razón del surgimiento de la empresa en estudio. Hace más de 50 años, Juan Fernando Belmont, en una botica de Barranco, Lima, inició una empresa que empoderó a las mujeres y transformó sus vidas, al convertirlas en empresarias. Esta empresa actualmente factura más de 1000 millones de dólares anuales.

Juan Fernando Belmont, por los años 1967 tuvo el sueño de que las mujeres del Perú tengan la oportunidad de generar sus propios ingresos económicos al trabajar por horas en ofrecer productos de belleza a sus conocidas, sin el descuido de su hogar. En adelante, continuó observando dicho modelo de ventas durante sus estudios en el exterior y aprovechó que su familia estaba

ligada a una empresa internacional muy prestigiosa de cosméticos. Así, Juan Fernando Belmont inspirado en el modelo de venta puerta a puerta aplicado por el estadounidense Davis McConnell, ya en el año 1967 fundó Yanbal, en el Perú, en su capital Lima, empresa que posteriormente cambió de nombre a U.

Esta empresa tiene como pilar la fuerza de la mujer peruana. En efecto, mediante este sistema de ventas, muchas mujeres logran realizarse en el mundo profesional, lo cual es un apoyo muy significativo para ellas. Además, en la actualidad se cuenta con distribuidores varones en el área administrativa de la empresa.

De la misma manera el distrito de Huancayo no es ajeno a la realidad internacional y nacional, de modo que ahí también existe el mismo modelo de oferta y distribución de artículos de venta por catálogo, en el cual participan mujeres de diferentes edades, ocupaciones y niveles culturales. Una de estas empresas es la que se tomó de modelo para realizar la presente investigación.

La empresa “Beauty & Books” es una distribuidora independiente de la línea U, que realiza pedidos a la sede principal ubicado en la ciudad de Lima, estos productos son ofrecidos en catálogos de venta que son promocionados por vendedoras clasificadas por antigüedad y volumen de ventas como consultoras, emprendedoras y directoras de ventas. Los ingresos económicos de los colaboradores son percibidos por dos rubros: por comisiones por ventas realizadas y por promover el ingreso a la empresa de nuevas vendedoras para la empresa. Sin embargo, las comisiones de las nuevas vendedoras no disminuyen para realizar el pago de quien motivó su ingreso.

Los ingresos que pueden percibir las colaboradoras son considerables, varían entre el 20% y 40% según campaña y volumen de ventas. Además, el trato de la empresa con el personal es amable y de respeto. Particularmente, en una conversación con empresarias de este negocio, manifestaron que los beneficios que conlleva trabajar en una empresa de este rubro son buenos,

ya que es lógico y normal que el ingreso percibido sea producto de la labor realizada, y que las comisiones por ventas son significativas, variando del 20% al 40%. Asimismo, durante las conversaciones realizadas con las emprendedoras y consultoras, ellas manifestaron que son ciertas las afirmaciones de las empresarias sobre sus ingresos económicos, el trato del personal, las posibilidades de crecer en la empresa y otros beneficios adecuados. Sin embargo, algunas de ellas comentaron estar dispuestas a tener rotación en el trabajo.

Respecto a estos comentarios, al analizar la situación de las emprendedoras y consultoras, que pese a tener comodidad en el trabajo, ingresos satisfactorios y posibilidad de crecimiento empresarial, estarían dispuestas a aceptar su rotación laboral, surge la interrogante de cuál sería el motivo para ello. Sobre esto, algunas de ellas manifestaron necesitar mayor empoderamiento, conocer al detalle la información empresarial y sentirse importantes.

Para Tafur (1995, p. 64), un problema de investigación es: (...) una dificultad o un hecho que llama la atención del investigador por su escasez o abundancia, crecimiento o decrecimiento, transformación o permanencia, novedad o antigüedad, facilidad o dificultad, riqueza o pobreza, etc., que se expresa interrogativamente (...). Es además fundamental que no se pueda resolver de manera inmediata con el conocimiento disponible, por lo que es necesario realizar una actividad: la investigación científica.

Considerando lo antes mencionado en este tipo de ventas realizadas se observa bastante satisfacción de realizar las ventas, ofrecen varias marcas de productos, se observa compañerismo entre las vendedoras, condiciones que en pocas empresas se observa.

Las integrantes de la empresa realizan sus operaciones en la ciudad de Huancayo, pero no están impedidas de vender en otras zonas, los productos son ofrecidos según campañas que son programadas mensualmente por la

empresa en la que se promocionan sus productos, ofertas e incentivos para las vendedoras que logran superar las metas planteadas.

En las declaraciones vertidas por las entrevistadas se encontró una particularidad; el bajo nivel de morosidad que existe en la empresa, comportamiento no muy frecuente en ventas realizadas a crédito.

La presente investigación buscó identificar los factores que logran el incremento de la satisfacción laboral en este tipo de empresas, como la disminución de la morosidad, empoderamiento de las mujeres al desarrollar actividades que mejoren su economía y otros más que coadyuven a incrementar la satisfacción laboral de las colaboradoras de la empresa.

Fue fundamental identificar cuáles fueron los factores que determinan la satisfacción laboral de las personas que se desempeñan en empresa multinivel, específicamente, U; puesto que no es igual el contexto laboral de este tipo de empresas a otras.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema general.

¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las colaboradoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo?

1.3.2. Problemas específicos.

¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las consultoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo?

¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las emprendedoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo?

¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las directoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo?

1.4. Presentación de Objetivos

1.4.1. Objetivo general.

Determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las colaboradoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo.

1.4.2. Objetivos específicos.

Determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las consultoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo.

Determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las emprendedoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo.

Determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las directoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo.

1.5. Justificación del Estudio

1.5.1. Justificación teórica.

La presente investigación tuvo su justificación teórica en la venta por catálogo porque es un sistema de ventas que cuenta con estrategias muy dinámicas que van variando rápidamente ya que tiene que competir con los sistemas de mercadeo existentes como el de atender en un local y los nuevos que utilizan la tecnología moderna como las redes sociales.

La necesidad de comprender el sistema de ventas por catálogo orientó la investigación hacia un estudio cualitativo para entender los factores que ayudan a alcanzar el nivel de satisfacción laboral de los colaboradores de la empresa y continúen en su labor.

1.5.2. Justificación práctica.

La venta por catálogo es un sistema de ventas que aparte de contribuir con el movimiento económico de una sociedad, contribuye al bienestar de los que lo realizan, en la línea de belleza por lo general está desarrollada en su mayoría por mujeres que al vender productos de estas líneas logran un ingreso económico, el cual es una fuente de ingreso a la economía familiar, y a una independencia para las solteras y de esta manera se van empoderando rompiendo en algunos casos, costumbres machistas, dinero con el cual logran continuar en el camino de superación. Revista de información SEMANA (14/07/2017).

El hecho de ofrecer y convencer para lograr una venta del producto; impulsa o fortalece en las vendedoras habilidades como el convencimiento, empatía, amabilidad y comunicación.

1.5.3. Justificación metodológica.

Se aplicó un análisis cualitativo para que de esta manera se pueda entender los factores que implican el orgullo de pertenecer a dicha empresa, identificación y satisfacción de laborar en la empresa que se analiza.

Como es conocido mediante el análisis cualitativo se logró comprender a mayor detalle lo que sucede en el pensamiento, de las integrantes de la empresa y de esta manera concluir identificando los factores que contribuyen a tal comportamiento, el cual se manifiesta en la satisfacción laboral que sienten al realizar su trabajo.

1.6. Limitaciones del Estudio

La limitación de elaborar la investigación en una empresa en particular Beauty & Books se realizó con el enfoque cualitativo, método de investigación que busca la causa próxima o la naturaleza del fenómeno y pretende comprender y explicar los hechos y circunstancias humanas. Este tipo de estudios ha

adquirido una considerable popularidad en los últimos años, ya que permite estudiar y explicar mejor la dinámica social a través de la comprensión e interpretación de un objeto o sujeto de estudio. Se trata de entender el fenómeno investigado, no de medirlo (Díaz, Escalona, Castro, León y Ramírez, 2013, p. 84).

En el desarrollo de la investigación, en la etapa de la aplicación de la entrevista semiestructurada se logró percibir que la directora intenta seleccionar el personal a ser entrevistado.

Capítulo II

Marco Teórico

Carrasco (2016, p. 127), publica que: (...) lo denominan marco teórico referencial, ya que constituye el basamento gnoseológico que posibilita la descripción y explicación de las variables, indicadores y de todos los temas y subtemas relacionados con el problema de investigación... también constituye la relación o estructura coherente y lógica de teorías, enfoques y planteamientos que se aplican en la temática conexas al problema de investigación (...).

Por otro lado, Rodríguez, Flores y García (1999, p. 81) señalan desde una perspectiva cualitativa que por medio de la teoría se intenta satisfacer nuestra necesidad humana de aportar explicaciones de nuestra existencia como individuos y como especie. La adecuación de tales explicaciones se comprueba no solo por su atractivo, su poder de convicción y su calidad estética, sino también por la medida en que puedan utilizarse para anticipar, si no controlar, el futuro que se avecina. Desde esta perspectiva la teoría es algo deseable, pues todo aquello que tenga poder de descripción, comprensión y transformación tiene utilidad. El fin de las teorías es hacer coherente lo que de otra forma aparece como un conjunto de hechos desconectados; a través de la teoría aprender una serie de lecciones que pueden aplicarse a situaciones con las que aún no se enfrenta.

En la presente investigación el Marco Teórico se utilizó para enlazar los resultados de las entrevistas realizadas a las colaboradoras de la empresa de tal modo que se logre la Teoría Fundamentada para explicar el propósito de la investigación presente.

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Artículos científicos.

Sánchez y García (2017) en su investigación titulada: “Satisfacción laboral en los entornos de trabajo”, con el objetivo de distinguir el

grado de relación entre las condiciones de trabajo y la satisfacción laboral; con el enfoque de investigación cualitativa y diseño fenomenológico; basado en experiencias individuales subjetivas de los participantes; recolectaron datos mediante la entrevista; luego presentaron las siguientes conclusiones: La motivación extrínseca si resulta ser una variable de refuerzo de recompensa de la satisfacción laboral ; varios factores intrínsecos del trabajo, representan un desafío o interés; cuando los factores intrínsecos están ausentes la insatisfacción tiende a enfocarse en factores extrínsecos, como en estos casos. Existen quizá latentes necesidades de autorrealización y progreso personal en los trabajadores, una expresión considerable de tales necesidades depende de algún nivel de satisfacción respecto a requerimientos fisiológicos y necesidades de seguridad. El salario parece ser un motivador para el empleado de una empresa y un insatisfactor para el otro. Cuando la compensación económica está de acuerdo con los logros, el avance del trabajo pareciera que actúa interdependientemente como un motivador y satisfactor. Cuando el salario no está acorde con estos factores, sirve como un insatisfactor para buenos empleados.

Marín (2017), llevó a cabo la investigación titulada : Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado, con los siguientes objetivos: Establecer la relación entre la motivación laboral y la satisfacción laboral del personal de socios en Salud Sucursal Perú, determinar el nivel de motivación laboral del personal según la Teoría Bifactorial de Frederick Herzberg y determinar el nivel de satisfacción laboral del personal de acuerdo a las dimensiones del instrumento Front Roja. El estudio fue con un enfoque cuantitativo; descriptivo, observacional, transversal y de tipo relacional, con una muestra de 136 trabajadores, los que realizaron una encuesta aplicada entre los meses febrero y junio de 2016. La investigación presenta los siguientes resultados: El nivel de motivación laboral tuvo un resultado medio (49.3%). Respecto a los

factores higiénicos los trabajadores resultaron medianamente motivados (46.3%). Los factores con mayores promedios globales fueron: “Relaciones con el jefe” y las “Relaciones con los compañeros de trabajo”, mientras que los de menos promedio fueron: “Prestigio o status” y “Políticas directrices de la organización”. Respecto a los factores motivacionales los trabajadores resultaron medianamente motivados (57.4%), y los factores con mayores promedios fueron: “El trabajo en sí mismo como estímulo positivo” y “responsabilidad”, mientras que el de menor promedio fue: “desarrollo profesional”. El nivel de satisfacción laboral fue “medianamente satisfecho” (56.6%), y el componente con mayor promedio global fue “relación personal”, mientras que los componentes con menores promedios globales fueron “presión en el trabajo”, “variedad de la tarea” y “distensión en el trabajo”. El coeficiente de Spearman fue 0.336. Se aceptó que “a mayor grado de motivación laboral, mayor grado de satisfacción laboral del personal de Socios en Salud Sucursal Perú”. Presenta las conclusiones: La relación entre la motivación y la satisfacción laboral es de una baja correlación positiva. El nivel de la motivación laboral fue "medianamente motivado". El nivel de la satisfacción laboral fue "medianamente satisfecho"

Charaja y Mamani (2014), realizaron la investigación titulada: “Satisfacción laboral y motivación de los trabajadores de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Puno – Perú, 2013”. El estudio tuvo como propósito conocer y describir la actitud de los trabajadores de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Puno (DIRCETUR Puno) sobre la satisfacción laboral y motivación en los aspectos intrínsecos como extrínsecos, para lo cual aplicó el tipo de investigación descriptiva; con una población de 26 trabajadores a quienes aplicó un cuestionario. Entre los resultados obtenidos destacan que los trabajadores de la DIRCETUR Puno, tuvieron una actitud regular, es decir, mencionaron estar ni satisfechos, ni insatisfechos, destacando los indicadores:

reconocimiento, seguridad, supervisión y relaciones interpersonales; e indican que a veces se sienten motivados en cuanto a las necesidades fisiológicas y de estima.

Los trabajadores de la DIRCETUR Puno, respecto a la satisfacción laboral y motivación mostraron una diferencia entre lo intrínseco y extrínseco, pues se sentían satisfechos y motivados con los indicadores intrínsecos; y, por el contrario, con los indicadores extrínsecos, sintieron insatisfacción y poca motivación.

La satisfacción laboral y motivación intrínseca de los trabajadores de la DIRCETUR Puno, fue buena. Los indicadores que fueron considerados por los trabajadores como satisfechos son: logro, responsabilidad y como motivadores las necesidades de autorealización y estima, respectivamente.

La satisfacción laboral y motivación extrínseca de los trabajadores de la DIRCETUR Puno, fue deficiente. Los indicadores que se encuentran dentro de esta categoría son: salario, beneficios sociales y políticas (normas y leyes) de la institución y como poco motivadores las necesidades sociales, de seguridad y fisiológicas.

Benavides y Gómez (2005), llevaron a cabo la investigación titulada "Métodos en investigación cualitativa: triangulación". El autor presentó las siguientes conclusiones: Aún persiste el cuestionamiento de cómo evaluar apropiadamente la calidad de un estudio cualitativo, continúa siendo claro que algunas características como la relevancia de la pregunta de investigación, su claridad, la base teórica del estudio, la descripción clara y completa de cómo se llevó a cabo la investigación y de la forma como se recolectaron y analizaron los datos, estos se constituyen en marcadores que dan alguna idea de las fortalezas y debilidades de cualquier estudio cualitativo. Ninguna de las estrategias que se utilicen en la búsqueda de garantizar la calidad de

los resultados es por sí sola suficiente y todas deben ser vistas en conjunto, sustentó que la triangulación no es una excepción, por esto algunos autores sostienen, que la triangulación es más que un método de validez, y debe ser utilizada como una alternativa para la validación. El autor también expuso que la triangulación es una herramienta enriquecedora porque le da a un estudio rigor, profundidad, complejidad y permite dar grados variables de consistencia a los hallazgos. También puede ser más importante a la hora de revisar un estudio cualitativo que los hallazgos sean más comprensibles, que valederos ya que este último término presenta dificultades a la hora de ser analizado dada la naturaleza del acercamiento cualitativo. El autor consideró que la triangulación continúa siendo de gran ayuda para entender el panorama del fenómeno humano de estudio; en comparación de la descripción de la metodología utilizada en un estudio ya que es el propio lector quien saque sus conclusiones y determine en qué grado puede ser aplicado este en su propia investigación.

2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.

A. Tesis nacionales.

Ávila y Huamán (2018); realizaron la investigación titulada “Principales razones que influyen en la compra por catálogo de la categoría maquillaje para mujeres en Lima”; estudio guiado con el objetivo: identificar las principales razones que influyen en la compra por catálogo de la categoría maquillaje para las mujeres de Lima Metropolitana; con un enfoque mixto: investigación cualitativa e investigación cuantitativa y diseño transversal correlacional. Las autoras utilizaron el instrumento entrevista a las consultoras de Esika, U y Natura, con 8 preguntas, siendo esta semi estructurada; también el instrumento: cuestionario sobre maquillaje de venta por catálogo para mujeres en Lima Metropolitana con 15 interrogantes. Las autoras presentaron las siguientes conclusiones: existe una

correlación negativa entre la variable venta por catálogo y la variable precio del producto es decir que las mujeres no perciben el precio del producto como una razón determinante de compra; las variables que si influyen en la compra de los productos por catálogo son: calidad del producto, facilidad de pago, conocer a la consultora, servicio personalizado, confianza en el modo de venta, encontrar los productos sin salir de casa, centro laboral o de estudio; pero observaron que algunos influyen otras en mayor proporción como la calidad del producto con una correlación de spearman 0.396, el conocer a la consultora con una correlación de spearman 0.270, y el servicio personalizado con una correlación de spearman 0.250, en cambio el resto muestra correlación más débil que las anteriores. Las investigadoras también presentaron estas recomendaciones: Para los siguientes estudios a realizar bajo el mismo rubro, se debería ahondar y desarrollar mayores preguntas en cada razón, ya que en este estudio se realizó sólo una pregunta por cada rubro, ya que la información obtenida sería de gran utilidad para las empresas de venta directa en el rubro cosmético, los ayudaría a establecer estrategias de crecimiento que aceleren sus ventas siempre y cuando se exploten las bondades y beneficios que brinda su canal más allá de enfocarse sólo en la publicidad de sus productos. De acuerdo a la pregunta 14 y 15 del cuestionario se evidenció que el público dejaría de comprar por catálogo su maquillaje por una falta de entrega inmediata de los productos. Vásquez y Sánchez (2017), realizaron la investigación titulada “Estrategias de venta por catálogo y la decisión de compra, ciudad de Requena año 2017”. Con el objetivo general: Determinar las estrategias de venta por catálogo que influyen en las decisiones de compra en las mujeres u hombres de la ciudad de Requena, estudio bajo el enfoque cuantitativo de tipo no experimental y diseño descriptivo de alcance transversal/transaccional; en el estudio utilizaron el instrumento:

encuesta a vendedores por catálogo, las investigadoras presentan las siguientes conclusiones: La preferencia del comprador para elegir un producto por catálogo es por la calidad del producto, por las ofertas, por la marca, los mismos que producen satisfacción en el comprador, al vendedor origina satisfacción por el ingreso económico que produce las ventas; Las ventas que realizan por catálogo lo hacen en la oficina, siendo los compañeros de trabajo los compradores o clientes. El pago promedio de tiempo es de dos semanas para su cancelación y los productos son entregados con pago posterior en plazo determinado de días; el tipo de publicidad que utilizan son por medios escritos donde ofrecen promociones de vestidos u otros artículos como productos de belleza, vestidos y otros. Las fuentes de información que utilizaron y que influyeron significativamente en la decisión de compra son las experiencias de los vendedores y, el mayor atributo o cualidad del producto es la duración por lo que las ventas por catálogo satisfacen las expectativas del comprador, demostrando de esta manera la satisfacción del producto, la hipótesis de investigación se acepta utilizando las estrategias de ventas de conocimiento del producto, de sus cualidades o atributos, por medio de información directa, realizando ventas de las personas que están compartiendo el mismo clima organizacional.

Quiñón (2018), llevó a cabo la investigación titulada “Clima organizacional y satisfacción laboral en trabajadores D.L. 276 de la Superintendencia Nacional de Migraciones”; con el objetivo general: Determinar la relación del clima organizacional y la satisfacción laboral en trabajadores D.L. 276 de la Superintendencia Nacional de Migraciones 2018. Esta investigación fue de tipo básica, con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo-correlacional, y diseño no experimental y de

corte transversal; utilizando el instrumento: Cuestionario Clima Organizacional con una valoración tipo escala Likert.

En la investigación mencionada, el autor presentó tres conclusiones: El clima organizacional y la satisfacción laboral en los trabajadores del D.L. 276 de la Superintendencia Nacional de Migraciones, 2018, se relacionan de manera significativa al obtener un valor de correlación de Rho de Spearman de 0,416, con lo cual existe una moderada correlación entre las variables. Asimismo, la correlación es significativa, puesto que la significancia de $p=0,000$ indica que es menor a 0,05, con lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Esto permite concluir que la percepción del clima organizacional está relacionada con la satisfacción laboral. La segunda conclusión fue que el clima organizacional y el salario en los trabajadores D.L. 276 de la Superintendencia Nacional de Migraciones, 2018, se relacionan de manera significativa al obtener un valor de correlación Rho de Spearman de 0.364, con lo cual existe una moderada correlación de las variables. Asimismo, la relación es significativa, puesto que la significancia de $p=0.000$ indica que es menor a 0.005, de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Estos resultados revelan que existe una baja satisfacción entre los trabajadores de la institución y esto se refleja en el clima organizacional. La tercera conclusión fue que el clima organizacional y las autoevaluaciones de los trabajadores se relacionan de manera significativa al obtener un valor de correlación Rho de Spearman de 0,201, con lo que existe una moderada correlación de las variables. Asimismo, la relación es significativa, puesto que la significancia de $p=0,011$ indica que es menor a 0,05, de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna. Este resultado muestra que los trabajadores de la institución no saben o desconocen los

procesos de autoevaluación, el cual es un factor determinante para el clima organizacional.

Castillejo y Salazar (2018), hicieron un estudio con la investigación titulada: “La motivación y satisfacción laboral en docentes de colegios nacionales en la zona centro norte de Lima Metropolitana”, orientado con objetivo general: Conocer las expresiones de motivación y satisfacción laboral en docentes de colegios nacionales de la zona centro norte de Lima Metropolitana. Estudio realizado dentro del enfoque cualitativo con un diseño fenomenológico siguiendo tres etapas: descripción, estructuración e interpretación. Para el recojo de información utilizaron como instrumento una entrevista semi estructurada; al concluir el estudio arribaron a las siguientes conclusiones: La motivación en docentes se encuentra principalmente vinculada con la percepción de logros en los estudiantes, de tal modo que, a mayor percepción de alcance de los logros de los estudiantes, los docentes presentan una mayor motivación. Asimismo, la enseñanza y metodología con la que ejerce el docente, dependerá de la formación que se le dé, esto permitirá incrementar sus conocimientos; debido a ello los supervisores juegan un papel importante dentro del desarrollo docente. El docente encuentra satisfacción por su trabajo principalmente en función a la percepción que tenga sobre si, su labor contribuye a generar mejores profesionales y personas, del mismo modo, es importante que cuente con una infraestructura adecuada, esto permitirá que desarrolle su labor sin ninguna complicación. Asimismo, el acompañamiento que reciba por parte de su supervisor y pares, es fundamental para generar desarrollo competencial y buen ambiente del trabajo, lo cual finalmente repercute en mejores condiciones para la enseñanza.

B. Tesis internacionales.

Cobos (2016), realizó la investigación titulada: "Estudio de la satisfacción laboral en el personal de la empresa Cósmica de la ciudad de Cuenca, durante el período enero-junio 2016". El objetivo de este estudio fue identificar el nivel de satisfacción laboral en el personal de la empresa Cósmica de la ciudad de Cuenca, durante el período enero-junio 2016, el tipo de investigación fue mixta con el enfoque cualitativo y cuantitativo y diseño correlacional; para el recojo de datos utilizó el instrumento: Encuesta de satisfacción laboral con una valoración tipo escala tipo Likert; después del análisis de las encuestas y revisión bibliográfica el autor presenta las siguientes conclusiones: De acuerdo a la medición de las encuestas aplicadas se determinó que el personal de trabajadores, administrativos y operativos, se encuentran insatisfechos respecto a los procesos de comunicación ya que un 93% afirmó que no existe una buena relación entre el jefe inmediato y subordinados, asimismo, en lo que respecta al proceso de inducción es evidente que no ha sido el adecuado, por cuanto el 42% del personal indica que dicho proceso no les permitió conocer las responsabilidades y políticas de la empresa. La información obtenida sobre todo en las encuestas de satisfacción laboral en la empresa Cósmica, permitió establecer estrategias para aplicar un plan de contingencia en la empresa en el último trimestre del año 2015 y los tres primeros meses del año 2016, lo que generó una mejora sustancial en la satisfacción laboral de los empleados, esto fue verificado en los resultados de una segunda encuesta en el mes de abril 2016, a partir de esta encuesta se ha podido evidenciar que el personal administrativo y operativo se encontró satisfecho con respecto a algunos de los indicadores.

Bucheli y Pinos (2014), realizaron la investigación titulada: “Estudio sobre el aporte al nivel de vida que genera la venta por catálogo de cosméticos a sus consultoras en la ciudad de Quito correspondiente al período entre el 2009 al 2013”, orientada por el objetivo: Analizar el aporte al nivel de vida que genera la venta por catálogo de cosméticos a sus consultoras en la ciudad de Quito correspondiente al período entre el 2009 al 2013; dentro del tipo de investigación cualitativa y método fenomenología; para el recojo de información utilizaron el instrumento: Entrevista estructurada a las consultoras de venta por catálogo de cosméticos de la ciudad de Quito; luego del análisis de los datos presentan las siguientes conclusiones: La venta directa ayudó a todas aquellas mujeres que no tenían una preparación académica y por ende a mínimas oportunidades de inserción laboral, la principal función de estas empresas fue mejorar el estilo de vida de las mujeres brindándoles una oportunidad de progreso económico y personal. Las capacitaciones que brindaron las empresas de cosméticos fueron un punto clave para que las consultoras aprendan como vender y relacionarse con sus clientes, pero en la mayoría de los casos por cuestiones laborales o personales, las mujeres no pudieron ir a estas capacitaciones, pero hay empresas como Avon que realizan las capacitaciones por internet. Hoy en día hay personas que no consiguen un trabajo fijo, por esta razón la mayoría de las consultoras dicen que es un buen negocio ingresar a las ventas de cosméticos por catálogo, así se puede ganar dinero y al mismo tiempo tener tiempo para la familia en un negocio propio. Los incentivos y premios que se entregan a las consultoras cuando alcanzan los objetivos planteados por las empresas de cosméticos son una forma de reconocer el trabajo realizado, además de que con estos premios, que, en su mayoría son electrodomésticos, se complementa las necesidades del hogar, y también el de las vendedoras, claro que también son premios

exclusivamente para la mujer como son los mismos productos de las empresas o para que las mujeres se involucren cada vez más a la tecnología que cada día va cambiando.

Tehanga (2014), la investigadora realizó el estudio bajo el título: “Análisis de las estrategias publicitarias de productos de belleza en catálogos de venta, caso: Yanbal en la ciudad de Quito”, orientado con el objetivo: Determinar cuáles son las estrategias publicitarias de productos de belleza en catálogos de venta de la marca Yanbal y su nivel de aceptación en el grupo objetivo, el estudio es de tipo cuantitativo exploratorio y diseño descriptivo simple, y como instrumento la encuesta; al culminar el análisis de los resultados la investigadora presentó las siguientes conclusiones: La publicidad es una herramienta de promoción que informa persuade y hace que recordemos; su objetivo no es la venta, aunque esté involucrada en el proceso, la venta es un efecto ya que es un objetivo de marketing. La publicidad puede influenciar en la preferencia de marcas, es recordar a un producto, su medición es por medio de top of mind, de la preferencia hacia una marca o producto y la fidelización. Durante el tiempo de estudio y en la práctica como publicista, podemos enfrentarnos a varios criterios desde colegas, hasta que los clientes han formado de manera empírica, es por este motivo que para poder orientar el trabajo publicitario, se realizó este análisis.

Navarro y Roche (2012), los investigadores realizaron el estudio cualitativo titulado: “El trabajo y la satisfacción laboral de los oficiales de la edificación”; en este estudio el objetivo fue identificar los factores de satisfacción e insatisfacción laboral; investigación de tipo cualitativo y diseño fenomenológico; los autores utilizaron como instrumento la conversación narración y la entrevista en profundidad ; al finalizar nos presentan las siguientes conclusiones: Los oficiales de la construcción

califican su trabajo como satisfactorio, divertido y fantástico, aunque reconocen que puede ser algo pesado. La mayoría afirma estar satisfecho con su trabajo y destaca que, aun siendo duro, disfrutan haciéndolo y lo que más satisfacción les causa es poder trabajar y sentirse valorados. Uno de los mayores factores causantes de satisfacción laboral es la gran variedad de tareas que pueden realizar. Varias son las causas que les genera insatisfacción laboral, como la climatología, la peligrosidad del trabajo, su dureza y los problemas físicos que les produce. Sin embargo, lo que más insatisfacción laboral les causa, es tener compañeros de trabajo poco profesionales, conflictivos e incompetentes que les entorpezcan su trabajo. Los oficiales se sienten poco valorados por los arquitectos y los arquitectos técnicos para quienes trabajan. La falta de confianza en sus opiniones y la superioridad que muestran algunos de ellos son una de las principales quejas, ellos preferirían que se mostraran más cercanos, ser escuchados y que sus opiniones fueran tenidas en cuenta.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Marco histórico.

Actualmente aún se cuenta con muchas definiciones del concepto de satisfacción laboral, por un lado, Zayas (2015, p. 37), menciona que la satisfacción laboral tiene sus antecedentes presentado por el psicólogo alemán Munsterberg (1913), quien introdujo el tema con el libro "Psychology and industrial efficiency".

Por otro lado, Tejedo (2011), presenta que por los años treinta se inició la sistematización del estudio de la satisfacción laboral y los factores que influían en el mismo. Continúa Tejedo (2011) que simultáneamente, Hoppock (1935), publicó la primera investigación en la cual se analizó profundamente la satisfacción laboral. Este investigador determinó que los factores que influyen son múltiples.

Entre ellos, mencionó la fatiga, la monotonía, las condiciones del trabajo y la supervisión.

Herzberg (1959) mencionó que la satisfacción laboral proviene de enaltecer su trabajo con comodidades y facilidades para realizarlos, con lo cual se crea un compromiso de responsabilidad que contribuye a desarrollar un crecimiento mental y psicológico. A partir de ese estudio, las empresas empezaron a dotar de mejoras y comodidades a los colaboradores.

Posteriormente, Locke (1976) manifestó que la satisfacción laboral es el resultado de la diferencia entre lo que el colaborador espera de su puesto de trabajo y lo que obtiene del mismo. Si lo que obtiene es mayor a lo que espera, siente satisfacción. En cambio, si lo que obtiene es menor a lo esperado, lo que siente es insatisfacción.

2.2.2. Estructura teórica y científica que sustenta el estudio.

A. Satisfacción laboral

Spector (2002), menciona que satisfacción laboral es cómo se sienten los trabajadores en sus centros laborales respecto a diferentes aspectos; es decir, todo aquello que al empleado le gusta o disgusta. Muchinsky (2002), menciona que la satisfacción laboral es una respuesta afectiva y emocional. El afecto hace referencia a las sensaciones de gusto o disgusto. La satisfacción laboral es la medida en la que una persona obtiene placer de su trabajo. Por otro lado, Robbins (2004, p. 79), considera que "(...) el término satisfacción en el trabajo se define como una sensación positiva sobre el trabajo propio, que surge de la evaluación de sus características". Esto significa que la satisfacción laboral se evidencia a través de la actitud del trabajador frente a la labor que realiza.

Algunos autores orientan la definición de satisfacción laboral a lo emocional o afectivo, Locke (1976) es uno de los que manifiestan esta posición, definió que la satisfacción laboral es un estado emocional positivo o placentero que resulta de la percepción de las experiencias laborales. Mientras tanto, Muchinsky (2002) manifestó que la satisfacción laboral es el grado de placer que el colaborador obtiene de su trabajo.

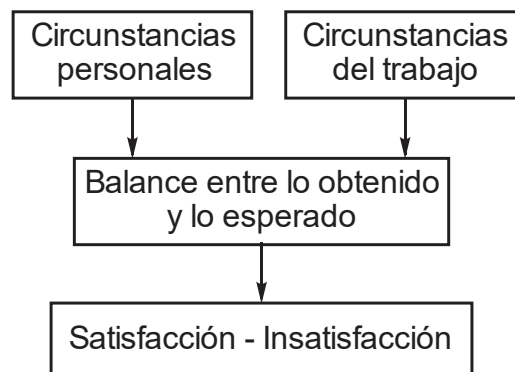


Figura 1. Variables que inciden en la satisfacción

Fuente: Pérez y Fidalgo, 1995.

Visualizando esta perspectiva, las circunstancias personales determinan la satisfacción o insatisfacción laboral. Aspectos como salud, edad, sexo, formación y aptitudes, entorno cultural y aspecto socio económico son los factores que determinarán las expectativas, necesidades y aspiraciones personales y laborales, las cuales condicionarán la satisfacción laboral. Pérez y Fidalgo (1995).

Sin embargo, otros autores del concepto de satisfacción laboral lo visualizan no sólo como emociones, sino introducen el aspecto de una actitud generalizada al trabajo que se va realizando. Bravo, Peiró y Rodríguez (2002) lo define como una actitud o conjunto de actitudes desarrolladas por la persona hacia su situación de trabajo. Al respecto, Gamero (2005) define

la actitud como una predisposición a responder de forma favorable o desfavorable a personas u objetos del entorno. Tomando la definición de Gamero (2005), la actitud es un estado preparatorio, una condición previa del comportamiento integrada por tres componentes: el componente cognitivo, basado en creencias y opiniones; el afectivo, que toma en cuenta las emociones y sentimientos; y el conativo, que comprende la intención de comportarse de determinada forma. Esta perspectiva de satisfacción laboral engloba los diversos puntos de vista considerados.

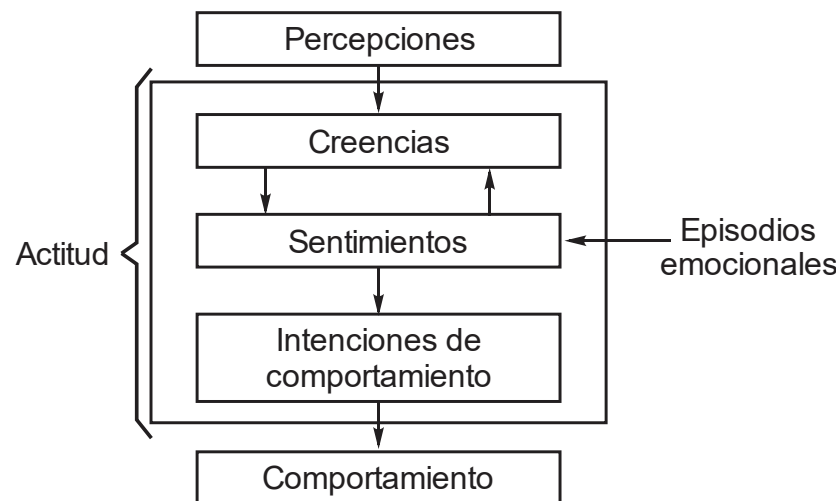


Figura 2. Modelo de la relación entre actitud y comportamiento
Fuente: Gamero, (2005)

También se observa a las diversas teorías; que consideraban aquel entonces a la motivación y satisfacción como términos parecidos; por lo que Koontz y Wellrich (1998) determinaron que la motivación y la satisfacción laboral no son lo mismo. Explican que la motivación es un impulso hacia un resultado, en cambio la satisfacción laboral es el resultado experimentado por el colaborador. Aguirre, Andrade y Castro (2005) manifestaron que la motivación es anterior al proceso y resultado. Además, explicaron que la motivación es lo que conlleva a realizar la

acción o trabajo, en cambio la satisfacción es posterior, ya que lo percibe como resultado de realizar la acción o trabajo.

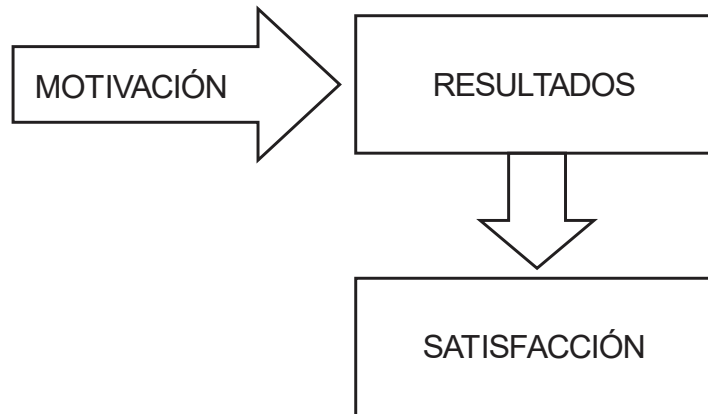


Figura 3. Diferencia entre motivación y satisfacción

Fuente: Koontz y Wellrich, (1998)

Por otro lado, la satisfacción laboral también es estudiada considerando las dimensiones que toma en cuenta la satisfacción laboral y se clasifica como unidimensional y multidimensional.

La consideran como unidimensional autores como Bravo et al (2002) y Cavalcante (2004), quienes consideran a la satisfacción laboral como una actitud ante el trabajo en general, lo cual no es equivalente a la suma de las partes que compone la realización del trabajo, pero depende de todas ellas.

Autores como Bravo et al (2002) y Dunnette (1983) y Cavalcante (2004) también consideran a la satisfacción laboral como multidimensional y plantean que esta tiene su génesis en diversos factores relacionados al trabajo y que se puede ponderar el resultado de la satisfacción laboral relacionando cada uno de ellos con el efecto que causan sobre la satisfacción laboral como resultado general. Los factores más mencionados que influyen en la satisfacción laboral son, por un lado, los

relacionados con la satisfacción extrínseca en general, con la supervisión, con la organización, con los compañeros de trabajo, con la paga, con los subordinados, con la estabilidad en el empleo, con la cantidad de trabajo; por otro lado, entre los factores relacionados con la satisfacción intrínseca en general están las condiciones de trabajo, el tipo de trabajo, el progreso en la carrera, las perspectivas de promoción y el desarrollo personal.

Manifiesta Tejedo (2011) que este enfoque multidimensional de la satisfacción laboral es el más simple, pues distingue entre satisfacción laboral intrínseca y extrínseca. La intrínseca está originada por factores relacionados con la tarea en sí (variedad, dificultad, interés, autonomía, posibilidad de aprender, etc.). Por su parte, la extrínseca tiene su origen en fuentes externas al empleado, ligadas al contexto o ambiente en el que la tarea se desarrolla (relaciones con los supervisores y con los compañeros, salario, horas de trabajo, seguridad, reconocimiento, etc.).

En las diferentes investigaciones el visualizar desde un ángulo u otro depende del contexto de estudio o enfoque que se realiza.

En el presente estudio se consideró la satisfacción laboral como el conjunto de actitudes positivas o negativas que las colaboradoras muestran a través de sus comportamientos, es decir, una actitud generalizada en relación con el trabajo y en términos de dimensión que la satisfacción laboral es multidimensional.

Para la presente investigación se tomó en cuenta dos teorías para la explicación de lo investigado: Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow y la Teoría bifactorial de Herzberg, la

teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow, señala Tejedo (2011) que el objetivo de Maslow era demostrar que a lo largo de la vida, el hombre busca incesantemente nuevas satisfacciones para sus necesidades no cubiertas es decir, el comportamiento humano y actitudes están encaminadas a lograr una satisfacción de necesidades fundamentales las cuales orientadas al trabajo conlleva la satisfacción laboral.

Caballero (2002, p. 7) toma la Teoría bifactorial de Herzberg llamada también como la teoría de los dos factores de Herzberg (1967) donde se establece que la satisfacción laboral y la insatisfacción en el trabajo representan dos fenómenos totalmente distintos y separados entre sí en la conducta profesional.

B. Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow.

Maslow (1954), citado por Tejedo (2011), planteó un modelo que tuvo una importante influencia en el desarrollo de la teoría y la práctica en las organizaciones. Autores como Leal et al. (2004), Robbins (1999); Locke y Henne, (1986), afirmaron que es, posiblemente, la teoría más difundida de la motivación.

El objetivo que tuvo, Abraham Maslow fue el demostrar que el ser humano busca continuamente nuevas satisfacciones para sus necesidades no cubiertas. Es decir, el comportamiento y actitudes de los seres humanos estarían guiados por la búsqueda de la satisfacción de necesidades biológicas fundamentales.

Abraham Maslow (1954) citado por Tejedo (2011), distingue cinco grupos de necesidades que se disponen jerárquicamente según su capacidad para motivar la conducta, distribuidas a su vez en 2 niveles:

a) Nivel 1: necesidades de orden inferior.

Son las necesidades básicas o fisiológicas, es decir, son necesidades primarias y vitales para la supervivencia del organismo como la comida, la bebida, el alojamiento o el abrigo. Aplicadas estas necesidades al trabajo, estaríamos hablando del sueldo, de la existencia de períodos de descanso, de las condiciones medioambientales del lugar del trabajo, como la temperatura, etc. Necesidades de seguridad o protección, relacionadas con la búsqueda de una existencia libre de amenazas o peligros en un medio relativamente estable. Esto incluye no sólo seguridad física, sino también seguridad respecto al sistema o la forma de vida. Su aplicación a la empresa sería, por ejemplo, los planes de pensiones y de jubilación, los seguros, las condiciones de seguridad en el trabajo, etc.

b) Nivel 2: necesidades de orden superior.

Maslow (1954) citado por Tejedo (2011), manifestó que las necesidades sociales o de afiliación implican la necesidad de establecer relaciones con los demás, tener amigos, recibir apoyo y pertenecer a un grupo. Su aplicación en la empresa se manifiesta en la asignación de tareas a grupos y equipos de trabajo, el patrocinio de actividades deportivas, etc. Necesidades de autoestima o reconocimiento, incluyen el respeto por uno mismo, el estatus, el reconocimiento y la atención por parte de los demás. Aplicadas al contexto del trabajo estaríamos hablando de las opciones de promoción, la concesión de premios, el reconocimiento, el poder, etc. Necesidades de autorrealización, se puede decir que es cada vez ser más auténtico, hacer lo que uno es capaz (Lévy-Leboyer 2003). Implica realizar aquello que realmente nos agrada y aquello para lo que estamos capacitados.

Continúa Lévy-Leboyer (2003) y manifiesta que la motivación de la empresa cuenta con modelos y estrategias. Su relación con el mundo laboral vendría de la mano de la realización de trabajos creativos, el desarrollo de las propias habilidades o, por ejemplo, llevar a cabo tareas desafiantes y retadoras. El presente modelo puede ser representado en una pirámide que muestra originalidad y facilidad de entender la existencia de diferencias entre los sujetos que se encuentran en distintos niveles de la pirámide.

C. Teoría bifactorial de Herzberg.

Manso (2002), presenta los antecedentes de la teoría de los dos factores de Frederick Herzberg; fue doctor en Psicología; en 1956 se incorpora a la Case Western Reserve University como director del departamento de Psicología, dirigiendo un exitoso programa de salud mental en la industria, su interés era investigar qué hacía la gente para conservarse sana. En este programa plantea la idea eje que la enfermedad y la salud mental, no se debe considerar como dos cosas diferentes en un mismo continuum, sino dos cosas diferentes cada uno en diferente campo de acción que el otro, así como el dolor y el placer; explica que si se mitiga el dolor se llega a la estabilidad del sujeto pero eso no determina placer este tiene otros factores: De la misma manera, en el medio laboral, no por eliminarse las fuentes de insatisfacción en los empleados necesariamente éstos experimentan satisfacción absoluta en el trabajo que realizan.

Herzberg (1959) citado por Manso (2002), Publicó *Motivation at Work* un informe de sus propias investigaciones, las investigaciones que realizó con sus colaboradores le permiten abordar a la conclusión siguiente: la satisfacción en los

ambientes laborales se deriva de dos conjuntos de factores independientes y específicos los que se detallan Herzberg.

a) Factores de higiene.

Herzberg (1959), citado por Manso (2002) considera que estos se encuentran asociados con sentimientos negativos o de insatisfacción que los trabajadores afirmaban experimentar en sus trabajos y que atribuían al contexto de sus puestos de trabajo, porque actúan de manera análoga a los principios de la higiene médica: eliminando o previniendo los peligros a la salud; los factores de higiene están constituidos por la supervisión, las relaciones interpersonales, las condiciones físicas del trabajo, las remuneraciones, las prestaciones, la seguridad en el trabajo, políticas y prácticas administrativas de la empresa entre otras. Cuando dichos factores no están presentes o no se aplica existe insatisfacción en los trabajadores, y cuando están presentes no generan una fuerte motivación, sino sólo contribuyen a disminuir o eliminar la insatisfacción.

b) Factores motivadores.

Herzberg(1959) citado por Manso (2002), expone que los factores motivadores son el conjunto de factores que se asocia con las experiencias satisfactorias y se sustentan en: sensación de realización personal que se obtiene en el puesto de trabajo, reconocimiento al desempeño, lo interesante y trascendente de la tarea que se realiza, la mayor responsabilidad que se es objeto por parte de la gerencia, las oportunidades de avance profesional y de crecimiento personal que se obtienen en el trabajo entre otros. Herzberg sostuvo que, si estos factores están presentes en el trabajo, contribuyen a provocar en el

empleado un elevado nivel de motivación y satisfacción, estimulándolo así a un desempeño superior.

Como conclusión la teoría de dos factores presenta dos ideas importantes: La insatisfacción y la satisfacción laboral son dos dimensiones distintas e independientes. Nos explica el autor de esta teoría que cuando se implementa estrategias para mejorar las relaciones humanas, aumentar los incentivos salariales y establecer condiciones aceptables en el trabajo no generan una mayor motivación, sólo actúan previniendo o eliminando la insatisfacción. El aumento de salarios sin que la gerencia no se preocupe de las condiciones en que se realizan las tareas, no sirve para motivar.

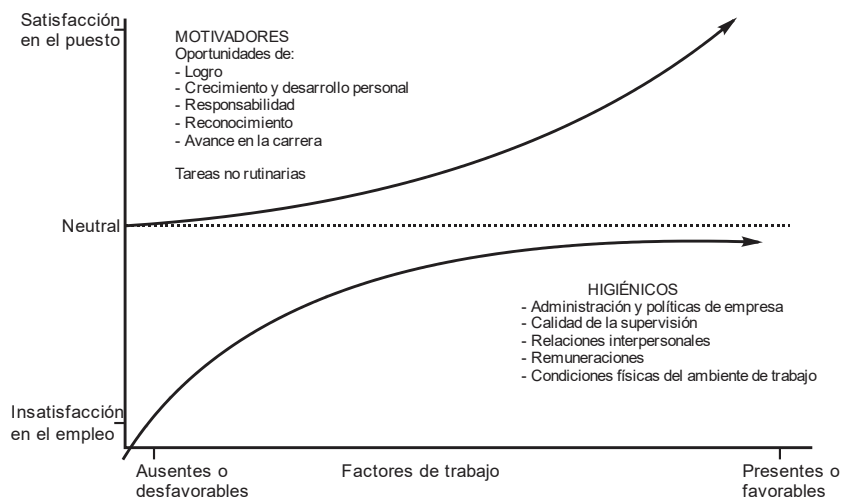


Figura 4. Teoría de los dos factores Higiene-Motivación.

Fuente: Manso, (2002)

Dimensiones.

Según la teoría de dos factores de Frederick Herzberg la satisfacción resulta de la satisfacción de dos tipos de necesidades

- Factores Extrínsecos.

A las cuales Herzberg llamó necesidades de higiene. Nos explica que cuando estos factores no son adecuados genera insatisfacción laboral, pero la satisfacción de los mismos no se traduce en satisfacción, sino genera la reducción o eliminación de la insatisfacción.

- Factores Intrínsecos

Frederick Herzberg las llamó necesidades de motivación o de satisfacción, la complacencia de estos factores crea satisfacción laboral y estos generan realización personal.

Herzberg (1966) citado por Manso (2002), frente a las críticas que hicieron los psicólogos y el interés que demostró de continuar investigando a cerca de la naturaleza del trabajo publicó en 1966, *Work and the Nature of Man*, Herzberg plantea aquí su propia concepción acerca de la vida, la naturaleza del hombre y el papel que el trabajo juega en el desarrollo y crecimiento espiritual del ser humano. De acuerdo con Herzberg existirían dos tipos de individuos haciendo comparación con el antiguo testamento los denomina de la siguiente forma:

- Hombre-Adán, presenta las siguientes características, sólo buscan evitar el dolor y primordialmente, satisfacer, sus instintos básicos de alimentación, abrigo y seguridad, pues todos estos corresponden a los factores de higiene.
- Hombre-Abraham, para estas personas el trabajo es la principal fuente a partir de la cual satisfacen sus necesidades de crecimiento personal y de trascendencia en la vida.

Por lo que Herzberg sustenta que el enriquecimiento del trabajo debe ser preocupación de la gerencia; por lo tanto, los puestos de trabajo deben incluir además de los factores de higiene, necesarias para el Hombre-Adán, todos

aquellos factores motivadores que le permitan al empleado, Hombre-Abraham, satisfacer sus necesidades de crecimiento personal.

Herzberg (1968), en su artículo One More Time: How Do You Motivate Employees, citado por Manso (2002), expuso sus conceptos de carga horizontal y vertical del puesto de trabajo, reiterando que en todo puesto de trabajo el enriquecimiento del trabajo exige llenar el puesto de trabajo de factores motivadores, de tal manera que el trabajador encuentre en éste la oportunidad de satisfacer sus necesidades de crecimiento personal, a diferencia que no se debe incrementar el trabajo.

Comparación de los modelos de Maslow y Herzberg

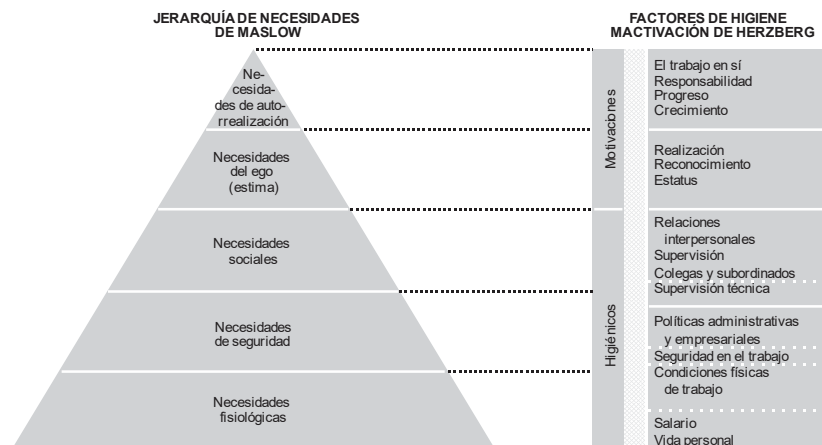


Figura 5. Comparación de los modelos de motivación de Maslow y Herzberg

Fuente: Manso (2002)

D. Teoría de las necesidades adquiridas de McClelland.

De igual manera Tejedo (2011) nos manifiesta que la presente teoría fue inicialmente desarrollada por Murray (1938) y posteriormente por McClelland (1961). Coinciden con el modelo de Maslow en que las necesidades son los motores de la motivación.

La diferencia se basa en que el presente modelo se centra en un número reducido de necesidades concretas ya que los individuos, según diferentes factores vivenciales van adquiriendo diferentes necesidades, consideran que la motivación es producto de diferentes factores, el modelo propone que un individuo puede motivarse por más de una razón o motivo y esto es lo que caracteriza a cada individuo, considerando que cada persona es única en su comportamiento, sentimiento, deseos, ambiciones y otros, lo cual influye en el tipo de motivaciones que pueda tener de acuerdo a sus vivencias propias de cada individuo a lo largo de lo vivido; por lo que considera que las necesidades no son necesariamente las mismas para todos, estas se va adquiriendo según el contacto con el medio que pueda tener cada individuo.

Se dice que diferenciando la universalidad planteada por Maslow, cada persona tendría su propio perfil de necesidades, además, se va modificando con la experiencia que va adquiriendo cada individuo.

E. Teoría de las necesidades de Maslow y McClelland.

Llamada también teoría de la comparación entre necesidades y resultados, Tejedo (2011) manifiesta que es un punto de vista de ambos autores en la cual confluyen sus teorías, nos dicen que los individuos contrastan continuamente su estado presente de necesidades que tienen con el nivel de satisfacción que desean tener de sus puestos de trabajo. Si no se satisfacen las necesidades aparece un estado de tensión que hace que los trabajadores estén insatisfechos; en caso contrario se sentirán satisfechos.

F. Teoría de la privación relativa.

Tejedo (2011) manifiesta que también se denomina teoría de comparación con otros (Stouffer et al., 1949; Runciman, 1966). Este modelo se basa en que los individuos interpretan como justicia en la comparación de sus resultados alcanzados con los logrados por otros sujetos en su mismo medio de trabajo o marco de referencia.

Este modelo está enmarcado en una teoría del aprendizaje social, que dice que las personas utilizan a otras como medios de información, de las cuales sirven de referencia para identificar actitudes y conductas para seguirlas.

G. Teoría de la equidad de Adams.

Tejedo (2011) manifiesta que este modelo se basa en la comparación de logros y resultados, (Adams, 1963 y 1965), y enfatiza, sobre todo, el proceso de comparación social que realizamos los seres humanos. Adams plantea que, cuando el trabajador observa, siente que su esfuerzo realizado en el trabajo no es compensado de forma similar al de otro trabajador que tiene su equivalente laboral, en esfuerzo y logro, da lugar a una disminución significativa en la motivación, por ende, no se logra una satisfacción en el trabajo, lo esperado es que al realizar la observación de equidad sea una igualdad de lo brindado y lo recibido.

El trabajador percibe que no hay equidad en el trabajo cuando siente que las labores realizadas, trabajo desempeñado, formación, esfuerzo, voluntad, interés, compromiso, etc. y lo recibido como recompensa del trabajo realizado, remuneración, reconocimiento, prestigio, etc. no es lo esperado, está desequilibrado. El trabajador percibe esta falta de equilibrio al comparar con el recibido por otros trabajadores en las mismas condiciones.

H. Teoría del establecimiento de objetivos.

En su investigación Tejedo (2011) señala que este modelo analiza el nivel de motivación que genera los objetivos del trabajo desarrollado; este modelo fue estudiado por Locke y sus colegas (Locke y Henne 1986; Locke y Latham 1990).

El estudio de esta teoría de establecer metas y objetivos sirvió para entender el proceso de contar con metas y objetivos; influye en la motivación laboral y posteriormente en la satisfacción laboral, El trabajador realiza comparaciones de sus metas y objetivos y lo relacionan con su experiencia laboral.

2.3. Definición de Términos básicos

2.3.1. Satisfacción laboral.

Para Harpaz (1983), citado por Chiang y Ojeda (2011), no existe una definición unánimemente aceptada sobre el concepto de satisfacción laboral, en muchas ocasiones cada autor elabora una nueva definición para el desarrollo de su propia investigación.

En el presente estudio se considera satisfacción laboral como el conjunto de actitudes positivas o negativas que los colaboradores muestran a través de sus comportamientos, es decir se considerará como definición una actitud generalizada en relación al trabajo y es multidimensional.

2.3.2. Satisfacción laboral intrínseca.

En su libro Motivación 360° Fischman (2014, p. 100) señala que cuando se observa a una persona apasionada por lo que hace, está viendo a un motivador intrínseco en acción.

La satisfacción laboral intrínseca es aquella que nos contenta por haber realizado una labor que nos agrada, realizada sin que se sienta presión, con resultados positivos.

2.3.3. Satisfacción laboral extrínseca.

Fischman (2014) manifiesta que la satisfacción laboral extrínseca es el deleite experimentado por la labor realizada pero no por la actividad en sí misma, es por el estímulo exterior como el reconocimiento, bonos, castigos, deseo de ganar, cualquier cosa que una persona da a la otra a cambio de un servicio o logro.

Abraham Maslow demostró que el ser humano continuamente busca nuevas satisfacciones para sus necesidades no cubiertas. Es decir, el comportamiento y actitudes de los seres humanos estarían guiados por la búsqueda de la satisfacción de necesidades biológicas fundamentales, Tejedo (2011).

Nivel 1: Necesidades de orden inferior.

2.3.4. Necesidades básicas o fisiológicas:

Aplicadas estas necesidades al trabajo, estaríamos hablando de que el nivel de satisfacción laboral alcanzada depende del sueldo, de la existencia de períodos de descanso, de las condiciones medioambientales del lugar del trabajo, como la temperatura, etc.

2.3.5. Necesidades de seguridad o protección:

Considera que el nivel de satisfacción laboral es contribuido por la seguridad que sentimos en el trabajo por contar, por ejemplo, los planes de pensiones y de jubilación, los seguros, las condiciones de seguridad en el trabajo, etc.

Nivel 2: Necesidades de orden superior.

2.3.6. Necesidades sociales o de afiliación:

Un ambiente de trabajo amigable, de compañerismo libre de conflictos personales contribuyen a la satisfacción laboral, su aplicación en la empresa se manifiesta en la asignación de tareas a grupos y equipos de trabajo, el patrocinio de actividades deportivas, etc.

2.3.7. Necesidades de autoestima o reconocimiento:

El sentirse respetado, vivir un ambiente de reconocimiento por un trabajo realizado incrementan la satisfacción laboral un trabajador, aplicadas al contexto del trabajo estaríamos hablando de las opciones de promoción, la concesión de premios, el reconocimiento, el poder, etc.

2.3.8. Necesidades de autorrealización:

Llegar a un nivel que las actividades realizadas no signifiquen recarga, al contrario, sienta agrado el realizarlo es llegar a la satisfacción laboral, su relación con el mundo laboral vendría de la mano de la realización de trabajos creativos, el desarrollo de las propias habilidades o, por ejemplo, llevar a cabo tareas desafiantes y retadoras.

Capítulo III

Metodología de Investigación

3.1. Enfoque de la investigación.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010, p. 7) la investigación cualitativa utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.

Para Díaz, Escalona, Castro, León y Ramírez (2013, p. 84) el enfoque cualitativo es el método de investigación que busca la causa próxima o la naturaleza del fenómeno y pretende comprender y explicar los hechos y circunstancias humanas. Este tipo de estudios ha adquirido una considerable popularidad en los últimos años, ya que permite estudiar y explicar mejor la dinámica social a través de la comprensión e interpretación de un objeto o sujeto de estudio. Se trata de entender el fenómeno investigado, no de medirlo.

Ñaupas; Valdivia, Palacios y Romero (2013. p. 141), señalan que en este enfoque utiliza la recolección y análisis de datos, sin preocuparse demasiado en su cuantificación; se realiza la observación y la descripción de los fenómenos, pero sin dar mucho énfasis a la medición. Las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación, no necesariamente al principio. Su propósito es reconstruir la realidad, descubrirlo, interpretarlo; por tanto, el método no es la verificación, la contrastación o falsación Popperiana, son la comprensión, la interpretación y la hermenéutica.

Por lo tanto, el presente estudio se realizó mediante este enfoque cualitativo, porque se buscó el entendimiento y explicación de una determinada realidad; específicamente se comprendió los factores que contribuyen al logro de la satisfacción laboral del personal dedicado a las ventas por catálogo del producto U.

3.2. Método general de investigación.

Charmaz (2013, p. 272) sustentó que la teoría fundamentada, es un método de investigación cuyo soporte epistemológico radica en la vinculación entre un sujeto que busca la comprensión de un objeto a investigar mediante las acciones y significaciones de los participantes de la investigación; además Soneira (2006, p. 155) expuso que lo anterior implica que el investigador recoge, codifica y analiza datos en forma simultánea, mas no sucesiva. En ello radica la singularidad de la teoría fundamentada como un proceso metódico, sistemático e interpretativo, propio del paradigma cualitativo.

Por su parte Bonilla y López (2016) señalan que en el proceso metodológico de la teoría fundamentada intervienen dos grandes estrategias: el método de comparación constante y el muestreo teórico. Según Soneira (2006), el método de comparación constante expresa por sí mismo la flexibilidad de la teoría fundamentada e implica por parte del investigador la recolección, la codificación y el análisis de los datos, en forma simultánea.

Continúan Bonilla y López (2016) que con el muestreo teórico se descubren las características o atributos de la categoría; también se verifican las semejanzas y las diferencias de dichas propiedades y se sugieren interrelaciones entre ellas para la generación de la teoría. Asimismo, el muestreo teórico representa a la muestra de la investigación ya definida, es decir, al total de participantes de la investigación, determinado por la saturación teórica. San Martín Cantero (2014, p. 113) explicó la saturación teórica manifestando que, en el instante en que las comparaciones constantes entre los datos no evidencian nuevas relaciones o propiedades de los datos; la riqueza que representan los datos se comienza a agotar. En ese momento se evidencia la saturación teórica, donde el muestreo teórico comienza a definir su término, por lo tanto, no es conveniente realizar más entrevistas y observaciones. Los datos comienzan a tornarse repetitivos y no se obtiene nada nuevo.

Para realizar la investigación Bernad (2016) manifiesta que la teoría fundamentada se compone de:

- Creación de conceptos partiendo de los datos que se agrupan en categorías (o conceptos de más alto nivel).
- Desarrollar categorías en términos de sus propiedades y dimensiones.
- Para luego integrar las categorías y niveles más bajos de conceptos en un marco teórico que ofrece información sobre un fenómeno o una serie de fenómenos y que da pistas para la acción. El proceso de integración final lleva los hallazgos de la investigación de la descripción a la teoría.

Bernad (2016) continúa manifestando que la teoría fundamentada obtiene sus datos de entrevistas, en sus diversas formas, observaciones, documentos y también de videos u otras fuentes de información de los cuales se obtiene datos cualitativos.

Continuando Bernad (2016) manifiesta que Glaser & Strauss, (1967) al igual que Hammersley (1989) que una característica importante de la teoría fundamentada es la información que se va obteniendo de los datos obtenidos con los cuales se traza el objetivo de encontrar una teoría que explique lo estudiado.

Entonces la teoría fundamentada es un método de investigación cualitativa en el que la teoría surge de los datos obtenidos a través de entrevistas, observaciones, documentos y demás fuentes de información con datos cualitativos, estos tienen que ser sistematizados y de dichos datos surgen conceptos que se agrupan en categorías, son estos conceptos y categorías que llevan a los hallazgos de la investigación. En la teoría fundamentada no hay un número predeterminado de entrevistas, cuenta más el análisis y el desarrollar conceptos y para ello se realizan comparaciones constantes, notando así diferencias y similitudes de los datos.

En tal sentido, el enfoque de la investigación es cualitativa y el método de investigación de la presente tesis es de teoría fundamentada ya que el investigador busca comprender los factores que generan mayor satisfacción laboral en las colaboradoras de la empresa “BEAUTY & BOOKS” E.I.R.L. y conociendo dichos factores los empresarios de esta y otras empresas similares pueden aplicar dicha teoría.

3.3. Método específico de investigación.

Vivar, Arantzamendi, López y Gordo (2010) en su publicación acerca de la generación de teoría y el método inductivo, señalan que el método de la teoría fundamentada está diseñada para generar teoría a partir de datos empíricos en lugar de validar teorías existentes, el desarrollar un estudio de teoría fundamentada implica desarrollar teorías explicativas de la conducta humana, esto implica que las conclusiones de la investigación se presenten como un conjunto de conceptos interrelacionados en afirmaciones que puedan usarse para explicar un fenómeno social determinado, la aplicación de esta teoría emergente será orientada principalmente en situaciones equivalentes o en situaciones similares, para ello, la teoría fundamentada utiliza el razonamiento o enfoque inductivo como proceso cognitivo para recoger datos, realizar un proceso analítico riguroso y sistemático para poder organizar los resultados.

Asimismo Páramo, D. (2015), en su investigación mencionó que en aquellos temas que no se dispone de teorías formales o sustanciales, o en aquellos que por reclamar ir más allá de las teorías requieren una visión más fresca, por lo que Glaser y Strauss (1967) propusieron la teoría fundamentada (Grounded Theory) para generar modelos de la realidad social de una forma diferente, contraria al modelo cuantitativo que utiliza las aproximaciones hipotético-deductivas, Glaser y Strauss definieron la teoría fundamentada como una aproximación inductiva en la cual el análisis de los datos previamente recogidos y procesados sirve de punto de partida del desarrollo de una teoría sobre un fenómeno.

El método utilizado es el inductivo, ya que para lograr una teoría que explique lo investigado se fue realizando las entrevistas a integrante por integrante de la empresa, hasta llegar a la saturación teórica, para luego dichos datos codificarlos, analizarlos y generar una teoría que explique, en todo momento se realiza procesos de lo particular a lo general que se conoce como método inductivo, para que de esta manera lograr la teoría buscada y poder explicar realidades similares en otras situaciones.

Esto nos dio la claridad de lo que ocurre en la realidad de cada integrante de la empresa, sus necesidades, problemas en el trabajo al igual que satisfacciones y éxitos para que de esta manera se pudo identificar los factores que generan la satisfacción laboral en las colaboradoras de la empresa.

3.4. Categorías a priori.

Tabla 1

Categorías a priori

| Unidad temática | Categorías de análisis | Caracterización | Codificación | Ítems |
|--|-------------------------|-----------------|--------------|--|
| Factores que contribuyen a la satisfacción laboral | Necesidades extrínsecas | Fisiológico | SLNEF1 | ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetaria, es decir, no en dinero para los trabajadores? |
| | | | SLNEF2 | Entonces ¿Estás satisfecha con la retribución económica por el trabajo realizado? quiere decir tú ¿consideras que el esfuerzo que realizas en vender y en cobrar un producto U la comisión que ganas, está satisfecha con eso? |
| | | Seguridad | SLNESE3 | ¿Te sientes orgullosa de pertenecer a la empresa en que laboras? |
| | | | SLNESE4 | Usted cuenta, ¿cuentas con los materiales y el equipo necesario para empezar un buen trabajo y si tú vas a ofrecer el producto respectivo y cuentas con el material para poder convencer al futuro cliente, al |

| Unidad temática | Categorías de análisis | Caracterización | Codificación | Ítems |
|-----------------|-------------------------|------------------|--------------|--|
| | | | SLNESO5 | cliente para que tenga tal o cual para que te compren? En la empresa. ¿Tienes una comunicación fluida y permanente con los directivos con tu jefa, o sea hablar con ella no es difícil, no se cierra te brinda la amistad respectiva la comodidad para que tú puedas relacionarte con ella decirle las cosas? |
| | | Social | SLNESO6 | ¿Cuándo das una opinión sientes que te escuchan hacen caso a lo que estás haciendo o cómo, cómo sientes cuando das alguna idea una solución frente a un problema que estás enfrentando? |
| | | | SLNESO7 | ¿Sientes que tus compañeros y compañeras de trabajo realizan un trabajo de calidad, se esfuerzan? |
| | | Reconocimiento | SLNIR08 | ¿Sientes que la empresa te propone desafíos, te reta para tu desarrollo profesional? |
| | | | SLNER9 | ¿La empresa reconoce y valora la dedicación y esfuerzo que realizas en tu trabajo? |
| | Necesidades intrínsecas | Autorrealización | SLNIAU10 | ¿Realizas otras actividades trascendentales (profesionales y/o personales) paralelo a las de U? |

Codificación de factores que contribuyen a la satisfacción laboral.

Fuente: Elaboración propia

3.5. Experiencia del investigador.

Respecto a la experiencia con satisfacción laboral, al colaborar en la empresa Petroperú era importante el ambiente laboral el cual en ocasiones tenía la responsabilidad.

Posteriormente en la Universidad Privada de Tacna estuve a cargo del centro de cómputo, con el personal que estaba a mi cargo se buscaba la mayor eficiencia y un factor era la satisfacción laboral.

En diferentes trabajos se realizaba lo mismo.

Ya por los años 2004 al 2009 trabajé en la Dirección de la Academia San Fernando de Huancayo lugar donde era mayor la responsabilidad y mantener satisfechos del servicio a estudiantes, padres de familia, promotores, docentes y administrativos, lo cual demandaba bastante empatía.

La oportunidad que realicé investigación fue en mi tesis de grado en la Facultad de Ingeniería de Petróleo de la Universidad Nacional de Ingeniería, Lima.

3.6. Escenario de la investigación.

La organización Beauty & Books es una empresa, con 28 años de existencia; dedicada a la venta y promoción de artículos de la línea U, conformada en la parte jerárquica por la directora y un administrativo que trabajan muy vinculados, la directora se encarga del personal de ventas y el administrativo del aspecto de pedidos, control de pagos, cambio de productos fallados y comunicación con la central U.

Los productos de U son artículos de belleza así como también algunos artículos de sala, comedor y cocina los cuales son vendidos utilizando la técnica de venta por catálogo para lo cual se cuenta con la misma directora, las emprendedoras y las consultoras que son las principiantes en esta cadena, dicho personal va siendo reclutadas ya sea por la directora o las emprendedoras y teniendo la responsabilidad de apoyarlas en el proceso de aprendizaje en el arte de las ventas.

La empresa Beauty & Books opera bajo la filosofía de la línea de belleza U, teniendo como pilares:

Yo elijo U: Porque conozco gente y comparto mi negocio. Porque manejo mis tiempos, disfruto de mi familia y les doy lo mejor. Porque puedo manejar mi negocio desde donde quiera y como me gusta. Porque soy dueña de mis horarios y decido hasta donde llegar. Porque reconocen de manera única mis logros comerciales. Porque puedo cambiar la vida de muchas personas y sus familias.

La clave es la incorporación: Considera que la mejor manera de incorporar es la demostración.

Recompensa a las emprendedoras; cuando las consultoras recomiendan a otra persona la oportunidad para trabajar, les recompensan con un producto; pero antes de ello la que se incorpora debe hacer su pedido y cancelarlo.

Es una compañía multinivel: Existe una directora en cada nivel, lo que es un atractivo para las vendedoras que puedan acceder a estos cargos. Los multiniveles tienen una correspondencia entre la ganancia promedio por campaña y los multiniveles denominados mundos organizados en la escalera del éxito; siendo esta la clasificación: mundo venta y demostración; compuesta por consultora; mundo recomendaciones y redes; integrado por emprendedora 1 y emprendedora 2; mundo gestión de grupo profesional integrado por junior ; mundo líderes directoras que agrupa a senior, súper senior, regional; mundo liderar líderes que agrupa a regional estrella, máster élite oro, élite platino, élite diamante, a ello se suma regalos, ofertas, entrenamiento para seguir creciendo; visita a la planta de producción de U, regalo de vehículos; según su ubicación y ventas.

Los pilares de la filosofía U antes mencionados, son motivaciones intrínsecas para mantenerse laborando en la empresa.

3.7. Participantes

3.7.1. Descripción de los participantes.

De participantes en esta investigación se contó con consultoras, emprendedoras y directoras, conceptualizándolas de la siguiente manera:

A. Consultoras.

Son damas que inician ventas por catálogo, quienes reciben una capacitación inicial y un kit de muestras de los productos que ofrecerán a los potenciales clientes. En dicha capacitación inicial se les sugiere e indica el cómo llegar al cliente, algunas

propiedades de los productos, por lo general en las primeras visitas son acompañadas de un personal de mayor experiencia.

B. Emprendedoras.

Son damas que ya tienen mayor experiencia en las ventas por catálogo y además invitaron a otras damas a iniciarse en este tipo de actividad. Las emprendedoras tienen la responsabilidad de que las consultoras que están a su cargo, porque las invitaron, lleguen a las metas establecidas por la empresa para las consultoras y de esta manera obtener sus premios, por ello las van capacitando directamente, las invitan a participar de las actividades de la empresa, las motivan a continuar y llegar a sus metas de ventas.

C. Directoras.

Son las damas que tienen a su cargo a emprendedoras, así como a consultoras, son las encargadas de organizar todo ese conjunto de ventas, capacitaciones, incentivos a las ventas de todo el personal que conforman su sistema de ventas, damas que fueron reclutadas a las ventas por ella, sus emprendedoras. Sobre las directoras recae la responsabilidad de mantener ágil, dinámica, eficiente y motivadas al personal a su cargo.

3.7.2. Identificación de los participantes.

Otzen y Manterola (2017) manifiestan que el realizar un muestreo por conveniencia permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos y que pertenezcan a la muestra de interés, tomando en cuenta el compromiso del sujeto, la conveniente accesibilidad y proximidad para el investigador.

Por lo que se realizó un taller de sensibilización para las trabajadoras con el apoyo de la directora de la empresa “Beauty & Books” E.I.R.L., con sede en el Distrito de Huancayo, específicamente participaron 16

personales de la empresa, una directora, ocho emprendedoras y siete consultoras, reunión en la cual se les explicó el motivo de la reunión, la importancia del estudio a realizar y con el compromiso de hacerles llegar los resultados de la investigación.

Las consultoras que participaron tienen más de dos campañas, es decir más de dos meses en las ventas.

Las emprendedoras se fueron eligiendo por efectividad en ventas, asistencia a las capacitaciones programadas, cumplimiento en realizar las respectivas documentaciones e informes.

La directora de la empresa fue seleccionada para la entrevista, ya que es única, luego facilitó el contacto con otra directora y se le entrevistó. Se inició con el proceso de las entrevistas semiestructuradas, hasta lograr la saturación de datos que establece el método; participaron dos directoras, tres emprendedoras, tres consultoras.

Tabla 2

Participantes de la investigación

| Cargo | Apellidos y nombres | DNI |
|--------------|--------------------------------|-----------|
| Consultora | Mori Paccori, María Guadalupe | 76590614 |
| Consultora | Cantorín Aliaga, Nilda | 46130528 |
| Consultora | Cardenas Castillo, Yoselin | 764445964 |
| Emprendedora | Sobrino Marín, María del Pilar | 19860539 |
| Emprendedora | Morales Quijada, Liz Rocío | 20020171 |
| Emprendedora | Salazar Quiñones, Marina | 19802571 |
| Directora | Carranza Cabezas, Carol | 19812653 |
| Directora | Salazar Quiñones, Rosa Zenobia | 19992214 |

Personal entrevistadas.

Fuente: Elaboración propia

3.8. Técnicas e Instrumentos.

3.8.1. Técnica.

Ñaupas et al. (2014), mencionan que la entrevista es una especie de conversación formal entre el investigador y el investigado o entre el entrevistador y el entrevistado o informante, en la cual se formula preguntas en forma verbal con el objetivo de obtener respuestas o

informaciones, las cuales son plasmadas en algún medio para posteriormente ser analizadas.

En la presente investigación para la recolección de los datos se utilizó la técnica de la entrevista semiestructurada. Esta fue realizada por el investigador a través de la formulación de preguntas de forma verbal al investigado para poder obtener la información necesaria.

Para la elaboración del instrumento, se realizó en correspondencia a la recomendación de los autores Rodríguez et al (1999) se desprende que si la entrevista no va ser sencilla porque el tema es complicado o el entrevistador no cuenta con la suficiente experiencia se recomienda basarse en la siguiente guía:

- Elaborar una lista de temas, puntos a tratar e interrogantes a plantear.
- Desagregar temas.
- Plantear preguntas indagatorias.
- Plantear preguntas específicas.

Donde el entrevistador asume el papel de guía de la conversación.

3.8.2. Instrumento

Carrasco (2007, p. 334), define a los instrumentos de evaluación: (...) como reactivos, estímulos, conjunto de preguntas o ítems debidamente organizados e impresos, módulos o cualquier forma organizada o prevista que permita obtener y registrar respuestas, opiniones, actitudes manifestadas, características diversas de las personas o elementos que son materia del estudio de investigación, en situaciones de control y planificadas por el investigador.

La función de los instrumentos de investigación es la obtención de datos, y la elaboración y aplicación se realiza según la naturaleza y característica del problema y la intencionalidad del objetivo de investigación.

En el presente estudio, se utilizó la guía de entrevista, ya que el investigador antes de la entrevista preparó un guion del tema a investigar, las preguntas que se realizó fueron abiertas, pues ello permitió que el entrevistado exprese sus opiniones y matice sus respuestas. Por eso, fue fundamental la experiencia del investigador para evitar que la entrevistada se desvíe en sus respuestas a aspectos que no tenían relación con el tema de investigación. La guía de entrevista estuvo conformada por 10 preguntas centrales.

3.9. Aprehensión de la información.

3.9.1. Procedimiento para la aprehensión de información.

La aprehensión de la información se realizó a través de la entrevista semiestructurada, la cual se dio de la siguiente manera:

- Se envió una carta a la gerencia de “Beauty & Books” pidiendo el apoyo en la investigación a realizar mediante la aplicación de la entrevista a su directora, emprendedoras y consultoras, seleccionada previamente bajo los criterios mencionados anteriormente
- Luego, se realizó un taller de sensibilización para las colaboradoras con el apoyo de la directora para explicarles los objetivos de la investigación a ser desarrollada en el local de la empresa.
- Posteriormente, se consolidó la participación de las colaboradoras.
- Finalmente se aplicó las entrevistas semiestructurada a la directora, emprendedoras y consultoras.

3.9.2. Técnicas de análisis de información.

Los investigadores Villas, Gispert, Merino, Monclús y García (2013), introducen la triangulación como parte de la investigación social con el propósito de comparar una estructura geométrica de tres lados con el acercamiento a los datos por medio de estrategias de indagación múltiples.

Hernández, Fernández-Collado y Baptista (2010), señalan que el uso de estos métodos variados triangula las fuentes y se constituye en una manera de garantizar la verificación de los datos. Así también, Monge (2014) cita a Díaz (2009), dentro del entorno de la investigación cualitativa en educación define la triangulación en los siguientes términos: la triangulación consiste en un control cruzado entre diferentes fuentes de datos, personas, instrumentos, técnicas, documentos y combinación de los mismos, lo que hace posible el incremento en la confianza en los resultados. Es un procedimiento que permite organizar diferentes tipos de datos en un marco de referencia o relación más coherente de manera que se puedan éstos comparar y contrastar con mayor facilidad.

Continúa Monge (2014) que el objetivo de la triangulación es la verificación de los testimonios brindados en la obtención de datos, el cual no es un objetivo de la teoría fundamentada. Lo fundamental para esta metodología de investigación es generar teoría, ya sea sustantiva o formal que eventualmente puede ser verificada (Glaser, 1992; Glaser y Strauss, 1967; Legewie y Schervier-Legewie, 2004).

Existen diversos tipos de triangulación como: la triangulación metodológica, triangulación de datos, triangulación de investigadores y triangulación de teorías.

Benavides (2005) en su publicación en la revista Scielo indica que: Dentro del marco de una investigación cualitativa, la triangulación comprende el uso de varias estrategias al estudiar un mismo fenómeno, por ejemplo, el uso de varios métodos (entrevistas individuales, grupos focales o talleres investigativos). Al hacer esto, se cree que las debilidades de cada estrategia en particular no se sobreponen con las de las otras y que en cambio sus fortalezas sí se suman.

Benavides (2005) explica los diferentes tipos de triangulación:

A. Triangulación metodológica.

Al triangular diferentes métodos se busca analizar un mismo fenómeno a través de diversos acercamientos. Aunque generalmente se utilizan distintas técnicas cualitativas, se pueden utilizar tanto cuantitativos como cualitativos en conjunto. El arte de este tipo de triangulación consiste en dilucidar las diferentes partes complementarias de la totalidad del fenómeno y analizar por qué los distintos métodos arrojan diferentes resultados.

B. Triangulación de datos.

Para realizar la triangulación de datos es necesario que los métodos utilizados durante la observación o interpretación del fenómeno sean de corte cualitativo para que éstos sean equiparables. Esta triangulación consiste en la verificación y comparación de la información obtenida en diferentes momentos mediante los diferentes métodos.

C. Triangulación de investigadores.

En la triangulación de investigadores la observación o análisis del fenómeno es llevado a cabo por diferentes personas. Para dar mayor fortaleza a los hallazgos suelen utilizarse personas provenientes de diferentes disciplinas. Así, por ejemplo, se puede hacer un estudio donde se tome en cuenta la observación por parte de un antropólogo, de un psicólogo, de un psiquiatra, de familiares de pacientes, de un terapeuta ocupacional, etc. De esta manera se reducen los sesgos de utilizar un único investigador en la recolección y análisis de datos y se le agrega consistencia a los hallazgos.

D. Triangulación de teorías.

Durante la conceptualización del trabajo de investigación cualitativa suele definirse de antemano la teoría con la cual se analizarán e interpretarán los hallazgos. En este tipo de triangulación se establecen diferentes teorías para observar un fenómeno con el fin de producir un entendimiento de cómo diferentes suposiciones y premisas afectan los hallazgos e interpretaciones de un mismo grupo de datos o información. Las diferentes perspectivas se utilizan para analizar la misma información y, por ende, poder confrontar teorías.

En el presente estudio se utilizó la triangulación teórica, ya que se realizó la contrastación de la teoría de la satisfacción laboral de Herzberg con la realidad de la empresa multinivel de U.

Capítulo IV

Recopilación y Análisis de Información

4.1. Resultados de los datos

4.1.1. Resultado de entrevistas a participantes.

Las tablas obtenidas de los resultados de las entrevistas fueron:

A. Resultados de Consultora 01.

Tabla 3

Categorías a priori de consultora 01

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Consultora 1 |
|----------------------|--------------------|--------------|--|
| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIAC01 | Aparte <u>con otros catálogos</u> también estaba trabajando [...] con É, C y con lo A, [...] porque [...] tiene lo que es todo de cocina, también me llamó la atención, [...] sus <u>incentivos</u> que eran <u>buenos</u> , igual E [...] <u>U es un poquito más costoso</u> , [...] lo que son E y C (...) como somos estudiantes y algo cómodo. |
| | | FERC01 .1 | [...] cuando uno vende [...] productos tienes que convencer a la gente [...] en esta campaña se va a ganar tanto [...] pero <u>tienes que vender</u> [...] <u>para llegar</u> [...] a esa <u>meta...</u> |
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | FERC01 .2 | [...] si, si valora porque [...] los días [...] días festivos [...] organizan así eventos en donde, esté <u>premian a las mejores</u> vendedoras, mejores personas, mejores consultoras, las que han inscrito varias chicas, a la que ha pagado puntual, a las han hecho ventas en mayor ranquin, de todo. (...) |
| | | FERC01 .3 | Si [...] <u>Son productos de la misma del mismo U</u> , son cremas o puede ser artículo [...] por ejemplo, una plancha, cafetera, bolsos de la misma empresa cremas perfumes son incentivos |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Consultora 1 |
|-----------------|-----------------------|--------------|---|
| | | FESAC 01.1 | (...) <u>digamos que no</u> , porque <u>orgullosa</u> es sentir que la empresa [...] <u>es un gran beneficio</u> para mí [...] la ganancia, es realmente por las ventas que uno se hace, nada más. |
| | | FESAC 01.2 | (...) yo <u>siempre me he comunicado con mi promotor</u> quien me guía, [...] Más allá de mi promotor <u>con la encargada</u> , La que está acá <u>con la directora de la misma empresa</u> No [...] pero si el tenido el agrado de conocerla en un evento, pero así usar palabras con ella, no. [...] <u>me brinda confianza</u> por ejemplo tuve un problemita hace un mes vendiendo, pero si me apoyado [...] Porque si a mí me va mal a él también... |
| | Sociales o afiliación | FESAC 01.3 | En la misma línea, un problema, si cuando tengo un inconveniente se consultará a mi promotor y más o menos <u>me ha dado una recomendación de cómo tengo que solucionar</u> . [...] No, [...] me he atrevido [...] Porque yo creo que la política de la empresa ya está [...] Pero tampoco nunca nos han realizado encuestas [...] yo creo que debería haber eso, [...] calificar a la empresa cómo te ha ido [...] |
| | | FESAC 01.4 | Claro [...] por cada monto que uno vende [...] los incentivos son más y a veces uno por llegar a esos incentivos [...] <u>lo que hace es esforzarte para poder vender bien</u> (...) |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Consultora 1 |
|-----------------|--------------------|--------------|--|
| | Seguridad | FESC01 | Bueno lo que son para cada campaña <u>llegan los catálogos [...]</u> <u>no tiene muchas indicaciones. [...]</u> si me entregarían el catálogo y otro libro donde te indica de cada producto de cada beneficio [...] <u>indicaciones de los productos [¿Te facilitan las muestras?]</u> Sí, pero te llegan dos, tres nada más, no te llegan de todos los perfumes, al inicio, <u>al ingresar a la empresa si te entregan [...]</u> , pero cada campaña son diferentes perfumes, son diferentes cremas y no tienes todo ese material para poder mostrar [...] <u>al inscribirte [...]</u> entregan el catálogo, tu vendes con <u>ese catálogo, haces el pedido por internet, te llega los pedidos y ahí tienes que pagar por los pedidos [...]</u> y a esta hora misma también tienes que pagar lo que <u>te he inscrito</u> y ahí te llega pues [...] <u>te llegan las muestras.</u> [La inscripción ¿es las muestras prácticamente?] <u>Con eso te dan las muestras.</u> |
| | Fisiológicas | FEFC01 | En lo que es <u>U todo Producto el descuento 25% de 300 a 400, Pero si llegas más de 500 es el 35%,</u> claro por cada venta estarías generando un poco más ya, pero durante la experiencia que yo tuve siempre he llegado a 500 (...) <u>[El esfuerzo es mayor a la recompensa...]</u> <u>Yo considero que es así. Me dedico a otras cosas y se podría decir que lo complementa.</u> |

Fuente: Elaboración propia

B. Resultados de consultora 02.

Tabla 4

Categorías a priori de consultora 02

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Consultora 1 |
|----------------------|--------------------|--------------|--|
| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIAC02 | (...) También <u>estudio y trabajo [...]</u> <u>tengo una hijita [...]</u> para poder obtener más dinero y más ganancias. Y como las ventas de catálogos no [...] depende mucho del tiempo ... |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Consultora 1 |
|----------------------|-----------------------|--------------|--|
| | | FIRC02.1 | [...] es un <u>desafío en cada campaña</u> [...] <u>te ponen retos</u> , pero también te <u>incentivan con un regalo</u> [...] una motivación para [...] llegar a más escalas [...] <u>podría ser líder consultora...</u> |
| | Reconocimiento | FIRC02.2 | Si, por qué <u>nos dan incentivos</u> y también te dan felicitaciones [...] en las reuniones [...] No solamente soy yo la que vende son muchas personas de muchos distritos de muchos lugares. <u>Todas esas personas siempre te están motivando</u> [...] así valoran el esfuerzo que uno hace. |
| | | FIRC02.3 | <u>Nos premian</u> con [...] <u>productos</u> [...] se asiste a una reunión y [...] está la líder diciendo que tú vas a poder. |
| | | FESAC 02.1 | Sí, sí me siento orgullosa [...] es una empresa [...] <u>muy organizada</u> [...] Tiene <u>buenos líderes</u> , [...] por los <u>beneficios o costos</u> las <u>ganancias</u> que nos pueda dar. |
| Factores extrínsecos | | FESAC 02.2 | (...) tenemos un <u>grupo de WhatsApp</u> tengo el número donde cualquier cosita <u>nos estamos avisando</u> que hay reunión o si tal fecha pasa [el] pedido, tal fecha se vence el día de tu pago. Es acá momentáneo. <u>Tengo totalmente la posibilidad de poder conversar con él no hay ningún problema</u> |
| | Sociales o afiliación | FESAC 02.3 | Sí hemos dado <u>opiniones</u> como por ejemplo [...] para que nos puedan <u>entregar el producto</u> había un poco de <u>problema</u> con eso con la <u>movilidad</u> . Entonces hemos dado la <u>opinión</u> de que por favor nosotros [...] <u>nos acerquemos a la empresa para poder recoger nuestra caja</u> [...] Han escuchado las voces... |
| | | FESAC 02.4 | [...] sí <u>al igual que yo trabajo así de manera responsable y confiable</u> ellas <u>hacen lo mismo</u> . (...) |
| | Seguridad | FESC02 | [...] en la primera campaña siempre nos dan [...] <u>modelitos o probadores</u> [...] Nos dan la facilidad, sí. [...] pero [...] <u>tú lo tienes que pagar</u> . [...] Cada año se termina [...] tú tienes que comprarlo obligatorio porque [...] con eso tú vas [...] obtener más ventas. [Y los precios deben ser más módicos es un precio que es muy alto.] No es muy alto. |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Consultora 1 |
|-----------------|--------------------|--------------|---|
| | Fisiológicas | FEFC02.1 | A mi parecer <u>sí, porque yo no hago mucho esfuerzo en esas ventas [...] y el dinero correspondido al esfuerzo</u> que he hecho [...] compensa a mi actividad principal. |

Fuente: Elaboración propia

C. Resultados de Consultora 03.

Tabla 5

Categorías a priori de consultora 03

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Consultora 1 |
|----------------------|--------------------|--------------|---|
| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIAC03 | Si. [Ahora estas laborando en el hospital...] [...] te genera un ingreso extra, [...] fuera del sueldo [...] no marcas una tarjeta [...] tú puedes [...] ofrecer tus productos a la hora que tú quieres y entregar a la hora que tú quieres... |
| | | FIRC03.1 | Sí, [...] en reuniones, [...] la consultora nos llama nos busca y estamos en constante reunión [...] dentro del equipo todos tenemos que lograr y llegar al objetivo [...] |
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | FIRC03.2 | Si. [...] La empresa U hace eso cuando hace sus reuniones de todas las socias, que participan en una cena de gala o reuniones [...] siempre hay premios sorpresas, [...] es una forma [...] de que la empresa se hace sentir de que estar contigo. |
| | | FIRC03.3 | Sí te da premios, [...], digamos de joyas, de perfumes adicionales también [...] hay campañas en las que te ofrecen un juego de ollas [...], puede ser un set de joyas, así diferentes productos que motivan a que uno pueda [...] vender más productos [...] llegar, como le decía, a la meta. |
| | | FESAC 03.1 | Si [...] Porque es una empresa que te da la facilidad de crecer personalmente [...] como también económicamente, porque [...] los porcentajes de ganancia [...] no te la descuentan cómo en otras [...] |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Consultora 1 |
|-----------------|--------------------|--------------|--|
| | | FESAC 03.2 | (...) se tiene bastante, la comunicación es muy primordial para que uno puede lograr sus objetivos, [...] la consultora nos llama nos busca y estamos en constante reunión [...] dentro del equipo todos tenemos que lograr y llegar al objetivo que es para todos, en beneficio de todos y no solamente de uno. |
| | | FESAC 03.3 | Sí, al menos en el grupo en que hemos estado sí, nuestra consultora es una persona que sabe escuchar los consejos de todas, porque como le decía: somos un equipo; entonces dentro de ellas las inquietudes que uno tiene [...] y también las ideas, ella lo escuchó para todo compartirlo con todo el grupo y así mejoramos [...] |
| | | FESAC 03.4 | Por lo general casi la mayoría trata de hacer un trabajo de calidad, en lo que es U se ha preocupado mucho por ofrecer no solo un producto de calidad sino de que todas las consultoras también ofrezcan los productos de una forma de amable, [...] capacita constantemente a su personal que trabaja, las consultoras, como le digo, estamos en constante capacitación, [...] dan [...] charlas de motivación y de cómo uno poder tratar al cliente para que el sienta el interés de poder adquirir ese producto [...] [¿Has recibido capacitaciones de personal experto en marketing que vienen de afuera o Huancayo, bueno que son marketeros?] Dentro de lo que es U no tanto (...) |
| | Seguridad | FESC03 | Sí, porque cuando nosotras ingresamos al grupo U tenemos un kit de inicio y dentro de ese kit de inicio tenemos esos materiales adecuados que la empresa nos da para nosotras poder ofrecer a nuestros clientes, son probadores que nos facilitan y que nosotras lo usamos para que el cliente tenga de conocimiento que tipo de producto está adquiriendo... |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Consultora 1 |
|-----------------|--------------------|--------------|---|
| | Fisiológicas | FEFC03.1 | Pienso que es compensado, porque como le decía todas las ventas que uno hace es de acuerdo al esfuerzo que le pone, yo pienso que si uno le echa más ganas pueden incrementar mucho más los ingresos que ya tiene y no solamente eso te puedes ganar viajes, que es muchas veces lo hacen a las mejores socias siempre les ofrecían (...) Pero yo no me dedico exclusivamente a eso, no es mi fuente principal de ingresos. |

Fuente: Elaboración propia

D. Resultados de Emprendedora 01.

Tabla 6

Categorías a priori de emprendedora 01

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Emprendedora 1 |
|----------------------|--------------------|--------------|--|
| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIAE01 | [...] Por ejemplo al inscribir [...] es una satisfacción porque estás ayudando a otras mujeres que también lo pueden hacer porque hay muchas mujeres que son más tímidas porque yo también tenía miedo de vender, arriesgar. Entonces yo las motivo, les cuento mi experiencia que gracias a eso a veces gano más que lo de la universidad porque nos llega premio [...] Era reprimida pero no tanto, era siempre amigable [...] me ha ayudado a valorar y decir si tengo esas cualidades [...] La manera de que yo sea jovial que sea amigable, que sea atenta. [...] si me he vuelto más más abierta tengo más [...] fe y voy con la seguridad de que si lo voy a hacer. |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Emprendedora 1 |
|----------------------|-----------------------|--------------|--|
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | FIRE0 1.1 | Si nos ponen metas. [...] Por ejemplo si queremos ganar un televisor nos dicen que tenemos que inscribir tres chicas y que pasen pedido. Ese es consecutivo y el requisito número uno es inscribir. Y. Que pasen. Feliz. Y tú eres acreedora en. Tres campañas después de pagar te dan un televisor o el dinero. Hay muchas cosas muy buenas. [...] Ellas no están dentro del reto de pasar cierta cantidad. Yo soy la que está en eso. Pero sí les ayudo les ayudo a que lleguen por lo menos al mínimo que es 320. Como una bienvenida como un apoyo respectivo. Si a ellas les llega su premio. |
| | | FIRE0 1.2 | [...] nos mandan por ejemplo joyas. Tenemos ollas, enseres de casa de cocina. Es como parte de haber cumplido la meta respectiva. Claro pero aparte podemos todos de un pedido de 450 por hacer 450 te haces acreedor a un juego de ollas, de sartén. Así nos dan. Losas, sábanas. Si te motivan bien. |
| | | FIRE0 1.3 | Sí, si valora. [...] Por ejemplo te dicen inscribe una cantidad de personas y con ella tienen que pasar su pedido asesorarlas que pasen y llega a veces por ejemplo la meta de este dinero que la empresa te ofrece 700 o 800 soles. Y entonces lo tienes que hacer puedes buscar tres chicas de y que pase un poquito, pero qué pasen el pedido. |
| | Sociales o afiliación | FESA E01.1 | [...] me ha dado muchas oportunidades de crecer tanto económica como emocionalmente y otros aspectos [...]. |
| | | FESA E01.2 | Más que nada con mi directora [...]. Es fluido, amable [...]. es muy atenta, [...] por ella he crecido tengo 15 chicas, [...] aunque es un poco difícil porque tú inscribes y las chicas a veces tienen el temor de cobrar porque [...] la gente no te paga [...] y ella te motiva [...] te permite hacer tanto y estamos en capacitaciones [...] una coordinadora, que la empresa manda [...]. y nos motiva [...] nos enseñan cómo vender los productos haciendo demostraciones. |
| | | | |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Emprendedora 1 |
|-----------------|--------------------|--------------|--|
| | | FESA E01.3 | Las pocas veces que he intervenido. Si me han escuchado. Amablemente. |
| | | FESA E01.4 | Y [...] con mis consultores [...] también, las motivo, les digo esto está en oferta que las motiva. [...] Estoy satisfecha todo conforme, nos dan muchas facilidades herramientas. |
| | Seguridad | FESE0 1 | [...] Empresa nos da [...] pero a un precio. [...] se llama un kit. |
| | Fisiológicas | FEFE0 1.1 | Si me. Siento completamente. Porque no solo tengo porcentajes de mis ventas sino también del grupo que apoyo. |

Fuente: Elaboración propia

E. Resultados de Emprendedora 02.

Tabla 7

Categorías a priori de emprendedora 02

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Emprendedora 2 |
|----------------------|--------------------|--------------|--|
| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIAE0 2 | Que <u>me ayuda si nos ayuda bastante</u> , siempre <u>nos dicen, que somos consultoras de belleza y siempre debemos mantener la línea de la belleza</u> , [...] en los perfumes los aromas que nos dan, es como hacer un marketing, para seguir vendiendo, somos representantes [...] |
| | | FIRE0 2.1 | Si, <u>ponen retos mediante las ventas, a la vez también nos ponen incentivos y de acuerdo al reto es el incentivo</u> , si tengo mayor venta es mejor mis incentivos. <u>El reto es la venta, el monto de las ventas.</u> |
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | FIRE0 2.2 | [...] <u>los premios, los regalos que nos dan de acuerdo a los montos vendidos</u> [...] siempre están <u>pendientes de nosotras</u> , por ejemplo, fin de año <u>nos hacen como una cena de gala</u> , en esta cena se premian a las, digamos a quienes han vendido más, se hacen las menciones y también hay premios que nos entregan. |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Emprendedora 2 |
|-----------------|--------------------------|---------------|---|
| | | FIRE0 2.3 | [...] <u>la directora, [...] siempre está que nos llama chicas hagan este pedido, mira que ahí estos premios, o sea, trata de jalarlo.</u> [...] esta empresa [...] brinda, bastante calidad [...] los productos son muy buenos y son caros [...] hay gente que pide calidad, entonces de todas maneras estaría dentro de U. |
| | | FESA E02.1 | [...] me da <u>satisfacción</u> en cuanto al <u>trabajo y a lo económico.</u> |
| | | FESA E02.2 | [...] <u>algún problemita con los productos o algo así mi directora es la que está a la orden,</u> entonces yo le consultó a ella, ella consulta a Lima, y me soluciona el problema no tengo comunicación con ellos, pero sí, con la directora, bastante. |
| | Sociales o afiliación | FESA E02.3 | No <u>he intentado dar muchas opiniones, pero veo que sí, la directora [...] tienen más [...] comunicación con ellos [...] ella está pendiente,</u> me dice ya está, tal día te llega el producto, si algo llegó mal [...] de inmediato [...] mandamos y me devolvieron ya bien y con algo más, un incentivo para sentirme bien [...] |
| | | FESA E02.4 | <u>Somos personas que pertenecemos al mismo grupo nos apoyamos y trato de guiar en todo</u> de repente alguien no tiene un producto, me lo da luego yo pido y te lo devuelvo eso hacemos, la directora promueve eso. [...] la amistad y hacerle sentir bien, apoyar al cliente de repente con los productos y que tengan [...] <u>todos nos esforzamos yo, las chicas</u> todo bien y como usted ve U creciendo bastante al menos en el ámbito que yo estoy realizando. (...) |

| Categorías base | Subcategorías base | Codificación | Emprendedora 2 |
|-----------------|--------------------|--------------|---|
| | Seguridad | FESE0 2 | A nosotras las consultoras <u>nos mandan muestritas</u> , me gustaría que sea mejor [...] Porque a veces piden que como como es el perfume [...] <u>en cada mes nos mandan en el sobre uno o dos exagerando</u> , entonces cuando quiero para los demás ya no hay, entonces tengo que abrir de necesariamente un perfume que yo tengo, que me ha costado, [...] sería bonito o bueno que nos manden también una muestra o sino un perfume completo que diga esto es exclusivo para tu demostración prohibido la venta [...] |
| | Fisiológicas | FEFE0 2.1 | Sí, <u>sí estoy satisfecha</u> , me alcanza el <u>dedicarme a la venta e inscripción</u> de consultoras, pero si fuera masito más sería mejor... |

Fuente: Elaboración propia

F. Resultados de emprendedora 03.

Tabla 8

Categorías a priori de emprendedora 03

| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIAE0 | Para levantar mis honorarios, económicamente me ayuda. |
|----------------------|------------------|--------------|--|
| | | 3 | Sí, porque si no me retaría, no me quedaría, porque yo quiero llegar a ser directora. [...] manejar grupos más grandes a nivel nacional [...] también recibiría más. [Y para llegar a ser directora ¿Qué cosa te faltaría?] |
| | | FIRE0 3.1 | Inscribir a más consultoras, realizan sus ventas y con todo eso tuya vas ascendiendo. [¿Es decir la cantidad de consultoras que tengas hacen que llegues a directora?] Claro, con las ganancias que haces, con el monto vendido. |
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | FIRE0 3.2 | Si, las capacitaciones, los viajes que todo es pagado. [...] Las directoras, las que tienen alto rango, ellas nos capacitan a nosotras. [...] Al año siquiera, una vez al mes o dos, pudiendo ser más. |
| | | FIRE0 3.3 | Si, nos reconoce con viajes todo pagado, buenos lugares, buenos hoteles, de dos o tres días, eso es lo que me motiva. |

| | | | |
|----------------------|-----------------------|------------|--|
| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIAE03 | Para levantar mis honorarios, económicamente me ayuda. |
| | | FESA E03.1 | Si, muy orgullosa. [...] Porque la empresa nos motiva, nos da regalos, nos dan nuestros bonos, nos dan capacitaciones, viajes, eso son los que yo sé. |
| | | FESA E03.2 | [...] con las directoras es fluida y permanente, vienen nos capacitan. [...]Teléfono, redes sociales. |
| | Sociales o afiliación | FESA E03.3 | [...] siempre opinamos, en las reuniones opinamos, [...] por ejemplo ahora estamos pidiendo que nuestras directoras ganen más, porque vemos el trabajo que ellas hacen, creemos que nuestras directoras merecen un poco más de sueldo, por que manejan cantidad de trabajo. [...] y la compañía nos hace caso, nos dijeron que sí, nos dijeron gracias por su opinión. Eso te hace sentir que tus opiniones son importantes que están viendo en el lugar de trabajo las necesidades que se dan. |
| | | FESA E03.4 | Sí, porque para eso nos preparan, nos capacitan para poder vender. [...] nosotros tenemos grupos muy unidos, si no me pagan la directora me puede apoyar, luego yo le devuelvo. |
| | Seguridad | FESE03 | Me dan todo, todo me da, con eso ya vendo, me dicen un perfume, tengo probadores, prueban y ellos escogen [...] Vuelvo a pedir a mi directora, la directora me da lo que se necesite. |
| | Fisiológicas | FEFE03.1 | Si siento que está recompensado, de acuerdo a las ventas que yo hago me dan mi porcentaje, si quiero ganar más, más tengo que vender y hacer que mis consultoras lleguen a su meta tengo que esmerarme en mi trabajo. |

Fuente: Elaboración propia

G. Resultados de directora 01.

Tabla 9

Categorías a priori de directora 01

| | | | |
|----------------------|------------------|--------|---|
| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIAD01 | No tengo otro trabajo, por el puesto que ocupo no es posible, pero también no me alcanzaría el tiempo y me siento muy cómoda al ser directora de U. |
|----------------------|------------------|--------|---|

| | | | |
|----------------------|-----------------------|------------|--|
| | | | <p>Sí, los retos y desafíos a lograr son la base de la motivación que tiene la empresa, esto hace que las emprendedoras y consultoras realicen cada vez un mejor trabajo, haciendo que logre mejores ingresos para su bienestar y como política de empresa, cuando la señorita de la empresa logra las metas obtiene incentivos económicos y productos para su uso, que algunas lo venden obteniendo mejores ingresos económicos.</p> |
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | FIRDO 1.1 | |
| | | FIRDO 1.2 | <p>Si, nos motivan con incentivos materiales. Tenemos las capacitaciones que hacen que las consultoras, emprendedoras así también las directoras vamos aprendiendo cada vez más a brindar un mejor servicio al cliente, también se tiene las reuniones de trabajo de fin de campaña, en la cual se realiza la premiación de los personales que demostraron mejor desempeño en su trabajo. [...] las que llegan a las metas estipuladas por la empresa, y así se tiene diferentes formas de motivación.</p> |
| | | FIRDO 1.3 | <p>Sí, siento que es así. [...] Con los ingresos obtenidos [...] además por la calidad de trato por parte de la empresa, en las reuniones que se tiene uno ve el esfuerzo que realizan por atender y que el evento sea de calidad.</p> |
| | Sociales o afiliación | FESA D01.1 | <p>Sí. [...] Porque me da satisfacción de colaborar con la realización de mujeres que pueden ser independientes, empoderándolas en la sociedad, además ofrecer productos de calidad y obtener un ingreso económico.</p> |

| | |
|---------------|---|
| FESA D01.2 | <p>Si, por las características de la venta por catálogo es muy importante la comunicación en la empresa, esta es muy fluida, más que supervisar es apoyar, motivar para dar un esfuerzo más en realizar la venta, es llamar a la emprendedora, para que motive a sus consultoras y conocer qué problema podría tener para realizar la venta.</p> <p>Es importante que los pedidos sean realizados en los tiempos adecuados para que lleguen a tiempo para poder ser remitidos a los clientes y no crear insatisfacción.</p> <p>En las reuniones llevadas a cabo es una oportunidad para lograr conocer los problemas que tienen el personal de la empresa, es un clima de equipo, colaboración, amistad se vive un ambiente muy agradable. [...] Persona a persona, teléfono, WhatsApp, internet, Facebook, Messenger, todas las redes sociales que emplean las vendedoras.</p> |
| FESA D01.3 | <p>Claro que sí, la comunicación, como ya mencioné, es pilar de la empresa, la institución se basa en las opiniones y sugerencias del personal que se encuentra directamente relacionados con los clientes. Las sugerencias realizadas durante las reuniones de equipos son mencionadas en reuniones de más alto nivel para que lo analicen y apliquen en futuras campañas.</p> |
| FESA D01.4 | <p>Las evaluaciones son continuas, son evaluaciones para encontrar debilidades y mejoras para poder realizar un mejor servicio, por lo tanto, se debe realizar un trabajo de calidad y esto es reflejado en el volumen de ventas, logrando que las chicas obtengan mayores beneficios y lograr un empoderamiento de ellas mismas.</p> |

| | | |
|--------------|--------------|---|
| Seguridad | FESD 01 | Sí, porque es la herramienta primordial para lograr las ventas necesarias, en U se cuenta con el kit de inicio en él se tiene esos materiales para poder ofrecer a nuestros clientes el cual es entregado a la vendedora al inicio de su incorporación a la empresa, en el cual se tiene, lo que nosotras llamamos probadores, diferentes perfumes, cremas y material de trabajo, este no se entrega en forma gratuita, el costo es simbólico para motivar el ingreso a colaborar con la empresa, posteriormente se va entregando según las necesidades y ventas realizadas por la vendedora. Igualmente, por metas logradas en ventas se van ganando productos que ellas lo pueden utilizar como demostraciones. |
| Fisiológicas | FEFDO 1.1 | Sí [...] los ingresos [...] son según el esfuerzo realizado por cada una de las integrantes de la empresa, los porcentajes que nos brindan y los honorarios que se obtiene por el cargo ocupado [...] |

Fuente: Elaboración propia

H. Resultados de directora 02.

Tabla 10

Categorías a priori de directora 02

| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIADO 2 | No solamente U. |
|----------------------|-----------------------|---------------|---|
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | FIRD0 2.1 | Sí también, pero de acuerdo a eso también hay retos que nos hacemos, pero si logramos tenemos lo necesario. [...] Viajes nacionales, internaciones y comisiones también. |
| | | FIRD0 2.2 | Claro, claro que si nos premian [...] Reuniones, capacitaciones de alto nivel que nos hacen nosotras no pagamos absolutamente nada, reuniones que nos hacen en hoteles de 5 estrellas a nivel Lima. |
| | | FIRD0 2.3 | Claro que sí. [...] Con los honorarios [...] |
| | Sociales o afiliación | FESA D02.1 | Sí. [...] Porque soy independiente, no tienes jefe, no tienes un horario de entrada y salida es bastante independiente. |

| Factores intrínsecos | Autorrealización | FIAD02 | No solamente U. |
|----------------------|------------------|------------|---|
| | | FESA D02.2 | Claro, 100% 1000% diría yo. [...] [...] Persona a persona, la capacitación con los coordinadores y couche, teléfono, WhatsApp, internet, Facebook, Messenger. [...] De arriba hacia abajo. [...] Lo mismos sistemas. Y la comunicación ascendente, es decir, las consultoras, emprendedoras directoras iba subiendo, no hasta los cargos jerárquicos |
| | | FESA D02.3 | Claro que sí. [...] Cuando usted sugiere algo entonces se echa a andar la maquinaria para poder corregir alguna anomalía. [...] La verdad que U te da bastantes facilidades en todos los aspectos. |
| | | FESA D02.4 | Uno gana de acuerdo al trabajo que uno hace, hay directoras que trabajan más y otras que trabajan menos y de acuerdo a eso son sus honorarios, cuando más trabajas obviamente más ganas. |
| | Seguridad | FESD 02 | Claro que sí. [...] la empresa les obsequia o también en algunos casos también ellas lo compran, pero a precios mínimos para que empiecen a trabajar. [...] Nos dan material para que se pueda presentar. |
| | Fisiológicas | FEFDO 2.1 | Sí [...] recibimos, de acuerdo a la venta que nosotras hacemos, de acuerdo al trabajo que uno hace. |

Fuente: Elaboración propia

4.2. Triangulación.

4.2.1. Triangulación de datos recogidos.

A. Triangulación de teorías base.

Tabla 11

Triangulación de teorías base

| Unidad temática base | Categorías base | Subcategorías base | Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow. | Teoría de las necesidades adquiridas de Mc Clelland | Teoría de la privación relativa | Teoría de la equidad de Adams | Teoría del establecimiento de objetivos | Teoría bifactorial de Herzberg | Convergencias | Divergencias | Conclusión de teorías base |
|--|----------------------|--------------------|--|--|---------------------------------|-------------------------------|---|--|---------------------------------------|--|--|
| Factores que contribuyen a la satisfacción laboral | Factores intrínsecos | Autorrealización | Implica realizar aquello que realmente nos agrada y aquello para lo que estamos capacitados. | Es el deseo de lograr su realización utilizando su talento para el logro de sus objetivos. | ----- | ----- | ----- | Se asocia con las experiencias satisfactorias y se sustentan en: sensación de realización personal que se obtiene en el puesto de trabajo, reconocimiento al desempeño, lo interesante y trascendente de la tarea que se realiza, la mayor responsabilidad que se es objeto por parte de la gerencia, las oportunidades de avance profesional y de crecimiento personal que se | Realizar lo que realmente nos agrada. | Sensación de realización personal que se obtiene del puesto. | Es hacer lo que nos agrada y para lo que estamos capacitados impulsado por el reconocimiento al desempeño trascendente, la responsabilidad que se le asigna y las oportunidades de avance profesional en la que perciba la realización personal. |

| | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----------------|---|---|---|---------------------------------|---|---|---|-------------------------------------|--|----------------------------|
| Unidad temática base | Categorías base | Subcategorías base | Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow. | Teoría de las necesidades adquiridas de Mc Clelland | Teoría de la privación relativa | Teoría de la equidad de Adams | Teoría del establecimiento de objetivos | Teoría bifactorial de Herzberg | Convergencias | Divergencias | Conclusión de teorías base |
| | | | | | | | | obtienen en el trabajo entre otros. | | | |
| | | | | | | | | La complacencia de estos factores crea satisfacción laboral y estos generan realización personal. | Es para lo que estamos capacitados. | El reconocimiento al desempeño trascendente de la tarea que se realiza. La responsabilidad que se es objeto por parte de la gerencia. Las oportunidades de avance profesional. | |
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | Incluyen el respeto por uno mismo, el estatus, el reconocimiento y la | Incluyen el respeto por uno mismo, el estatus, el reconocimiento y la | La necesidad de compensación | El esfuerzo realizado debe | La motivación se encuentra en el nivel de | Es el estatus que la | Respeto por uno mismo, estatus, promoción, la concesión de premios, | La comparación justa de lo logrado. | Respeto por uno mismo, el estatus, promoción, la concesión de premios, el | |

| Unidad temática base | Categorías base | Subcategorías base | Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow. | Teoría de las necesidades adquiridas de Mc Clelland | Teoría de la privación relativa | Teoría de la equidad de Adams | Teoría del establecimiento de objetivos | Teoría bifactorial de Herzberg | Convergencias | Divergencias | Conclusión de teorías base |
|----------------------|-----------------------|--------------------|---|---|---|--|---|--------------------------------|-----------------------------------|---|---|
| | | | atención por parte de los demás. Aplicadas al contexto del trabajo estaríamos hablando de las opciones de promoción, la concesión de premios, el reconocimiento, el poder, etc. | atención por parte de los demás | n justa de logros alcanzados en las mismas condiciones que otro trabajador. | ser compensado de manera justa, mayor esfuerzo mayor compensación. | objetivos planteados por las empresas y el poder alcanza los niveles de esfuerzo y experiencia. | | el reconocimiento, el poder, etc. | A mayor esfuerzo mayor compensación. Es importante el nivel de objetivos planteados por la empresa y el poder alcanzarlos en base a esfuerzo y experiencia. | reconocimiento, el poder, etc. La comparación justa de lo logrado. A mayor esfuerzo mayor compensación. Es importante el nivel de objetivos planteados por la empresa y el poder alcanzarlos en base a esfuerzo y experiencia. |
| | Sociales o afiliación | La necesidad de | Requiere cubrir lo afectivo, el | ----- ----- | ----- ----- | ----- ----- | Son las relaciones interpersonales y la | Es la asignación de tareas a | Es la asignación de tareas a | Es cubrir lo afectivo, el amor, | Es la asignación de tareas a grupos y equipos |

| Unidad temática base | Categorías base | Subcategorías base | Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow. | Teoría de las necesidades adquiridas de Mc Clelland | Teoría de la privación relativa | Teoría de la equidad de Adams | Teoría del establecimiento de objetivos | Teoría bifactorial de Herzberg | Convergencias | Divergencias | Conclusión de teorías base |
|----------------------|-----------------|--------------------|---|---|---------------------------------|-------------------------------|---|--|---|---|---|
| | | | establecer relaciones con los demás, tener amigos, recibir apoyo y pertenecer a un grupo. Su aplicación en la empresa se manifiesta en la asignación de tareas a grupos y equipos de trabajo, el patrocinio de actividades deportivas, etc. | amor, amistad, sentido de pertenencia y aceptación | | | | calidad supervisión. | de grupos y equipos de trabajo, el patrocinio de actividades deportivas, etc. | amistad, sentido de pertenencia y aceptación. Son las relaciones interpersonales y la calidad de supervisión. | de trabajo, el patrocinio de actividades deportivas, etc. Es cubrir lo afectivo, el amor, amistad, sentido de pertenencia y aceptación. Son las relaciones interpersonales y la calidad de supervisión. |
| | | Seguridad | Relacionada con la búsqueda de una | Busca protegerse de todo peligro real o | ----- | ----- | ----- | Es la política y administración de la compañía, condiciones de trabajo | Es la estabilidad física como | Es la política administrativa de la | Es la política y administración de la compañía, la estabilidad |

| | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----------------|--------------------|--|--|---------------------------------|-------------------------------|---|---|--|--|---|
| Unidad temática base | Categorías base | Subcategorías base | Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow. | Teoría de las necesidades adquiridas de Mc Clelland | Teoría de la privación relativa | Teoría de la equidad de Adams | Teoría del establecimiento de objetivos | Teoría bifactorial de Herzberg | Convergencias | Divergencias | Conclusión de teorías base |
| | | | existencia libre de amenazas o peligros en un medio relativamente estable. Esto incluye no sólo seguridad física, sino también seguridad respecto al sistema o la forma de vida. Su aplicación a la empresa sería, por ejemplo, los planes de pensiones y de jubilación, los seguros, las condiciones de seguridad | imaginario, de la estabilidad tanto física como emocional. | | | | y la estabilidad en el puesto y organización. | emocional, como los planes de pensiones y jubilación, los seguros, las condiciones de seguridad en el trabajo. | compañía y la estabilidad en el puesto y la organización . | tanto física como emocional en el puesto y la organización, como los planes de jubilación, los seguros, las condiciones de seguridad en el trabajo. |

| | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----------------|--------------------|---|---|---------------------------------|-------------------------------|---|--|---|--|--|
| Unidad temática base | Categorías base | Subcategorías base | Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow. | Teoría de las necesidades adquiridas de Mc Clelland | Teoría de la privación relativa | Teoría de la equidad de Adams | Teoría del establecimiento de objetivos | Teoría bifactorial de Herzberg | Convergencias | Divergencias | Conclusión de teorías base |
| | | | en el trabajo, etc. | | | | | | | | |
| | | Fisiológicas | Son necesidades primarias y vitales para la supervivencia del organismo como la comida, la bebida, el alojamiento o el abrigo. Aplicadas estas necesidades al trabajo, estaríamos hablando del sueldo, de la existencia de períodos de descanso, de las condiciones medioambiente | Busca satisfacer lo corporal, como hambre, sed, sexo, sueño, cobijo, entre otras. | ----- ----- | ----- ----- | ----- --- | Está relacionado con al sueldo por su labor. | Busca satisfacer lo corporal, como hambre, sed, sexo, sueño, cobijo, entre otras. | Está relacionado con al sueldo por su labor. | Está relacionado con al sueldo por su labor para satisfacer lo corporal, como hambre, sed, sexo, sueño, cobijo, entre otras. |

| | |
|---|---|
| Unidad temática base | |
| Categorías base | |
| Subcategorías base | |
| Teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow. | ntales del lugar del trabajo, como la temperatura, etc. |
| Teoría de las necesidades adquiridas de Mc Clelland | |
| Teoría de la privación relativa | |
| Teoría de la equidad de Adams | |
| Teoría del establecimiento de objetivos | |
| Teoría bifactorial de Herzberg | |
| Convergencias | |
| Divergencias | |
| Conclusión de teorías base | |

Fuente: Elaboración propia

B. Triangulación de Consultoras.

Tabla 12

Triangulación de consultoras

| Unidad temática Categorías base Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) | |
|--|---|---|--|--|---|--|---|
| Factores que contribuyen a la satisfacción Factores intrínsecos Autorrealización | Aparte con otros catálogos también estaba trabajando [...] con E, C y con lo Avon, [...] porque [...] tiene lo que es todo de cocina, también me llamó la atención, [...] sus incentivos que eran buenos, igual E [...] U es un poquito más costoso, [...] lo que son E y C (...) | Aparte con otros catálogos también estaba trabajando [...] con E, C y con lo Avon, [...] porque [...] tiene lo que es todo de cocina, también me llamó la atención, [...] sus incentivos que eran buenos, igual E [...] U es un poquito más costoso, [...] lo que son E y C (...) | (...) También estudio y trabajo [...] tengo una hijita [...] para poder obtener más dinero y más ganancias. Y como las ventas de catálogos no [...] depende mucho del tiempo ... | Si. [Ahora estas laborando en el hospital...] [...] te genera un ingreso extra, [...] fuera del sueldo [...] no marcas una tarjeta [...] tú puedes [...] ofrecer tus productos a la hora que tú quieres y entregar a la hora que tú quieres... | Realizan actividades como estudiar o trabajar en paralelo porque no está sujeta a un horario y les permite tener ingresos extras. | Realizan venta de productos de otras empresas por el alcance de pago de sus clientes, y por la demanda de productos que la empresa no cuenta y por sus incentivos. | Pueden realizar actividades paralelas, como estudiar o trabajar, incluso vender otras marcas del rubro por la facilidad de administrar su propio horario de ventas. |

| Unidad temática | Categorías base | Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|----------------------|-----------------|---|--|--|---|---|---|---|
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | [...] cuando uno vende [...] productos tienes que convencer a la gente [...] en esta campaña se va a ganar tanto [...] pero tienes que vender [...] para llegar [...] a esa meta... | [...] es un desafío en cada campaña [...] te ponen retos, pero también te incentivan con un regalo [...] una motivación para [...] llegar a más escalas [...] podría ser líder consultora... | Sí, [...] en reuniones, [...] la consultora nos llama nos busca y estamos en constante reunión [...] dentro del equipo todos tenemos que lograr y llegar al objetivo [...] | El desafío es alcanzar o superar la meta en ventas. | Sienten que el desafío es escalar a una mejor posición en la empresa. | Los retos que propone la empresa para las consultoras son alcanzar el máximo de las ventas y el aspirar a escalar a mejores cargos en la empresa. | |

| Unidad temática Categorías base Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|--|---|--|---|---|--|---|
| | [...] si, si valora porque [...] los días [...] días festivos [...] organizan así eventos en donde, esté premian a las mejores vendedoras, mejores personas, mejores consultoras, las que han inscrito varias chicas, a la que ha pagado puntual, a las han hecho ventas en mayor ranquin, de todo. (...) | Si, por qué nos dan incentivos y también te dan felicitaciones [...] en las reuniones [...] No solamente soy yo la que vende son muchas personas de muchos distritos de muchos lugares. Todas esas personas siempre te están motivando [...] así valoran el esfuerzo que uno hace. | Si. [...] La empresa U hace eso cuando hace sus reuniones de todas las socias, que participan en una cena de gala o reuniones [...] siempre hay premios sorpresas, [...] es una forma [...] de que la empresa se hace sentir de que está contigo. | Sienten que reconocen su esfuerzo a través de eventos o reuniones en días festivos en el que premian a las que alcanzan las metas más altas de ventas, inscripción, a las mejores personas, consultoras, las que hacen sus pagos, puntuales, etc. | Sienten que reconocen su esfuerzo por medio de las palabras motivadoras que le brindan los asistentes a las reuniones. | Lo hacen mediante reuniones o eventos en días festivos en la que reconocen y premian públicamente en diversas categorías a las mejores colaboradoras, que son acompañadas de palabras motivadoras de parte de los asistentes. |

| Unidad temática Categorías base Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|--|---|--|---|--|---|--|
| | Si [...] Son productos de la misma del mismo U, son cremas o puede ser artículo [...] por ejemplo, una plancha, cafetera, bolsos de la misma empresa cremas perfumes son incentivos [...] | Nos premian con [...] productos [...] se asiste a una reunión y [...] está la líder diciendo que tú vas a poder. | Sí te da premios, [...], digamos de joyas, de perfumes adicionales también [...] hay campañas en las que te ofrecen un juego de ollas [...], puede ser un set de joyas, así diferentes productos que motivan a que uno pueda [...] vender más productos [...] llegar, como le decía, a la meta. | Lo llaman premios, que pueden ser productos de la misma organización o artefactos del hogar en relación a las metas de ventas en reuniones organizadas por la empresa. | Las líderes las motivan con palabras de aliento para superar las metas de ventas. | Las que premian el esfuerzo con productos de la empresa, artefactos domésticos; incluso con palabras de aliento en relación a sus metas de ventas. |

| Unidad temática | Categorías base | Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|-----------------------|-----------------|--------------------|---|--|--|---|--|---|
| Sociales o afiliación | | | <p>(...) digamos que no, porque orgullosa es sentir que la empresa [...] es un gran beneficio para mí [...] la ganancia, es realmente por las ventas que uno se hace, nada más.</p> | <p>Sí, sí me siento orgullosa [...] es una empresa [...] muy organizada [...] Tiene buenos líderes, [...] por los beneficios o costos las ganancias que nos pueda dar.</p> | <p>Si [...] Porque es una empresa que te da la facilidad de crecer personalmente [...] como también económicamente, porque [...] los porcentajes de ganancia [...] no te la descuentan cómo en otras [...]</p> | <p>Se sienten orgullosas de pertenecer a la empresa por ser organizada, por sus líderes, por la facilidad de crecer como persona y tener mejores beneficios económicos con respecto a otras marcas.</p> | <p>No sienten que la empresa sea un gran beneficio porque las ganancias que obtienen son producto de su propio esfuerzo.</p> | <p>Sienten orgullo de pertenecer a la empresa por ser organizada, por los líderes, porque les permite crecer como persona y en algunos casos económicamente que está sujeta a las ventas que realizan, lo que para algunas no representa un gran beneficio por sentir que eso dependen de ellas mismas.</p> |

| Unidad temática Categorías base Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|--|---|---|---|---|--|---|
| | (...) yo siempre me he comunicado con mi promotor quien me guía, [...] Más allá de mi promotor con la encargada, La que está acá con la directora de la misma empresa No [...] pero si el tenido el agrado de conocerla en un evento, pero así usar palabras con ella, no. [...] me brinda confianza por ejemplo tuve un problemita hace un mes vendiendo, pero si me apoyado [...] Porque si a mí me va mal a él también [...] | (...) tenemos un grupo de WhatsApp tengo el número donde cualquier cosita nos estamos avisando que hay reunión o si tal fecha pasa [el] pedido, tal fecha se vence el día de tu pago. Es acá momentáneo. Tengo totalmente la posibilidad de poder conversar con él no hay ningún problema | (...) se tiene bastante, la comunicación es muy primordial para que uno puede lograr sus objetivos, [...] la consultora nos llama nos busca y estamos en constante reunión [...] dentro del equipo todos tenemos que lograr y llegar al objetivo que es beneficio de todos y no solamente de uno. | La comunicación es constante, usualmente, con sus pares, promotor o asesor mediante las redes sociales o reuniones para que les recuerde pagos, metas o pedidos; además de orientarles o brindarles apoyo en caso tengan inconveniente puesto que el beneficio es grupal. | Identifican al personal que tiene mayor jerarquía en las reuniones, pero no establecen comunicación. | La comunicación es vertical (con sus asesores o promotores) y horizontal (con sus compañeras) para orientaciones, recordatorios o solución a inconvenientes en sus pedidos, pagos o ventas, porque hay un beneficio grupal; a pesar de identificar al personal de mayor jerarquía no se da la posibilidad de comunicación con ellos, es decir no hay comunicación diagonal. |

| Unidad temática | Categorías base | Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|-----------------|-----------------|--------------------|--|--|---|---|--------------|---|
| | | | <p>En la misma línea, un problema, si cuando tengo un inconveniente se consultará a mi promotor y más o menos me ha dado una recomendación de cómo tengo que solucionar. [...] No, [...] me he atrevido [...] Porque yo creo que la política de la empresa ya está [...] Pero tampoco nunca nos han realizado encuestas [...] yo creo que debería haber eso, [...] calificar a la empresa cómo te ha ido [...]</p> | <p>Sí hemos dado opiniones como por ejemplo [...] para que nos puedan entregar el producto había un poco de problema con eso con la movilidad. Entonces hemos dado la opinión de que por favor nosotros [...] nos acerquemos a la empresa para poder recoger nuestra caja [...] Han escuchado las voces...</p> | <p>Sí, al menos en el grupo en que hemos estado sí, nuestra consultora es una persona que sabe escuchar los consejos de todas, porque como le decía: somos un equipo; entonces dentro de ellas las inquietudes que uno tiene [...] y también las ideas, ella lo escuchó para todo compartirlo con todo el grupo y así mejoramos [...]</p> | <p>Las opiniones se dan en su mismo equipo o grupo de venta, pero no a mayor alcance.</p> | <p>-----</p> | <p>Las opiniones se dan en su mismo equipo o grupo de venta, pero no a mayor alcance.</p> |

| | | | | |
|--|---|---|---|---|
| <p>Claro [...] por cada monto que uno vende [...] los incentivos son más y a veces uno por llegar a esos incentivos [...] lo que hace es esforzarte para poder vender bien (...)</p> | <p>[...] sí al igual que yo trabajo así de manera responsable y confiable ellas hacen lo mismo. (...)</p> | <p>Por lo general casi la mayoría trata de hacer un trabajo de calidad, en lo que es U se ha preocupado mucho por ofrecer no solo un producto de calidad sino de que todas las consultoras también ofrezcan los productos de una forma de amable, [...] capacita constantemente a su personal que trabaja, las consultoras, como le digo, estamos en constante capacitación, [...] dan [...] charlas de motivación y de cómo uno poder tratar al cliente para que el sienta el interés de poder adquirir ese producto [...] [¿Has recibido capacitaciones de personal experto en marketing que vienen de afuera o Huancayo, bueno</p> | <p>Afirman que hacen un trabajo de calidad, porque consideran que tienen actitudes como el ser responsables y confiables, incluso otras, porque son capacitadas constantemente siempre por sus líderes para dar buen trato al cliente y motivar las ventas, pero no por especialistas en Marketing.</p> | <p>Afirman que hacen un trabajo de calidad, porque consideran que tienen actitudes como el ser responsables y confiables, incluso otras, porque son capacitadas constantemente siempre por sus líderes para dar buen trato al cliente y motivar las ventas, pero no por especialistas en Marketing.</p> |
|--|---|---|---|---|

| Unidad temática | Categorías base | Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|-----------------|-----------------|--------------------|--------------|--------------|--|---------------|--------------|---|
| | | | | | que son marketeros?] Dentro de lo que es U no tanto (...) | | | |

Seguridad

Bueno lo que son para cada campaña llegan los catálogos [...] no tiene muchas indicaciones. [...] si me entregarían el catálogo y otro libro donde te indica de cada producto de cada beneficio [...] indicaciones de los productos [¿Te facilitan las muestras?] Sí, pero te llegan dos, tres nada más, no te llegan de todos los perfumes, al inicio, al ingresar a la empresa si te entregan [...], pero cada campaña son diferentes perfumes, son diferentes cremas y no tienes todo ese material para poder mostrar [...] al inscribirte [...] entregan el catálogo, tu vendes con ese

[...] en la primera campaña siempre nos dan [...] modelitos o probadores [...] Nos dan la facilidad, sí. [...] pero [...] tú lo tienes que pagar. [...] Cada año se termina [...] tú tienes que comprarlo obligatorio porque [...] con eso tú vas [...] obtener más ventas. [Y los precios deben ser más módicos es un precio que es muy alto.] No es muy alto.

Sí, porque cuando nosotras ingresamos al grupo U tenemos un kit de inicio y dentro de ese kit de inicio tenemos esos materiales adecuados que la empresa nos da para nosotras poder ofrecer a nuestros clientes, son probadores que nos facilitan y que nosotras lo usamos para que el cliente tenga de conocimiento que tipo de producto está adquiriendo...

Tienen muestras completas al inscribirse, catálogos o llamados Kit de inicio (compran), luego deben de comprar sus kits, que se dan a inicio de cada año, pero no vienen completos, porque cada campaña es diferente.

Les gustaría contar con recursos extras que les permita conocer las características de los productos con mayor detalle a sus clientes para recomendarles con mayor facilidad.

La empresa no les brinda los recursos necesarios, porque deben adquirirlos con la inscripción o al inicio de cada año, pese a ello, son incompletos (insuficientes) y tienen un costo alto; además que no tienen los detalles específicos de los beneficios del producto para ofrecerlos con conocimiento o certeza a los clientes.

| Unidad temática | Categorías base | Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|-----------------|-----------------|---|--------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---|
| | | <p>catálogo, haces el pedido por internet, te llega los pedidos y ahí tienes que pagar por los pedidos [...] y a esta hora misma también tienes que pagar lo que te he inscrito y ahí te llega pues [...] te llegan las muestras. [La inscripción ¿es las muestras prácticamente?] Con eso te dan las muestras.</p> | | | | | | |

| Unidad temática Categorías base Subcategorías base | Consultora 1 | Consultora 2 | Consultora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|--|--|---|---|---|--|--|
| Fisiológicas | <p>En lo que es U todo Producto el descuento 25% de 300 a 400, Pero si llegas más de 500 es el 35%, claro por cada venta estarías generando un poco más ya, pero durante la experiencia que yo tuve siempre he llegado a 500 (...) [El esfuerzo es mayor a la recompensa.... Me dedico a otras cosas y se podría decir que lo complementa.</p> | <p>A mi parecer sí, porque yo no hago mucho esfuerzo en esas ventas [...] y el dinero correspondido al esfuerzo que he hecho [...] compensa a mi actividad principal.</p> | <p>Pienso que es compensado, porque como le decía todas las ventas que uno hace es de acuerdo al esfuerzo que pone, yo pienso que si uno le echa más ganas pueden incrementar mucho más los ingresos que ya tiene y no solamente eso te puedes ganar viajes, que es muchas veces lo hacen a las mejores socias siempre les ofrecían (...) pero yo no me dedico exclusivamente a eso, no es mi fuente principal de ingresos.</p> | <p>Si están satisfechas porque el pago está en función a su esfuerzo y complementa su actividad principal u otras actividades económicas.</p> | <p>No están satisfechas con el pago porque el esfuerzo es mayor a la recompensa.</p> | <p>Consideran que la retribución económica es justa, porque es en función al esfuerzo y que complementa a sus otras fuentes de ingreso; sin embargo, hay quienes creen que el esfuerzo es mayor a las ganancias y recompensas.</p> |

Fuente: Elaboración propia

C. Triangulación de Emprendedoras.

Tabla 13

Triangulación de emprendedoras

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|--|----------------------|------------------|--|--|--|---|---|---|
| Factores que contribuyen a la satisfacción laboral | Factores intrínsecos | Autorrealización | [...] Por ejemplo al inscribir [...] es una satisfacción porque estás ayudando a otras mujeres que también lo pueden hacer porque hay muchas mujeres que son más tímidas porque yo también tenía miedo de vender, arriesgar. Entonces yo las motivo, les cuento mi experiencia que gracias a eso a veces gano más que lo de la universidad porque nos llega premio [...] Era reprimida pero no | Que me ayuda si nos ayuda bastante, siempre nos dicen, que somos consultoras de belleza y siempre debemos mantener la línea de la belleza, [...] en los perfumes los aromas que nos dan, es como hacer un marketing, para seguir vendiendo, somos representantes [...] | Para levantar mis honorarios, económicamente me ayuda. | Sienten que la ayuda que les brinda la empresa para trascender. | Las formas que reconocen que realizan actividades trascendentales son: La satisfacción de ayudar a otras mujeres a iniciarse en las ventas, potenciando sus cualidades personales, haciéndoles sentir importantes o incrementando sus ingresos económicos. | Sienten que la ayuda que les brinda la empresa para trascender es la satisfacción de ayudar a otras mujeres a iniciarse en las ventas, potenciando sus cualidades personales, lo cual les hace sentir importantes, asimismo pueden incrementar sus ingresos económicos. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|----------------------|----------------|---------------|--|--|---|--|--|---|
| | | | <p>tanto, era siempre amigable [...] me ha ayudado a valorar y decir si tengo esas cualidades [...] La manera de que yo sea jovial que sea amigable, que sea atenta. [...] si me he vuelto más más abierta tengo más [...] fe y voy con la seguridad de que si lo voy a hacer.</p> | | | | | |
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | | <p>Si nos ponen metas. [...] Por ejemplo si queremos ganar un televisor nos dicen que tenemos que inscribir tres chicas y que pasen pedido. Ese es consecutivo y el requisito número uno es inscribir. Y. Que pasen. Feliz. Y tú</p> | <p>Si, ponen retos mediante las ventas, a la vez también nos ponen incentivos y de acuerdo al reto es el incentivo, si tengo mayor venta es mejor mis incentivos. El reto es la venta, el monto de las ventas.</p> | <p>Sí, porque si no me retaría, no me quedaría, porque yo quiero llegar a ser directora. [...] manejar grupos más grandes a nivel nacional [...] también recibiría más. [Y para llegar a ser directora ¿Qué cosa te faltaría?] Inscribir a más consultoras,</p> | <p>Consideran que la empresa les pone retos y estos están sujetos al margen de ventas que realizan ellas y las consultoras que inscriben y por ende son parte de su grupo.</p> | <p>Reconocen como reto, ascender, para dirigir grupos más grandes y que todo ello es compensando con mayores ingresos o grandes premios.</p> | <p>Consideran que la empresa les pone retos. Estos están sujetos al margen de ventas que realizan ellas y las consultoras que inscriben. Por ende, si logran incrementar el número de su grupo pueden ascender para dirigir grupos más grandes. Todo ello</p> |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|-----------------|------------|---------------|--|---|---|--|--|--|
| | | | eres acreedora en. Tres campañas después de pagar te dan un televisor o el dinero. Hay muchas cosas muy buenas. [...] Ellas no están dentro del reto de pasar cierta cantidad. Yo soy la que está en eso. Pero sí les ayudo les ayudo a que lleguen por lo menos al mínimo que es 320. Como una bienvenida como un apoyo respectivo. Si a ellas les llega su premio. | | realizan sus ventas y con todo eso tuya vas ascendiendo. [¿Es decir la cantidad de consultoras que tengas hacen que llegues a directora?] Claro, con las ganancias que haces, con el monto vendido. | | | es compensando con mayores ingresos o grandes premios. |
| | | | [...] nos mandan por ejemplo joyas. Tenemos ollas, enseres de casa de cocina. Es como parte de haber cumplido la | [...] los premios, los regalos que nos dan de acuerdo a los montos vendidos [...] siempre están pendientes de | Si, las capacitaciones, los viajes que todo es pagado. [...] Las directoras, las que tienen alto rango, ellas nos capacitan | Reconocen que existen incentivos que no son en efectivo. | Las políticas de reconocimiento se dan por medio de premios como enseres domésticos, productos de la | Las motivaciones que no son en efectivo son a través de premios como enseres domésticos, productos de la |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) | |
|-----------------|------------|---------------|--|---|--|---|--|---|--|
| | | | meta respectiva. Claro pero aparte podemos todos de un pedido de 450 por hacer 450 te haces acreedor a un juego de ollas, de sartén. Así nos dan. Losas, sábanas. Si te motivan bien. | nosotras, por ejemplo, fin de año nos hacen como una cena de gala, en esta cena se premian a las, digamos a quienes han vendido más, se hacen las menciones y también hay premios que nos entregan. | a nosotras. [...] Al año siquiera, una vez al mes o dos, pudiendo ser más. | | marca, viajes o capacitaciones que se realizan de manera continua por parte de las directoras. | marca, viajes o capacitaciones que se realizan de manera continua por parte de las directoras. | |
| | | | Sí, si valora. [...] Por ejemplo te dicen inscribe una cantidad de personas y con ella tienen que pasar su pedido asesorarlas que pasen y llega a veces por ejemplo la meta de este dinero que la empresa te ofrece 700 o 800 soles. Y entonces lo tienes que hacer puedes | [...] la directora, [...] siempre está que nos llama chicas hagan este pedido, mira que ahí estos premios, o sea, trata de jalarlo. [...] esta empresa brinda, bastante calidad [...] los productos son muy buenos y son caros [...] hay gente que pide calidad, entonces | | Si, nos reconoce con viajes todo pagado, buenos lugares, buenos hoteles, de dos o tres días, eso es lo que me motiva. | Sienten que la empresa reconoce su trabajo. | La manera de manifestarlos es de forma: económica, que dependen de las metas logradas de las consultoras. | La empresa reconoce su trabajo de manera económica y con viajes pagados; ello las motiva a lograr sus metas. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|-----------------|-----------------------|---------------|--|--|---|--|--|---|
| | | | buscar tres chicas de y que pase un poquito, pero qué pasen el pedido. | de todas maneras estaría dentro de U. | | | | |
| | | | [...] me ha dado muchas oportunidades de crecer tanto económica como emocionalmente y otros aspectos [...]. | [...] me da satisfacción en cuanto al trabajo y a lo económico. | Si, muy orgullosa. [...] Porque la empresa nos motiva, nos da regalos, nos dan nuestros bonos, nos dan capacitaciones, viajes, eso son los que yo sé. | Se sienten orgullosas porque les da satisfacción económica. | La empresa también les da oportunidad de crecer emocionalmente y pueden ganar premios. | Sí, [...] porque me ha dado muchas oportunidades de crecer tanto económica como emocionalmente y otros aspectos [...]. |
| | Sociales o afiliación | | Más que nada con mi directora [...]. Es fluido, amable [...]. es muy atenta, [...]. por ella he crecido tengo 15 chicas, [...] aunque es un poco difícil porque tú inscribes y las chicas a veces tienen el temor de cobrar porque [...] la gente no te paga [...] y ella te motiva [...] te | [...] algún problemita con los productos o algo así mi directora es la que está a la orden, entonces yo le consulté a ella, ella consulta a Lima, y me soluciona el problema no tengo comunicación con ellos, pero sí, con la directora, bastante. | [...] con las directoras es fluida y permanente, nos capacitan. [...]Teléfono, redes sociales. | La comunicación es con su ente superior, las directoras. Consideran un modo de comunicación la capacitación que les brindan. | La comunicación se da para: motivarlas, solucionar inconvenientes o consultas. La comunicación se da por redes sociales o el teléfono. La comunicación es amable | La comunicación se da de forma vertical y de modo amable (con la directora) por el teléfono o redes sociales para consultas, solución de problema, o capacitaciones. No se realiza una comunicación diagonal. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|-----------------|------------|---------------|--|--|--|---|---|--|
| | | | permite hacer tanto y estamos en capacitaciones [...] una coordinadora, que la empresa manda [...] y nos motiva [...] nos enseñan cómo vender los productos haciendo demostraciones. | | | | | |
| | | | Las pocas veces que he intervenido. Si me han escuchado. Amablemente. | No he intentado dar muchas opiniones, pero veo que sí, la directora [...] tienen más comunicación con ellos [...] ella está pendiente, me dice ya está, tal día te llega el producto, si algo llegó mal [...] inmediato [...] mandamos y me devolvieron ya bien y con algo más, un incentivo | [...] siempre opinamos, en las reuniones opinamos, [...] por ejemplo ahora estamos pidiendo que nuestras directoras ganen más, porque vemos el trabajo que ellas hacen, que creemos que nuestras directoras merecen un poco más de sueldo, por que manejan cantidad de trabajo. [...] y la | Las escuchan amablemente en sus grupos reuniones. | Las que tienen comunicación directa con otros entes de la empresa son las directoras. | Las opiniones se dan usualmente en su grupo (capacitaciones); si se da la oportunidad de hacerlo fuera del equipo la escuchan con amabilidad y les agradecen por sus juicios de valor. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|-----------------|------------|---------------|-----------------------------------|---|---|--|---|--|
| | | | | para sentirme bien [...] | compañía nos hace caso, nos dijeron que sí, nos dijeron gracias por su opinión. Eso te hace sentir que tus opiniones son importantes que están viendo en el lugar de trabajo las necesidades que se dan. | | La empresa escucha opiniones, agradeciéndoles estas. | |
| | | | Y [...].con mis consultores [...] | Somos personas que pertenecemos al mismo grupo nos apoyamos y trato de guiar en todo de repente alguien no tiene un producto, me pido y te lo devuelvo eso hacemos, directora promueve eso. | Sí, porque para eso nos preparan, nos capacitan para poder vender. [...] | Lo hacen y contribuyen para ello motivándolas, apoyándolas y guiándolas en las ventas. | Hacen mención también de las capacitaciones para que puedan vender. | Realizan un trabajo de calidad debido a que a la motivación y apoyo que les brindan, pues siempre están guiando y capacitando a las consultoras. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) | |
|-----------------|------------|---------------|---|---|---|--|---|--|--|
| | | | | [...] la amistad y hacerle sentir bien, apoyar al cliente de repente con los productos y que tengan [...] todos nos esforzamos yo, las chicas todo bien y como usted ve U creciendo bastante al menos en el ámbito que yo estoy realizando. (...) | | | | | |
| | Seguridad | | [...] Empresa nos da [...] pero a un precio. [...] se llama un kit. | A nosotras las consultoras nos mandan muestritas, me gustaría que sea mejor [...] Porque a veces piden que como como es el perfume [...] en cada mes nos mandan en el sobre uno o dos exagerando, entonces cuando | Me dan todo, todo me da, con eso ya vendo, me dicen un perfume, tengo probadores, prueban y ellos escogen [...] Vuelvo a pedir a mi directora, la directora me da lo que se necesite. | Les dan muestras o probadores llamados Kits. | Los Kits tienen que comprarlos, pero a precios cómodos. Las muestras que les facilitan no son suficientes. | No les proveen de suficientes probadores, por lo tanto, deben terminar comprándolos. | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) | |
|-----------------|--------------|---------------|---|---|--|-------------------------------------|--|--|--|
| | | | | quiero para los demás ya no hay, entonces tengo que abrir de necesariamente un perfume que yo tengo, que me ha costado, [...] sería bonito o bueno que nos manden también una muestra o sino un perfume completo que diga esto es exclusivo para tu demostración prohibido la venta [...] | | | | | |
| | Fisiológicas | | Si me. Siento completamente. Porque no solo tengo porcentajes de mis ventas sino también del grupo que apoyo. | Sí, sí estoy satisfecha, me alcanza a dedicarme a la inscripción de consultoras, pero si fuera masito más sería mejor. | Si siento que está recompensado, de acuerdo a las ventas que yo hago me dan mi porcentaje, si quiero ganar más, más tengo que vender y hacer que mis consultoras lleguen a su meta | Están satisfechas con sus ingresos. | Sus ingresos están sujetos a las ventas que realizan y a las metas de venta que inscriben. | Coinciden que están satisfechas con sus ingresos sujetas a las ventas que realizan y a las metas de venta que inscriben. | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Emprendedora 1 | Emprendedora 2 | Emprendedora 3 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Consultoras) |
|-----------------|------------|---------------|----------------|----------------|----------------|------------------------------------|--------------|---|
| | | | | | | | | |
| | | | | | | tengo que esmerarme en mi trabajo. | | |

Fuente: Elaboración propia

D. Triangulación de la realidad de directoras.

Tabla 14

Triangulación de directoras

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Directora 1 | Directora 2 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Directoras) |
|--|----------------------|------------------|--|-----------------|--|--|--|
| Factores que contribuyen a la satisfacción | Factores intrínsecos | Autorrealización | No, por el puesto que ocupo no es posible, pero también no me alcanzaría el tiempo y me siento muy cómoda al ser directora de U. | No solamente U. | No tienen otras actividades paralelas o trascendentales. | El puesto que ocupan demanda tiempo por sus responsabilidades. | No realizan otras actividades debido a que las responsabilidades de sus cargos demandan su tiempo exclusivo. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Directora 1 | Directora 2 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Directoras) |
|----------------------|----------------|---|---|--|---------------|--|--|
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | <p>Sí, los retos y desafíos a lograr son la base de la motivación que tiene la empresa, esto hace que las emprendedoras y consultoras realicen cada vez un mejor trabajo, haciendo que logre mejores ingresos para su bienestar y como política de empresa, cuando la señorita de la empresa logra las metas obtiene incentivos económicos y productos para su uso, que algunas lo venden obteniendo mejores ingresos económicos.</p> | <p>Sí también, pero de acuerdo a eso también hay retos que nos hacemos, pero si logramos tenemos lo necesario. [...] Viajes nacionales, internaciones y comisiones también.</p> | <p>Los retos de la empresa son las ventas que son retribuidos con premios o incentivos económicos.</p> | ----- | <p>Los retos de la empresa son las ventas que son retribuidos con premios o incentivos económicos.</p> | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Directora 1 | Directora 2 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Directoras) |
|-----------------|------------|---------------|--|--|---|---|---|
| | | | <p>Si, nos motivan con incentivos materiales. Tenemos las capacitaciones que hacen que las consultoras, emprendedoras así también las directoras vamos aprendiendo cada vez más a brindar un mejor servicio al cliente, también se tiene las reuniones de trabajo de fin de campaña, en la cual se realiza la premiación de los personales que demostraron mejor desempeño en su trabajo. [...] las que llegan a las metas estipuladas por la empresa, y así se tiene diferentes formas de motivación.</p> | <p>Claro, claro que si nos premian [...] Reuniones, capacitaciones de alto nivel que nos hacen nosotras no pagamos absolutamente nada, reuniones que nos hacen en hoteles de 5 estrellas a nivel Lima.</p> | <p>Capacitaciones orientadas a brindar un buen servicio. Se realizan reuniones para premiar públicamente a los que tienen mejores desempeños. Premian a las que logran a las metas.</p> | <p>Capacitaciones y reuniones en lugares exclusivos y gratuitos</p> | <p>La empresa realiza capacitaciones para brindar un mejor servicio y reuniones para premiar el esfuerzo en lugares exclusivos y de forma gratuita.</p> |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Directora 1 | Directora 2 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Directoras) |
|-----------------|------------|-----------------------|---|---|---|---|--|
| | | | Sí, siento que es así. [...] Con los ingresos obtenidos [...] además por la calidad de trato por parte de la empresa, en las reuniones que se tiene uno ve el esfuerzo que realizan por atender y que el evento sea de calidad. | Claro que sí. [...] Con los honorarios [...] | La empresa retribuye su dedicación de manera económica. | El trato cordial con las que las trata. El trato que les brinda en las reuniones se nota el esfuerzo para que sea de calidad. | La empresa reconoce su esfuerzo de manera económica y el trato cordial. |
| | | Sociales o afiliación | Sí. [...] Porque me da satisfacción de colaborar con la realización de mujeres que pueden ser independientes, empoderándolas en la sociedad, además ofrecer productos de calidad y obtener un ingreso económico. | Sí. [...] Porque soy independiente, no tienes jefe, no tienes un horario de entrada y salida es bastante independiente. | Sienten seguridad por la independencia que les brinda. | Pueden empoderar a otras mujeres y tengan un trabajo independiente que les permita tener ingreso. Ofrecen productos de calidad y obtienen un ingreso económico. | Sienten orgullo de pertenecer a la empresa que laboran por la independencia, el empoderamiento que realizan y porque ofrecen productos de calidad. |

Si, por las características de la venta por catálogo es muy importante la comunicación en la empresa, esta es muy fluida, más que supervisar es apoyar, motivar para dar un esfuerzo más en realizar la venta, es llamar a la emprendedora, para que motive a sus consultoras y conocer qué problema podría tener para realizar la venta. Es importante que los pedidos sean realizados en los tiempos adecuados para que lleguen a tiempo para poder ser remitidos a los clientes y no crear insatisfacción. En las reuniones llevadas a cabo es una oportunidad para lograr conocer los problemas que tienen el personal de la empresa, es un clima de equipo, colaboración,

Claro, 100% 1000% diría yo. [...] [...] Persona a persona, la capacitación con los coordinadores y couche, teléfono, WhatsApp, internet, Facebook, Messenger. [...] De arriba hacia abajo. [...] Lo mismos sistemas. Y la comunicación ascendente, es decir, las consultoras, emprendedoras directoras iba subiendo, no hasta los cargos jerárquicos

La comunicación es constante y por niveles, puesto que las directoras, llaman a sus emprendedoras, estas a las consultoras, su cargo respectivamente, para motivarlas, guiarlas, a solucionar problemas. La forma de comunicación es mediante redes sociales, teléfono y de manera personal.

Reconocen que la comunicación no se da de forma ascendente, puesto que no se tienen comunicación directa con los cargos jerárquicos.

Existe una comunicación en la misma línea de diversas formas mediante redes sociales, teléfono y de manera personal para motivarlas, guiarlas, a solucionar problemas, pero no de acceso directo con los de cargos jerárquicos más altos.

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Directora 1 | Directora 2 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Directoras) |
|-----------------|------------|--|-------------|-------------|---------------|--------------|--|
| | | <p>amistad se vive un ambiente muy agradable. [...] Persona a persona, teléfono, WhatsApp, internet, Facebook, Messenger, todas las redes sociales que emplean las vendedoras.</p> | | | | | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Directora 1 | Directora 2 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Directoras) |
|-----------------|------------|---------------|---|---|--|---------------------------------|--|
| | | | <p>Claro que sí, la comunicación, como ya mencioné, es pilar de la empresa, la institución se basa en las opiniones y sugerencias del personal que se encuentra directamente relacionados con los clientes. Las sugerencias realizadas durante las reuniones de equipos son mencionadas en reuniones de más alto nivel para que lo analicen y apliquen en futuras campañas.</p> | <p>Claro que sí. [...] Cuando usted sugiere algo entonces se echa a andar la maquinaria para poder corregir alguna anomalía. [...] La verdad que U te da bastantes facilidades en todos los aspectos.</p> | <p>Las opiniones que se dan en las reuniones del grupo son llevadas por las directoras a las reuniones de alto nivel para que sean analizadas y aplicadas en futuras campañas.</p> | <p>Para corregir anomalías.</p> | <p>Las opiniones no son directas, son llevadas por las directoras que tienen acceso a las reuniones de alto nivel para que sean analizadas, corregir anomalías y aplicarlas en campañas futuras.</p> |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Directora 1 | Directora 2 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Directoras) |
|-----------------|------------|---------------|---|---|---|--------------|---|
| | | | <p>Las evaluaciones son continuas, son evaluaciones para encontrar debilidades y mejoras para poder realizar un mejor servicio, por lo tanto, se debe realizar un trabajo de calidad y esto es reflejado en el volumen de ventas, logrando que las chicas obtengan mayores beneficios y lograr un empoderamiento de ellas mismas.</p> | <p>Uno gana de acuerdo al trabajo que uno hace, hay directoras que trabajan más y otras que trabajan menos y de acuerdo a eso son sus honorarios, cuando más trabajas obviamente más ganas.</p> | <p>Las evaluaciones son continuas. Las evaluaciones se hacen para encontrar debilidades y mejorar el servicio que se ven reflejadas en el volumen de ventas, permitiendo que tengan mayores beneficios. Cuanto más trabajas más ganas</p> | <p>-----</p> | <p>Las evaluaciones son continuas. Las evaluaciones se hacen para encontrar debilidades y mejorar el servicio que se ven reflejadas en el volumen de ventas, permitiendo que tengan mayores beneficios. Cuanto más trabajas más ganas</p> |

Seguridad

Sí, porque es la herramienta primordial para lograr las ventas necesarias, en U se cuenta con el kit de inicio en él se tiene esos materiales para poder ofrecer a nuestros clientes el cual es entregado a la vendedora al inicio de su incorporación a la empresa, en el cual se tiene, lo que nosotras llamamos probadores, diferentes perfumes, cremas y material de trabajo, este no se entrega en forma gratuita, el costo es simbólico para motivar el ingreso a colaborar con la empresa, posteriormente se va entregando según las necesidades y ventas realizadas por la vendedora. Igualmente, por metas logradas en ventas se van ganando productos que ellas lo pueden

Claro que sí. [...] la empresa les obsequia o también en algunos casos también ellas lo compran, pero a precios mínimos para que empiecen a trabajar. [...] Nos dan material para que se pueda presentar.

Se les otorga un kit llamado probadores al integrarse a la empresa a un costo módico.

La empresa en algunas ocasiones les obsequia de acuerdo a sus ventas. Les regalan productos de la marca que podrían ser usados como probadores.

Les ofrecen probadores, pero deben ser adquiridos, según manifiestan a un precio módico sin embargo en algunos casos son obsequiados por sus ventas o podrían utilizar sus productos de la marca que les fueron obsequiados como probadores.

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Directora 1 | Directora 2 | Convergencias | Divergencias | Conclusión de la realidad (Directoras) |
|-----------------|------------|---------------|---|---|--|---|---|
| | | | utilizar como demostraciones. | | | | |
| | | Fisiológicas | Sí [...] los ingresos [...] son según el esfuerzo realizado por cada una de las integrantes de la empresa, los porcentajes que nos brindan y los honorarios que se obtiene por el cargo ocupado [...] | Sí [...] recibimos, de acuerdo a la venta que nosotras hacemos, de acuerdo al trabajo que uno hace. | El Ingreso es de acuerdo al cargo o trabajo que hacen. | Los porcentajes que les brindan. Las ventas que realizan. | Muestran satisfacción por los ingresos obtenidos producto de honorarios fijos por el cargo ocupado, ventas de sus grupos y porcentajes extra. |

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Triangulación de la realidad con la teoría para la categorización (contrastación con la teoría)

A. Teoría base con las conclusiones de Consultoras

Tabla 15

Triangulación de Teoría base con las conclusiones de Consultoras

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Consultoras) | Conclusión de teoría base (Motivación) | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica consultoras |
|--|----------------------|------------------|---|--|--|---|---|
| Factores que contribuyen a la satisfacción laboral | Factores intrínsecos | Autorrealización | Pueden realizar actividades paralelas, como estudiar o trabajar, incluso vender otras marcas del rubro por la facilidad de administrar su propio horario de ventas. | Es hacer lo que nos agrada y para lo que estamos capacitados impulsado por el reconocimiento al desempeño trascendente, la responsabilidad que se le asigna y las oportunidades de avance profesional en la que perciba la realización personal. | Oportunidad de avance profesional o económico como complemento de su verdadero interés que no está relacionado con la venta de los productos | No se preparan con la finalidad de trascender en el rubro de ventas. Se capacitan en sus propios intereses. | Oportunidad de avance profesional o económico como complemento de su verdadero interés que no está relacionado con la venta de los productos. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Consultoras) | Conclusión de teoría base (Motivación) | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica consultoras |
|-----------------|----------------------|----------------|---|--|---|---|---|
| | Factores extrínsecos | Reconocimiento | <p>Los retos que propone la empresa para las consultoras son alcanzar el máximo de las ventas y el aspirar a escalar a mejores cargos en la empresa.</p> <p>Lo hacen mediante reuniones o eventos en días festivos en la que reconocen y premian públicamente en diversas categorías a las mejores colaboradoras, que son acompañadas de palabras motivadoras de parte de los asistentes.</p> <p>Las que premian el esfuerzo con productos de la empresa, artefactos domésticos; incluso con palabras de aliento en relación a sus metas de ventas.</p> | <p>Respeto por uno mismo, el estatus, promoción, la concesión de premios, el reconocimiento, el poder, etc.</p> <p>La comparación justa de lo logrado. A mayor esfuerzo mayor compensa. Es importante el nivel de objetivos planteados por la empresa y el poder alcanzarlos en base a esfuerzo y experiencia.</p> | <p>Tienen metas de ventas, que son recompensados con premios por el reconocimiento de acuerdo con el esfuerzo, en el que pueden aspirar a mejores cargos en la empresa.</p> | <p>No se evidencia que puedan ganar status.</p> | <p>Tienen metas de ventas, que son recompensados con premios por el reconocimiento de acuerdo con el esfuerzo y existe la posibilidad de logra una promoción sin embargo no se evidencia que puedan ganar status.</p> |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Consultoras) | Conclusión de teoría base (Motivación) | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica consultoras |
|-----------------|------------|-----------------------|---|--|--|--|---|
| | | Sociales o afiliación | <p>Sienten orgullo de pertenecer a la empresa por ser organizada, por los líderes, porque les permite crecer como persona y en algunos casos económicamente que está sujeta a las ventas que realizan, lo que para algunas no representa un gran beneficio por sentir que eso dependen de ellas mismas.</p> | <p>Es la asignación de tareas a grupos y equipos de trabajo, el patrocinio de actividades deportivas, etc. Es cubrir lo afectivo, el amor, amistad, sentido de pertenencia y aceptación. Son las relaciones interpersonales y la calidad de supervisión.</p> | <p>Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales y diagonales, supervisan los procesos y lo refuerzan con capacitaciones por sus líderes para ofrecer un buen servicio de ventas.</p> | <p>No evidencia patrocinio de eventos con la finalidad de la convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos y tampoco se evidencia trabajo en equipo.</p> | <p>Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales y diagonales, supervisan los procesos y lo refuerzan con capacitaciones por sus líderes para ofrecer un buen servicio de ventas. Sin embargo, no evidencia patrocinio de eventos con la</p> |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Consultoras) | Conclusión de teoría base (Motivación) | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica consultoras |
|-----------------|------------|---------------|---|--|---------------|--------------|---|
| | | | <p>La comunicación es vertical (con sus asesores o promotores) y horizontal (con sus pares) para orientaciones, recordatorios o solución a inconvenientes en sus pedidos, pagos o ventas, porque hay un beneficio grupal; a pesar de identificar al personal de mayor jerarquía no se da la posibilidad de comunicación con ellos, es decir no hay comunicación diagonal.</p> | | | | <p>finalidad de la convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos. Tampoco se evidencia trabajo en equipo.</p> |
| | | | <p>Las opiniones se dan en su mismo equipo o grupo de venta, pero no a mayor alcance.</p> | | | | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Consultoras) | Conclusión de teoría base (Motivación) | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica consultoras |
|-----------------|------------|---------------|---|--|---------------|--------------|---|
| | | | <p>Afirman que hacen un trabajo de calidad, porque consideran que tienen actitudes como el ser responsables y confiables, incluso otras, porque son capacitadas constantemente siempre por sus líderes para dar buen trato al cliente y motivar las ventas, pero no por especialistas en Marketing.</p> | | | | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Consultoras) | Conclusión de teoría base (Motivación) | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica consultoras |
|-----------------|------------|---------------|--|--|---|--|--|
| | | Seguridad | <p>La empresa no les brinda los recursos necesarios, porque deben adquirirlos con la inscripción o al inicio de cada año, pese a ello, son incompletos (insuficientes) y tienen un costo alto; además que no tienen los detalles específicos de los beneficios del producto para ofrecerlos con conocimiento o certeza a los clientes.</p> | <p>Es la política y administración de la compañía, la estabilidad tanto física como emocional en el puesto y la organización, como los planes de pensiones y de jubilación, los seguros, las condiciones de seguridad en el trabajo.</p> | <p>En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes.</p> | <p>No cuenta con planes de pensiones, de jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa.</p> | <p>En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes, sin embargo, no cuenta con planes de pensiones, de jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa.</p> |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Consultoras) | Conclusión de teoría base (Motivación) | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica consultoras |
|-----------------|------------|---------------|---|--|--|--|--|
| | | Fisiológicas | Consideran que la retribución económica es justa, porque es en función al esfuerzo y que complementa a sus otras fuentes de ingreso; sin embargo, hay quienes creen que el esfuerzo es mayor a las ganancias y recompensas. | Está relacionado con el sueldo por su labor para satisfacer lo corporal, como hambre, sed, sexo, sueño, cobijo, entre otras. | La retribución económica de acuerdo a su esfuerzo, es un complemento a otras fuentes de ingreso. | No tienen un sueldo. | No cuenta con un sueldo, pero perciben una retribución económica de acuerdo a su esfuerzo, es un complemento a otras fuentes de ingreso. |
| | | | Conclusión | | Existen evidencias de: Factor Intrínseco: Reconocimiento Factor Extrínseco Social y Fisiológicas | No existen evidencias de: Factor Intrínseco: Autorrealización. Factor Extrínseco Seguridad | Factor Intrínseco: Reconocimiento, premian su esfuerzo por metas que han sido alcanzadas. Factor Extrínseco Social: Les asignan tareas de grupo, mediante una comunicación vertical y son monitoreadas para alcanzar sus metas y el cumplimiento que son guiadas por sus líderes. |

Fuente: Elaboración propia

B. Teoría base con las conclusiones de Emprendedoras.

Tabla 16

Triangulación de Teoría base con las conclusiones de emprendedoras

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Emprendedoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica emprendedoras |
|--|----------------------|------------------|---|--|--|---|---|
| actores que contribuyen a la satisfacción laboral | Factores intrínsecos | Autorrealización | Sienten que la ayuda que les brinda la empresa para trascender es la satisfacción de ayudar a otras mujeres a iniciarse en las ventas, potenciando sus cualidades personales, lo cual les hace sentir importantes, asimismo pueden incrementar sus ingresos económicos. | Es hacer lo que nos agrada y para lo que estamos capacitados impulsado por el reconocimiento al desempeño trascendente, la responsabilidad que se le asigna y las oportunidades de avance profesional en la que perciba la realización personal. | Para lo que están capacitadas y les agrada hacer ayudar a otras mujeres a potenciar sus cualidades personales y el incremento de ingresos. | No evidencian que tengan oportunidades de avance profesional. | Para lo que están capacitadas y les agrada hacer ayudar a otras mujeres a potenciar sus cualidades personales y el incremento de ingresos y no evidencian que tengan oportunidades de avance profesional. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Emprendedoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica emprendedoras |
|----------------------|----------------|--|--|--|---|--|---|
| Factores extrínsecos | Reconocimiento | <p>Consideran que la empresa les pone retos, estos están sujetos al margen de ventas que realizan ellas y las consultoras que inscriben. Por ende, si logran incrementar el número de su grupo pueden ascender para dirigir grupos más grandes. Todo ello es compensando con mayores ingresos o grandes premios.</p> <p>Las motivaciones que no son en efectivo son a través de premios como enseres domésticos, productos de la marca, viajes o capacitaciones que se realizan de manera continúan por parte de las directoras.</p> | <p>Respeto por uno mismo, el estatus, promoción, la concesión de premios, el reconocimiento, el poder, etc.</p> <p>La comparación de acuerdo al esfuerzo, en el que pueden aspirar a mejores cargos en la empresa y esta a su vez puede mejorar su estatus.</p> <p>A mayor esfuerzo mayor compensa. Es importante el nivel de objetivos planteados por la empresa y el poder alcanzarlos en base a esfuerzo y experiencia.</p> | <p>Tienen metas de ventas, que son recompensados con premios por el reconocimiento de acuerdo al esfuerzo, en el que pueden aspirar a mejores cargos en la empresa y esta a su vez puede mejorar su estatus.</p> | <p>Se cumple todo lo definido en el reconocimiento.</p> | <p>Tienen metas de ventas, que son recompensados con premios por el reconocimiento de acuerdo al esfuerzo, en el que pueden aspirar a mejores cargos en la empresa y esta a su vez puede mejorar su estatus.</p> | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Emprendedoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica emprendedoras |
|-----------------|------------|-----------------------|--|--|---|--|--|
| | | | La empresa reconoce su trabajo de manera económica y con viajes pagados; ello las motiva a lograr sus metas. | | | | |
| | | Sociales o afiliación | <p>Sí, [...] porque me ha dado muchas oportunidades de crecer tanto económica como emocionalmente y otros aspectos [...].</p> <p>La comunicación se da de forma vertical y de modo amable (con la directora) por el teléfono o redes sociales para consultas, solución de problema, o capacitaciones. No se realiza una comunicación diagonal.</p> | <p>Es la asignación de tareas a grupos y equipos de trabajo, el patrocinio de actividades deportivas, etc.</p> <p>Es cubrir lo afectivo, el amor, amistad, sentido de pertenencia y aceptación.</p> <p>Son las relaciones interpersonales y la calidad de supervisión.</p> | <p>Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales y diagonales, supervisan los procesos y superan las dificultades mediante la motivación y apoyo que les brindan</p> | <p>No evidencia patrocinio de eventos con la finalidad de la convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos y tampoco se evidencia trabajo en equipo.</p> | <p>Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales y diagonales, supervisan los procesos y superan las dificultades mediante la motivación y apoyo que les brindan.</p> <p>Sin embargo, no evidencia patrocinio de eventos con la finalidad de la convivencia entre pares u otros</p> |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Emprendedoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica emprendedoras |
|-----------------|------------|---------------|---|----------------------|---------------|--------------|---|
| | | | <p>Las opiniones se dan usualmente en su grupo (capacitaciones); si se da la oportunidad de hacerlo fuera del equipo la escuchan con amabilidad y les agradecen por sus juicios de valor.</p> | | | | <p>niveles jerárquicos. Tampoco se evidencia trabajo en equipo.</p> |
| | | | <p>Realizan un trabajo de calidad debido a que a la motivación y apoyo que les brindan, pues siempre están guiando y capacitando a las consultoras.</p> | | | | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Emprendedoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica emprendedoras |
|-----------------|------------|---------------|--|---|--|--|---|
| | | Seguridad | No les proveen de suficientes probadores, por lo tanto, deben terminar comprándolos. | Es la política y administración de la compañía, la estabilidad tanto física como emocional en el puesto y la organización, como los planes de pensiones y de jubilación, los seguros, las condiciones de seguridad en el trabajo. | En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes. | No cuenta con planes de pensiones, jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa. | En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes, sin embargo, no cuenta con planes de pensiones, de jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa. |
| | | Fisiológicas | Coinciden que están satisfechas con sus ingresos sujetos a las ventas que realizan. Porcentajes asignados por las ventas de las consultoras. | Está relacionado con el sueldo por su labor para satisfacer lo corporal, como hambre, sed, sueño, entre otras. | La retribución económica de acuerdo a su esfuerzo en las ventas más y porcentaje de las ventas alcanzadas por sus consultoras. | No tienen un sueldo. | Están satisfechas con retribución económica que perciben de sus ventas y un porcentaje de las ventas de su grupo. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Emprendedoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica emprendedoras |
|-----------------|------------|---------------|---|----------------------|--|--|---|
| | | | Conclusiones | | Existen evidencias de: Factor Intrínseco: Reconocimiento Factor Extrínseco Social y Fisiológicas | No existen evidencias de: Factor Intrínseco: Autorrealización. Factor Extrínseco Seguridad | Factor Intrínseco: Reconocimiento, premian su esfuerzo por metas que han sido alcanzadas. Factor Extrínseco Social: Les asignan tareas de grupo, mediante una comunicación vertical y son monitoreadas para alcanzar sus metas y el cumplimiento de sus funciones, y son guiadas por sus líderes. Fisiológico: Están satisfecha con la retribución económica de las ventas que realizan y a las metas de venta de su grupo. |

Fuente: Elaboración propia

C. Teoría base con las conclusiones de directoras.

Tabla 17

Triangulación de Teoría base con las conclusiones de directoras

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Directoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica |
|---|----------------------|------------------|--|--|--|---|--|
| Actores que contribuyen a la satisfacción laboral | Factores intrínsecos | Autorrealización | No realizan otras actividades debido a que las responsabilidades de sus cargos demandan su tiempo exclusivo. | Es hacer lo que nos agrada y para lo que estamos capacitados impulsado por el reconocimiento al desempeño trascendente, la responsabilidad que se le asigna y las oportunidades de avance profesional en la que perciba la realización personal. | Muestra un desempeño trascendente de acuerdo con la responsabilidad de su cargo de manera exclusiva. | No evidencia o realización profesionales. | Muestra un desempeño trascendente de acuerdo con la responsabilidad de su cargo de manera exclusiva, pero no evidencia avance o realización profesionales. |
| | | Reconocimiento | Los retos de la empresa son las ventas que son retribuidos con premios o incentivos económicos. | Respeto por uno mismo, el estatus, promoción, la concesión de premios, el | Tienen metas de ventas, que son recompensados con premios y de manera económica por el | No se evidencia promoción en el cargo. | Tienen metas de ventas, que son recompensados con premios y de manera económica por el |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Directoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica |
|-----------------|------------|-----------------------|--|--|--|---|--|
| | | | <p>La empresa realiza capacitaciones para brindar un mejor servicio y reuniones para premiar el esfuerzo en lugares exclusivos y de forma gratuita.</p> <p>La empresa reconoce su esfuerzo de manera económica y el trato cordial.</p> | <p>reconocimiento, el poder, etc.</p> <p>La comparación justa de lo logrado. A mayor esfuerzo mayor compensa. Es importante el nivel de objetivos planteados por la empresa y el poder alcanzarlos en base a esfuerzo y experiencia.</p> | <p>reconocimiento de acuerdo con el esfuerzo, esta a su vez puede mejorar su estatus.</p> | | <p>reconocimiento de acuerdo con el esfuerzo, esta a su vez puede mejorar su estatus, pero no se evidencia promoción en el cargo.</p> |
| | | Sociales o afiliación | <p>Sienten orgullo de pertenecer a la empresa que laboran por la independencia, el empoderamiento que realizan y porque ofrecen productos de calidad.</p> | <p>Es la asignación de tareas a grupos y equipos de trabajo, el patrocinio de actividades deportivas, etc. Es cubrir lo afectivo, el amor, amistad, sentido</p> | <p>Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales, supervisan los procesos y superan las dificultades mediante</p> | <p>No evidencia patrocinio de eventos con la finalidad de la convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos y tampoco se</p> | <p>Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales, supervisan los procesos y superan las dificultades mediante evaluaciones para</p> |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Directoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica |
|-----------------|------------|---------------|--|---|--|-------------------------------------|--|
| | | | <p>Existe una comunicación en la misma línea de diversas formas mediante redes sociales, teléfono y de manera personal para motivarlas, guiarlas, a solucionar problemas, pero no de acceso directo con los de cargos jerárquicos más altos.</p> | <p>de pertenencia y aceptación. Son las relaciones interpersonales y la calidad de supervisión.</p> | <p>evaluaciones para superar las dificultades.</p> | <p>evidencia trabajo en equipo.</p> | <p>superar las dificultades. Sin embargo, no evidencia patrocinio de eventos con la finalidad de la convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos. Tampoco se evidencia trabajo en equipo.</p> |
| | | | <p>Las opiniones no son directas, son llevadas por las directoras que tienen acceso a las reuniones de alto nivel para que sean analizadas, corregir anomalías y aplicarlas en campañas futuras.</p> | | | | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Directoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica |
|-----------------|------------|---------------|---|--|---|--|--|
| | | | <p>Las evaluaciones son continuas. Las evaluaciones se hacen para encontrar debilidades y mejorar el servicio que se ven reflejadas en el volumen de ventas, permitiendo que tengan mayores beneficios. Cuanto más trabajas más ganas.</p> | | | | |
| | Seguridad | | <p>Les ofrecen probadores, pero deben ser adquiridos, según manifiestan a un precio módico sin embargo en algunos casos son obsequiados por sus ventas o podrían utilizar sus productos de la marca que les fueron obsequiados como probadores.</p> | <p>Es la política y administración de la compañía, la estabilidad tanto física como emocional en el puesto y la organización, como los planes de pensiones y de jubilación, los seguros, las condiciones de seguridad en el trabajo.</p> | <p>En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes.</p> | <p>No cuenta con planes de pensiones, de jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa.</p> | <p>En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes, sin embargo, no cuenta con planes de pensiones, de jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa.</p> |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Directoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica |
|-----------------|------------|---------------|---|--|---|----------------|---|
| | | Fisiológicas | Muestran satisfacción por los ingresos obtenidos producto de honorarios por el cargo ocupado, ventas y porcentajes extra. | Está relacionado con el sueldo por su labor para satisfacer lo corporal, como hambre, sed, sexo, sueño, cobijo, entre otras. | Perciben un sueldo más un porcentaje de las ventas alcanzadas por sus grupos de ventas y bonos. | ----- ----- | Perciben un monto fijo más un porcentaje de las ventas alcanzadas por sus grupos de ventas y bonos. |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Conclusión de la realidad (Directoras) | Conclusión de teoría | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica teórica |
|-----------------|------------|---------------|--|----------------------|--|--|--|
| | | | Conclusión | | Existen evidencias de: Factor Intrínseco: Reconocimiento Factor Extrínseco Social y Fisiológicas | No existen evidencias de: Factor Intrínseco: Autorrealización. Factor Extrínseco Seguridad | Factor Intrínseco: Reconocimiento, premian su esfuerzo por metas que han sido alcanzadas. Factor Extrínseco Social: Les asignan tareas de grupo, mediante una comunicación vertical y son evaluadas para alcanzar sus metas y el cumplimiento que son guiadas por sus líderes. Fisiológico: Están satisfechas porque perciben un monto fijo más un porcentaje de las ventas alcanzadas por sus grupos de ventas y bonos. |

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Triangulación para la categorización general.

Tabla 18

Triangulación para la categorización general

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Categorización de consultoras | Categorización de emprendedoras | Categorización de directoras | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica |
|--|----------------------|------------------|---|--|---|---|---|--|
| Factores que contribuyen a la satisfacción laboral | Factores intrínsecos | Autorrealización | Oportunidad de avance profesional o económico como complemento de su verdadero interés que no está relacionado con la venta de los productos. | Para lo que están capacitadas y les agrada hacer ayudar a otras mujeres a potenciar sus cualidades personales y el incremento de ingresos y evidencian que tengan oportunidades de avance profesional. | Muestra un desempeño trascendente de acuerdo con la responsabilidad de sus cargos de manera exclusiva, pero no evidencia realización profesionales. | Las emprendedoras que tienen avance profesional y que sienten que su labor es trascendente. | Las consultoras tienen un avance profesional o económico en sus actividades principales porque consideran un complemento extra o una ayudada la labor que realizan en las ventas. Las directoras tienen cargos de desempeño trascendente que requiere todo su tiempo. | No evidencian autorrealización. |
| | Factores extrínsecos | Reconocimiento | Tienen metas de ventas, que son recompensados con premios por el reconocimiento de acuerdo con el | Tienen metas de ventas, que son recompensados con premios por el reconocimiento de acuerdo con el | Tienen metas de ventas, que son recompensados con premios y de manera económica por el | El reconocimiento es motivado en base a metas y están son recompensadas de | Los premios para las consultoras son productos, para las emprendedoras y directoras so | Reciben premios de acuerdo con las metas alcanzadas y en caso de las emprendedoras el alcanzar una |

| Unidad temática | Categorías | Categorización de consultoras | Categorización de emprendedoras | Categorización de directoras | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica |
|-----------------|-----------------------|--|--|--|--|---|--|
| | Subcategorías | esfuerzo y existe la posibilidad de logra una promoción sin embargo no se evidencia que puedan ganar status. | esfuerzo, en el que pueden aspirar a mejores cargos en la empresa y esta a su vez puede mejorar su estatus. | reconocimiento de acuerdo con el esfuerzo, esta a su vez puede mejorar su estatus, pero no se evidencia promoción en el cargo. | acuerdo con el esfuerzo, | retribuciones económicas. Las consultoras no muestran mejoras en su estatus, sin embargo, las emprendedoras y directoras sí. En el caso de las promociones, se evidencia en las consultoras y emprendedoras | promoción para mejorar su estatus. |
| | Sociales o afiliación | Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales y diagonales, supervisan los procesos y lo refuerzan con capacitaciones por sus líderes para ofrecer un buen servicio de ventas. Sin embargo, no evidencia patrocinio de eventos con la | Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales y diagonales, supervisan los procesos y superan las dificultades mediante la motivación y apoyo que les brindan. Sin embargo, no evidencia patrocinio de eventos con la | Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales, supervisan los procesos y superan las dificultades mediante las evaluaciones para superar las dificultades. Sin embargo, no evidencia patrocinio de eventos con la | Demuestran la pertenencia, tareas en grupos, las relaciones son verticales, supervisan los procesos y superan las dificultades mediante las evaluaciones para superar las dificultades. Sin embargo, no evidencia patrocinio de eventos con la | ----- -- | Se evidencia la pertenencia, tareas en grupos y la supervisión los procesos y superan las dificultades mediante evaluaciones para superar las dificultades. Sin embargo, no evidencia patrocinio de eventos con la finalidad de la |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | | | | | Convergencias | Divergencias | Conclusión categoría |
|-----------------|-------------------------------|---|---|---|---|--|---|---|-------------------------|
| | Categorización de consultoras | Categorización de emprendedoras | Categorización de directoras | | | | | | |
| | | finalidad de la convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos. Tampoco se evidencia trabajo en equipo. | finalidad de la convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos. Tampoco se evidencia trabajo en equipo. | finalidad de la convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos. Tampoco se evidencia trabajo en equipo. | finalidad de la convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos. Tampoco se evidencia trabajo en equipo. | | | convivencia entre pares u otros niveles jerárquicos. | |
| | Seguridad | En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes, sin embargo, no cuenta con planes de pensiones, de jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa. | En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes, sin embargo, no cuenta con planes de pensiones, de jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa. | En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes, sin embargo, no cuenta con planes de pensiones, de jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa. | En las condiciones de trabajo tienen herramientas de trabajo que consideran insuficientes, sin embargo, no cuenta con planes de pensiones, de jubilación, o seguros ofrecidos por la empresa. | | ----- -- | No evidencia seguridad laboral. | |
| | Fisiológicas | No cuenta con un sueldo, pero perciben una retribución económica de acuerdo con su esfuerzo, es complemento a otras fuentes de ingreso. | No cuenta con un sueldo, pero perciben una retribución económica de acuerdo con su esfuerzo en las ventas más y porcentaje de las ventas alcanzadas | La Perciben un sueldo más un porcentaje de las ventas alcanzadas por sus grupos de ventas y bonos. | Perciben un sueldo y perciben montos de acuerdo con su esfuerzo en las ventas. | Las consultoras y emprendedoras no reciben un sueldo y perciben montos de acuerdo con su esfuerzo en las ventas. | Las emprendedoras y directoras perciben porcentajes de las ventas de sus grupos. Las directoras perciben un monto fijo por sus | Las retribuciones de las emprendedoras y directoras, les permite cubrir sus necesidades fisiológicas sin embargo para las consultoras solo es una ayuda a sus actividades | |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Categorización de consultoras | Categorización de emprendedoras | Categorización de directoras | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica |
|-----------------|------------|---------------|---|---|--|------------------------------------|---------------------------------|---|
| | | | | por sus consultoras. | | | honorarios y bonos extra. | económicas principales. |
| Conclusiones | | | Factor Intrínseco: Reconocimiento, premian su esfuerzo por metas que han sido alcanzadas. | Factor Intrínseco: Reconocimiento, premian su esfuerzo por metas que han sido alcanzadas. | Factor Intrínseco: Reconocimiento, premian su esfuerzo por metas que han sido alcanzadas. | Factor Intrínseco: Reconocimiento. | | Factor Intrínseco: Reconocimiento: Se premian el desempeño que depende de las metas alcanzadas propuestas. |
| | | | Factor Extrínseco Social: Les asignan tareas de grupo, mediante una comunicación vertical y son monitoreadas para alcanzar sus metas y el cumplimiento que son guiadas por sus líderes. | Factor Extrínseco Social: Les asignan tareas de grupo, mediante una comunicación vertical y son monitoreadas para alcanzar sus metas y el cumplimiento que son guiadas por sus líderes. | Factor Extrínseco Social: Les asignan tareas de grupo, mediante una comunicación vertical y son evaluadas para alcanzar sus metas y el cumplimiento que son guiadas por sus líderes. | Factor Extrínseco: Social | Factor Extrínseco: Fisiológico. | Factor Extrínseco: Social La pertenencia, tareas en grupos y la supervisión los procesos y superan las dificultades mediante evaluaciones. Fisiológico: la retribución económica para las emprendedoras y directoras les permite cubrir sus necesidades fisiológicas sin embargo para las |

| Unidad temática | Categorías | Subcategorías | Categorización de consultoras | Categorización de emprendedoras | Categorización de directoras | Convergencias | Divergencias | Conclusión categórica |
|-----------------|------------|---------------|-------------------------------|---------------------------------|------------------------------|---------------|--------------|---|
| | | | | | | | | consultoras solo es una ayuda a sus actividades económicas principales. |

Fuente: Elaboración propia

4.2.4. Categorización (categorías emergentes).

Tabla 19

Categorías emergentes

| Unidad temática | Categorías Apriori | Subcategorías Apriori | Caracterización Consultoras | Caracterización Emprendedoras | Caracterización Directoras | Subcategorías emergentes | Categorías Emergentes |
|--|-----------------------|-----------------------|--|---|---|--------------------------|-------------------------|
| Factores que contribuyen a la satisfacción laboral | Necesidades Higiénico | Fisiológico | No se evidencia | Vida personal dependiente de su labor en la organización. | Vida personal dependiente de su labor en la organización. | Fisiológico | |
| | | Seguridad | No se evidencia | No se evidencia | No se evidencia | No se evidencia | Necesidades Extrínsecas |
| | | Social | Asignación de tareas por grupo y calidad de supervisión con base en sus metas y funciones. | Asignación de tareas por grupo y calidad de supervisión de metas y funciones. | Asignación de tareas por grupo y calidad de supervisión por evaluación. | Social | |

| Unidad temática | Categorías Apriori | Subcategorías Apriori | Caracterización Consultoras | Caracterización Emprendedoras | Caracterización Directoras | Subcategorías emergentes | Categorías Emergentes |
|-----------------|----------------------------|-----------------------|--|---|--|--------------------------|-------------------------|
| | Necesidades Motivacionales | Reconocimiento | Reconocimiento a través de premios por las metas alcanzadas. | Reconocimiento a través de premios por las metas alcanzadas y la promoción. | Reconocimiento a través de premios por las metas alcanzadas y estatus. | Reconocimiento | Necesidades Intrínsecas |
| | | Autorrealización | Complemento a sus metas personales personal. | Interés económico. | Grado de responsabilidad asignada. | | |

Fuente: Elaboración propia

4.2.5. Interpretación de los hallazgos

En el presente estudio, las categorías de la teoría a priori, propuesta en la tabla 11, fueron los factores extrínsecos o higiénicos y los factores intrínsecos o motivacionales de acuerdo a Herzberg (1959) como parte de la unidad de estudio de factores que influyen en la satisfacción laboral, y estas a su vez fueron categorizadas, por medio de la teoría de Maslow (1943), teoría de las necesidades adquiridas de Mc Clelland (1961), teoría de la privación relativa (1949), teoría de la equidad de Adams (1963), y la teoría del establecimiento de objetivos (1986). En función a ello, los factores motivacionales están constituidos por las necesidades de autorrealización, mientras que los factores higiénicos se componen de el reconocimiento, las necesidades sociales, de seguridad y fisiológicas, considerándose a esta propuesta como la teoría a priori para la contrastación e interpretación de los datos recogidos mediante las tablas 12, 13 y 14, que se detallan a continuación.

De acuerdo al objetivo general: determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo, de los resultados obtenidos, se puede observar que existe variaciones en la propuesta teórica a priori, debido a las *necesidades de motivación de los colaboradores*, de acuerdo a las tablas 18 y 19; por lo tanto, se concluye que el factor intrínseco se caracteriza por el reconocimiento, por que premian el desempeño que depende de las metas alcanzadas propuestas. Respecto al factor extrínseco, que se compone de lo social, se identificó que se caracteriza por la pertenencia, tareas en grupos, la supervisión de los procesos y mediante evaluaciones para superar las dificultades; además de lo fisiológico, en la que la retribución económica para las emprendedoras y directoras, les permite cubrir sus necesidades fisiológicas, sin embargo, para las consultoras solo es una ayuda a sus actividades económicas principales.

De acuerdo al primer objetivo específico: determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las consultoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo, de los resultados obtenidos en la tabla 15, se puede observar que existen variaciones en la propuesta teórica a priori, puesto que las necesidades de motivación de las consultoras concluyen en factores intrínsecos y extrínsecos. En los *factores intrínsecos* se considera el *reconocimiento*, ya que las consultoras son reconocidas y premiadas por lograr sus metas de ventas. La evidencia de ello se encuentra en la tabla 3: “[...] sí, sí valora porque [...] los días [...] festivos [...] organizan así eventos en donde, este premian a las mejores vendedoras, mejores personas, mejores consultoras, las que han inscrito varias chicas, a la que ha pagado puntual, a las han hecho ventas en mayor ranquin, de todo (...); tabla 4: “Si, por qué nos dan incentivos y también te dan felicitaciones [...] en las reuniones [...] No solamente soy yo la que vende, son muchas personas de muchos distritos de muchos lugares. Todas esas personas siempre te están motivando [...] así valoran el esfuerzo que uno hace.”; y la tabla 5: “Sí. [...] La empresa U realiza eso cuando hace sus reuniones de todas las socias, que participan en una cena de gala o reuniones [...] siempre hay premios sorpresas, [...] es una forma [...] de que la empresa te hace sentir de que está contigo.”

En los *factores extrínsecos*, se considera solo las *motivaciones sociales*, debido a que las consultoras logran sus metas de ventas a través de tareas en grupo, el monitoreo y la guía de sus líderes respecto al cumplimiento de sus objetivos y sus funciones. Ello se evidencia en sus manifestaciones, de acuerdo a la tabla 3: “(...) yo siempre me he comunicado con mi promotor quien me guía, me brinda confianza, por ejemplo, tuve un problemita hace un mes vendiendo, pero sí me ha apoyado [...] Porque si a mí me va mal a él también (...); tabla 4: “(...) tenemos un grupo de WhatsApp, tengo el número donde cualquier cosita nos estamos avisando que hay

reunión o si tal fecha pasa [el] pedido, tal fecha se vence el día de tu pago. Es acá momentáneo. Tengo totalmente la posibilidad de poder conversar con él no hay ningún problema”; y la tabla 5: “(...) se tiene bastante, la comunicación es muy primordial para que uno puede lograr sus objetivos, [...] la consultora nos llama nos busca y estamos en constante reunión [...] dentro del equipo todos tenemos que lograr y llegar al objetivo que es para todos, en beneficio de todos y no solamente de uno.”

De acuerdo al segundo objetivo específico: determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las emprendedoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo, de los resultados obtenidos en la tabla 16, se puede observar que existen variaciones en la propuesta teórica a priori puesto que las necesidades de motivación de las emprendedoras concluyen en los factores intrínsecos y extrínsecos.

De los *factores intrínsecos*, se considera el *reconocimiento*, ya que se puede evidenciar que las emprendedoras son reconocidas y premiadas por lograr sus metas, lo cual se evidencia en la tabla 6: “Sí, nos ponen metas. [...] Por ejemplo, si queremos ganar un televisor nos dicen que tenemos que inscribir tres chicas y que pasen pedido. Ese es consecutivo y el requisito número uno es inscribir. Y... que pasen. Feliz. Y tú eres acreedora en tres campañas, después de pagar te dan un televisor o el dinero. Hay muchas cosas muy buenas. [...] Ellas no están dentro del reto de pasar cierta cantidad. Yo soy la que está en eso. Pero sí les ayudo, les ayudo a que lleguen por lo menos al mínimo que es 320. Como una bienvenida como un apoyo respectivo. Sí, a ellas les llega su premio.”; tabla 7: “Si, ponen retos mediante las ventas, a la vez también nos ponen incentivos y de acuerdo al reto es el incentivo, si tengo mayor venta es mejor mis incentivos. El reto es la venta, el monto de las ventas.”; y la tabla 6: “Sí, porque si no me retaría, no me quedaría, porque yo quiero llegar

a ser directora. [...] manejar grupos más grandes a nivel nacional [...] también recibiría más”.

En los *factores extrínsecos*, se considera las *motivaciones sociales*, porque tienen la posibilidad de poder aspirar a ascender en la empresa y tener un mejor estatus, debido a las tareas en grupo, el monitoreo y guía respecto al logro de sus objetivos y sus funciones, lo cual se evidencia en la tabla 6: “[...]me ha dado muchas oportunidades de crecer tanto económica como emocionalmente y otros aspectos [...]”; tabla 7: “[...] me da satisfacción en cuanto al trabajo y a lo económico.”; y a la tabla 7: “Somos personas que pertenecemos al mismo grupo nos apoyamos y trato de guiar en todo de repente alguien no tiene un producto, me lo da luego yo pido y te lo devuelvo eso hacemos, la directora promueve eso. [...] la amistad y hacerle sentir bien, apoyar al cliente de repente con los productos y que tengan [...] todos nos esforzamos yo, las chicas todo bien y como usted ve U creciendo bastante al menos en el ámbito que yo estoy realizando. (...)”. Con respecto a las *necesidades fisiológicas*, sus ingresos les permiten satisfacer sus necesidades básicas, ya que son producto de los porcentajes de las ventas logradas por las consultoras a su cargo y sus propias ventas. Ello se evidencia en la tabla 6: “Porque no solo tengo porcentajes de mis ventas, sino también del grupo que apoyo.”; tabla 5: “Sí, sí estoy satisfecha, me alcanza el dedicarme a la venta e inscripción de consultoras”; y la tabla 8: “Si siento que está recompensado, de acuerdo a las ventas que yo hago me dan mi porcentaje, si quiero ganar más, más tengo que vender y hacer que mis consultoras lleguen a su meta tengo que esmerarme en mi trabajo.”

De acuerdo al tercer objetivo específico: determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las directoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo, en los resultados, de acuerdo a la tabla 17, se puede observar que existen variaciones en

la propuesta teórica a priori, puesto que las necesidades de motivación de las directoras concluyen en factores intrínsecos y extrínsecos.

En los *factores intrínsecos*, se caracteriza el reconocimiento a través de premios por las metas y funciones cumplidas. La que se evidencia en la Tabla 9: “Si, nos motivan con incentivos materiales”, Tabla 10: Claro, claro que si nos premian [...] Reuniones, capacitaciones de alto nivel que nos hacen nosotras no pagamos absolutamente nada, reuniones que nos hacen en hoteles de 5 estrellas a nivel Lima.

En los *factores extrínsecos*, se considera las *motivaciones sociales*, que se caracteriza por la pertenencia, tareas en grupos y la supervisión de los procesos y la superación de las dificultades mediante evaluaciones. Ello se evidencia en la tabla 9: “Las evaluaciones son continuas, son evaluaciones para encontrar debilidades y mejoras para poder realizar un mejor servicio, por lo tanto, se debe realizar un trabajo de calidad y esto es reflejado en el volumen de ventas, logrando que las chicas obtengan mayores beneficios y lograr un empoderamiento de ellas mismas.”. Con respecto a las *necesidades fisiológicas*, se sienten satisfechas, porque perciben como remuneración un monto fijo más un porcentaje de las ventas alcanzadas por sus grupos de ventas y bonos. Como se evidencia en la tabla 9: “Sí [...] los ingresos [...] es según el esfuerzo realizado por cada una de las integrantes de la empresa, los porcentajes que nos brindan y los honorarios que se obtiene por el cargo ocupado [...].

Conclusiones

1. Los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las *consultoras* en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo son el factor intrínseco, que se caracteriza por el reconocimiento, en la que las consultoras son reconocidas y premiadas por lograr sus metas de ventas y el factor extrínseco que se caracteriza por la motivación social, porque tienen metas, tareas en grupo, el monitoreo y guía de sus líderes para el logro de sus objetivos y cumplimiento de sus funciones.
2. Los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las *emprendedoras* en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo son: el factor intrínseco, que se caracteriza por el reconocimiento, en la que las emprendedoras son reconocidas y premiadas por lograr sus metas y el factor extrínseco que se caracteriza, primero por la motivación social, porque tienen la posibilidad de poder aspirar a ascender en la empresa y tener un mejor estatus, lo cual se logra a través de tareas en grupo, el monitoreo y guía de sus líderes para el logro de sus objetivos y cumplimiento de sus funciones; y segundo, por la motivación fisiológica, ya que sus ingresos les permiten satisfacer sus necesidades básicas, que son producto de los porcentajes de las ventas logradas por las consultoras a su cargo y sus propias ventas.
3. Los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las *directoras* en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo son el factor intrínseco, que se caracteriza por el reconocimiento, ya que sus esfuerzos son correspondidos a través de premios por las metas alcanzadas y sus funciones cumplidas; y el factor extrínseco, que se caracteriza, primero por la motivación social, debido a la pertenencia, tareas en grupos y la supervisión de los procesos, en la que las dificultades se superan mediante evaluaciones; y segundo, por la motivación fisiológica, ya que sus ingresos les permiten satisfacer sus necesidades básicas, puesto que reciben un monto fijo como

remuneración más un porcentaje de las ventas alcanzadas por sus grupos de ventas y bonos.

Recomendaciones

1. Realizar capacitaciones focalizadas a las consultoras en estrategias de selección de clientes y cobranza a fin de que logren disminuir la morosidad en sus clientes y por consiguiente incrementar la satisfacción laboral a nivel extrínseco.
2. Realizar la medición del impacto en el incremento del nivel de satisfacción laboral extrínseca posterior de haber realizado las capacitaciones en estrategias de selección de clientes y cobranza, dirigido a las consultoras.
3. Analizar el incremento del nivel de satisfacción laboral cuando las colaboradoras cuentan con la variedad suficiente de muestras de productos, los cuales deben ser usados en demostraciones a los clientes.
4. Realizar asesorías personalizadas a las colaboradoras con mayor volumen de ventas y liderazgo potencial para ocupar escalas superiores en la empresa.
5. Realizar otras investigaciones de satisfacción laboral tomando en cuenta a otras marcas de artículos de perfumería y arreglo personal similares a la marca estudiada.

Referencias Bibliográficas

- Aguado, T.J.M. (2004). Introducción a las teorías de la información y comunicación. Murcia. Universidad de Murcia.
- Aguirre, C., Andrade, M., Castro, A. (2005). Desarrollo de Instrumentos de Variables que podría Influir en la Satisfacción laboral de Trabajos en la construcción en Santiago de Chile. *Revista de la construcción*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1276/127619365010.pdf>
- Ander-Egg, E. (1995). Técnicas de investigación social. Buenos Aires, Argentina: Editorial Lumen.
- Ávila, W., Huamán, M. (2018). *Principales razones que influyen en la compra por catálogo de la categoría maquillaje para mujeres en Lima*. (Tesis de Pre Grado, Universidad de Ciencias Aplicadas). Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625513/AvilaA_W.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Benavides, M., Gómez, C. (2005, 30 de marzo). Métodos en investigación cualitativa triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000100008&lng=en&tlng=es
- Bérnad, S. (2016). *La Teoría Fundamentada Una Metodología Cualitativa*. México: Universidad Autónoma Aguas Calientes.
- Bonilla, M., López, A. (2016, 28 de diciembre). Ejemplificación del proceso metodológico de la teoría fundamentada. *Cinta de moebio*. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2016000300006>
- Bravo, M., Peiró, J. M., Rodríguez, I. (2002). *Satisfacción laboral Tratado de Psicología del Trabajo. Vol. I: La actividad laboral en su contexto*. Madrid: Síntesis 2002.
- Bucheli, L., Pinos, V. (2014). *Estudio sobre el aporte al nivel de vida que genera la venta por catálogo de cosméticos a sus consultoras en la ciudad de Quito correspondiente al período entre el 2009 al 2013*. (Tesis de Pre Grado,

- Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito). Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6908/1/UPS-QT05485.pdf>
- Caballero, K. (2002). El concepto de satisfacción en el trabajo y su proyección en la enseñanza. *Currículum y Formación del Profesorado*, 6(1-2), 1-10. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/567/56751267012.pdf>
- Carrasco, S. (2016). *Metodología de la Investigación Científica Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: San Marcos.
- Castillejo, D., Salazar, A. (2018). *Motivación y satisfacción laboral en docentes de colegios nacionales en la zona centro norte de Lima Metropolitana*. (Tesis de Pre Grado, Universidad San Ignacio de Loyola). Recuperado de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8481/1/2018_Castillejo-Cueva.pdf
- Cavalcante, J. (2004). *Satisfacción en el trabajo de los directores de escuelas secundarias públicas de la región de Jacobina*. (Tesis de doctorado), Universidad autónoma Barcelona. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/13276669.pdf>
- Charaja, Y., Mamani, J. (2014, 30 de junio). Satisfacción Laboral y Motivación de los Trabajadores de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Puno Perú 2013. *Comuni@cción*. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682014000100001&lng=es&tlng=es.
- Charmaz, K. (2013). *La teoría fundamentada en el siglo XXI Aplicaciones para promover estudios sobre la justicia social* En: N. K. Denzin; Y. S. Lincoln (comps.) *Estrategias de investigación cualitativa: Vol. III*. Buenos Aires: Gedisa.
- Chiang, M., Ojeda, J. (2013, 30 de junio). Estudio de la relación entre satisfacción laboral y el desempeño de los trabajadores de las ferias libres. *Contaduría y Administración*. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186104213712099>
- Chiang, M., Salazar, C., Martin, M., Núñez, A. (2011). Clima organizacional y satisfacción laboral Una comparación entre hospitales públicos de alta y baja complejidad *Salud de los trabajadores*. 19 (1), 12-14.
- Cobos, H. (2016). *Estudio de la satisfacción laboral en el personal de la empresa Cósmica Cia. Ltda. de la ciudad de Cuenca*. (Tesis de Pre Grado, Universidad

- Politécnica Salesiana Ecuador). Recuperado de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10542/1/58250_1.pdf
- Díaz, M., Escalona, M., Castro, D., León, A., Ramírez, M. (2013). *Metodología de la Investigación*. México: Trillas.
- Fernández, C., Galguera, L. (2009). *Teorías de la comunicación*. México, D. F.: McGraw-Hill.
- Fischman, D. (2014) *Motivación 360°*. Lima: Ed. Planeta S. A.
- Gamero, B. (2005). *Análisis microeconómico de la satisfacción laboral*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- Glaser, B., Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine Press.
- Hernández, R, Fernández, R., Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc.Graw-Hill/Interamericana Editores. S.A. De C.V.
- Hezberg F., Mausner, B.Y., Snyderman, B. (1959). *The motivación to work*. Nueva York: John Wiley.
- Koontz, H., Weihrich H. (1998). *Administración: una perspectiva global*. México: McGraw-Hill.
- Lévy-Leboyer, C. (2003) *La motivación de la empresa modelos y estrategias*. Madrid: Gestión 2000 2003.
- López, A. (19 de noviembre de 2016). El curioso origen de la venta por catálogo [mensaje en un blogs]. Recuperado de: <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/el-curioso-origen-de-la-venta-por-catalogo/>.
- Locke, E. (1976). *The nature and causes of job satisfaction*. En M. Dunnett *Hand Book of Industrial and Organizational Psychology*. Chicago: Mc. Nally
- Manso, J. (2002). El legado de Frederick Irving Herzberg. *Universidad EAFIT*, 128(2), 81-86.
- Marín, H., Placencia, M. (2017, 2 de junio). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. *Horizonte Médico Revista de la Facultad de Medicina Humana de la Universidad de San Martín de Porres*. Recuperado de <http://www.horizontemedico.usmp.edu.pe/index.php/horizontemed/article/view/688/448>

- Monge, V. (2014). *Una teoría fundamentada de la responsabilidad de los estudiantes de secundaria de un colegio del Distrito Escolar Unificado de Segunda Enseñanza San José, California EEUU 2011-12*. (Tesis de Doctorado, Universidad Estatal a Distancia). Recuperado de <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/bitstream/120809/1645/1/Una%20teor%C3%ADa%20fundamentada%20%28Grounded%20Theory%29%20de%20la%20responsabilidad%20de%20los%20estudiantes%20de%20secundaria.pdf>
- Muchinsky, P.M. (2002). *Psicología aplicada al trabajo*. Madrid: Paraninfo Thomson Learning.
- Navarro, E., Roche, H. (2012). El trabajo y la satisfacción laboral de los oficiales de la edificación. *XVI Congreso Internacional de Ingeniería de Proyectos Valencia*. Recuperado de https://www.aepro.com/files/congresos/2012valencia/CIIP12_0368_0378.3721.pdf
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., Romero, H. (2013). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Otzen, T., Manterola, C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población en estudio. *Scielo Conicyt.cl*. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Palma Carrillo, S. (2004). *Escala de Satisfacción Laboral (SL-SPC) Manual*. Lima, Perú: Editora y Comercializadora CARTOLAN EIRL.
- Páramo, D. (2015) La teoría fundamentada, metodología cualitativa de la investigación científica. *Pensamiento y Gestión*. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762015000200001&lng=en&tlng=es
- Pérez, J., Fidalgo, M., (1995). Satisfacción laboral escala general de satisfacción. *Prevencionista*. Recuperado de http://www.jmcprl.net/NTPs/@Datos/ntp_394.htm
- Quiñón, L. (2018). *Clima organizacional y satisfacción laboral en trabajadores D.L.276 de la Superintendencia Nacional de Migraciones*. (Tesis de Maestría, Universidad César Vallejo). Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29273/Qui%c3%b1%c3%b3n_TLJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Real Academia española. (2018) Recuperado de <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=factor>
- Robbins, S., Coulter, M. (1998). *Administración*. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Robbins, S., Judge, T. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson Educación.
- Rodriguez, G., Flores, G., García, J. (1999). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Málaga: ALJIBE
- Sánchez, M., García, M, L. (2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia Et Technica*. 22(2) (2017, 2 de junio).161-166.
- Spector, E. (2002) *Psicología industrial y organizacional investigación y práctica*. México: El Manual Moderno.
- Soneira, A. J. (2006). La teoría fundamentada en los datos (grounded theory) de Glaser y Strauss, pp. 153-173. En: I. Vasilachis. *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Tamayo, M. (2001). El proceso de la investigación científica. México: LIMUSA S.A.
- Tejedo, E. (2011). *Satisfacción laboral y calidad de vida profesional, relación con variables socio demográficas, laborales y con parámetros de riesgo cardiovascular en trabajadores de Baleares*. (Tesis de doctorado, University of the Balearic Islands, Palma de Mallorca). Recuperado de file:///C:/Users/TOSHIBA/Downloads/TESIS_EDUARDO.pdf.
- Tehanca, V. (2014). *Análisis de las estrategias publicitarias de productos de belleza en catálogos de venta, caso Yanbal en la ciudad de Quito*. (Tesis de Pre Grado, Universidad Tecnológica Equinoccial Ecuador). Recuperado de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/10542/1/58250_1.pdf
- San Martín, D. (2014, 8 de enero). Teoría Fundamentada y Atlas ti Recursos Metodológicos para la Investigación Educativa. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. Recuperado de <https://redie.uabc.mx/redie/article/view/727/891>
- Soneira, A. (2006). *La teoría Fundamentada en los datos grounded theory de Glaser y Strauss*. Barcelona: Gedisa

- Vara, A. (2008). La tesis de maestría en Educación .Lima, Perú: Universidad San Martín de Porres.
- Vásquez, G., Sánchez, E. (2017). *Estrategias de venta por catálogo y la decisión de compra, ciudad de Requena*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana). Recuperado de http://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6032/Gessly_Tesis_Titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Villas, E., Gispert, N., Merino, N., Monclús, G., García, M. (2013). La triangulación múltiple como estrategia metodológica. *Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 11(4), 5-24.
- Vivar, C., Arantzamendi, M., López, O., Gordo, L. (2010,). La Teoría Fundamentada como Metodología de Investigación Cualitativa en Enfermería. *Index de Enfermería*. Recuperado de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1132-12962010000300011
- Zayas, P., Báez, R., Zayas, J., Hernández, M. (2015). Causas de la satisfacción laboral en una organización comercializadora mayorista. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, XXIII(2) ,35-51. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v23n2/v23n2a04.pdf>

Anexos

Anexo A: Autorización de Entrevista

AUTORIZACIÓN DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACIÓN

Huancayo, ...18... de diciembre del 2019

Por la presente yo ...MARIA GUADALUPE MORI PACCORI... con DNI ...76590614..

Con el cargo de ...CONSULTORA... autorizo a ser entrevistada(o) para realizar la investigación a cargo del Sr. Abio Alberto Alvarado Maldonado con DNI 19929263, entrevista que solo servirá para su tesis de maestría.



.....

AUTORIZACIÓN DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACIÓN

Huancayo, de diciembre del 2019

Por la presente yo NILDA CANTORIN ALIAGA con DNI 46130528

Con el cargo de VENDEDOR autorizo a ser entrevistada(o) para realizar la investigación a cargo del Sr. Abio Alberto Alvarado Maldonado con DNI 19929263, entrevista que solo servirá para su tesis de maestría.




.....

AUTORIZACIÓN DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACIÓN

Huancayo,18..... de diciembre del 2019

Por la presente yo Yoselin Cardenas Castillo..... con DNI 76445964.....

Con el cargo de consultora..... autorizo a ser entrevistada(o) para realizar la investigación a cargo del Sr. Abio Alberto Alvarado Maldonado con DNI 19929263, entrevista que solo servirá para su tesis de maestría.


.....

AUTORIZACIÓN DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACIÓN

Huancayo, 05..... de diciembre del 2019

Por la presente yo Maria del Pilar Sobremonte Marín..... con DNI19860539

Con el cargo de Consultora..... autorizo a ser entrevistada(o) para realizar la investigación a cargo del Sr. Abio Alberto Alvarado Maldonado con DNI 19929263, entrevista que solo servirá para su tesis de maestría.

Maria del Pilar Sobremonte Marín
.....

AUTORIZACIÓN DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACIÓN

Huancayo, ..03... de diciembre del 2019

Por la presente yo *Liz Rocio Morales Quijada* con DNI *20020171*

Con el cargo de *consultora* autorizo a ser entrevistada(o) para realizar la investigación a cargo del Sr. Abio Alberto Alvarado Maldonado con DNI 19929263, entrevista que solo servirá para su tesis de maestría.



.....

AUTORIZACIÓN DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACIÓN

Huancayo,14... de diciembre del 2019

Por la presente yoMarina Salazar Quiñonez..... con DNI19802571.....

Con el cargo deEmprendedora..... autorizo a ser entrevistada(o) para realizar la investigación a cargo del Sr. Abio Alberto Alvarado Maldonado con DNI 19929263, entrevista que solo servirá para su tesis de maestría.



.....

AUTORIZACIÓN DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACIÓN

Huancayo, 03 de diciembre del 2019

Por la presente yo Carol Parianza Cabezas con DNI 19812653

Con el cargo de Gerente autorizo a ser entrevistada(o) para realizar la investigación a cargo del Sr. Abio Alberto Alvarado Maldonado con DNI 19929263, entrevista que solo servirá para su tesis de maestría.




.....

AUTORIZACIÓN DE ENTREVISTA PARA INVESTIGACIÓN

Huancayo, 13 de diciembre del 2019

Por la presente yo Rosa Zenobia Salazar Quispe con DNI 19992214

Con el cargo de Directora autorizo a ser entrevistada(o) para realizar la investigación a cargo del Sr. Abio Alberto Alvarado Maldonado con DNI 19929263, entrevista que solo servirá para su tesis de maestría.


.....

Anexo B: Validación de Instrumentos por Juicio de Expertos

CONSTANCIA DE LA VALIDACIÓN

Quien suscribe, CARLOS ALONSO BERROCAL GUTARRA, con documento de identidad N°: 20061391, de profesión: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, con grado de: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN, ejerciendo actualmente como: DOCENTE UNIVERSITARIO, en la institución: UNIVERSIDAD CONTINENTAL

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento (entrevista semi-estructurada) a los efectos de su aplicación en la investigación para la elaboración de la tesis titulada: **“Factores que contribuyen a la satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa “beauty & books” E.I.R.L. – con sede en el distrito de Huancayo”** para obtener el grado académico de Maestro en Administración

Luego de revisar y hacer las observaciones pertinentes puedo formular las siguientes apreciaciones:

Instrumento de entrevista semi estructurada

| | Pregunta | Claridad en la redacción | | Coherencia interna | | Inducción a la respuesta (sesgo) | | Lenguaje adecuado con el nivel del informante | | Mide lo que pretende | |
|----|---|--------------------------|----|--------------------|----|----------------------------------|----|---|----|----------------------|----|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1 | ¿Te sientes orgulloso de pertenecer a la empresa en que laboras? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 2 | ¿Sientes que la empresa te propone desafíos, te reta, para tu desarrollo profesional? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 3 | ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetarias para los trabajadores? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 4 | ¿Estás satisfecho con la retribución económica por el trabajo realizado? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 5 | ¿La empresa reconoce y valora la dedicación y esfuerzo que realizas en tu trabajo? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 6 | ¿De la labor que realizas en la empresa, sientes que te permite incrementar tus habilidades profesionales y personales? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 7 | ¿En la empresa, se tiene una comunicación fluida y permanente con los directivos? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 8 | ¿Usted cuenta con los materiales y el equipo necesario para realizar un buen trabajo? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 9 | ¿Escuchan y sienten que son importantes sus opiniones en la empresa? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 10 | ¿Observa que sus compañeros realizan un trabajo de calidad? | X | | X | | | X | X | | X | |

Fecha, 8 DE NOVIEMBRE DEL 2019


Firma

DNI: 20061391

CONSTANCIA DE LA VALIDACIÓN

Quien suscribe, **DR. PERCY PEÑA MEDINA**, con documento de identidad N° 19969742, de profesión **CONTADOR PÚBLICO**, con grado de **DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN**, ejerciendo actualmente como **DIRECTOR DE LA UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CONTABILIDAD DE LA UNCP**. Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento (entrevista semi-estructurada) a los efectos de su aplicación en la investigación para la elaboración de la tesis titulada: **“Factores que contribuyen a la satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa “beauty & books” del distrito de Huancayo”** para obtener el grado académico de Maestro en Administración

Luego de revisar y hacer las observaciones pertinentes puedo formular las siguientes apreciaciones:

Instrumento de entrevista semi estructurada

| | Pregunta | Claridad en la redacción | | Coherencia interna | | Inducción a la respuesta (sesgo) | | Lenguaje adecuado con el nivel del informante | | Mide lo que pretende | |
|---|---|--------------------------|----|--------------------|----|----------------------------------|----|---|----|----------------------|----|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1 | ¿Te sientes orgulloso de pertenecer a la empresa en que laboras? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 2 | ¿Sientes que la empresa te propone desafíos, te reta, para tu desarrollo profesional? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 3 | ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetarias para los trabajadores? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 4 | ¿Estás satisfecho con la retribución económica por el trabajo realizado? | X | | X | | | X | X | | X | |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|--|---|--|--|---|---|--|---|--|
| 5 | ¿La empresa reconoce y valora la dedicación y esfuerzo que realizas en tu trabajo? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 6 | ¿De la labor que realizas en la empresa, sientes que te permite incrementar tus habilidades profesionales y personales? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 7 | ¿En la empresa, se tiene una comunicación fluida y permanente con los directivos? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 8 | ¿Usted cuenta con los materiales y el equipo necesario para realizar un buen trabajo? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 9 | ¿Escuchan y sienten que son importantes sus opiniones en la empresa? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 10 | ¿Observa que sus compañeros realizan un trabajo de calidad? | X | | X | | | X | X | | X | |

Fecha, 25 de noviembre del 2019



DR. PERCY PEÑA MEDINA
Director UPGFCO

DNI 19969742

CONSTANCIA DE LA VALIDACIÓN

Quien suscribe, **GUILLEN PEREZ, Luz Rocío**, con documento de identidad N°: **20026059**, de profesión: **Docente.**, con grado de: **Magister en Educación – Mención en Lectura y Escritura**, ejerciendo actualmente como: **Directora.**, en la institución: **Educativa N° 478 del distrito de Huancayo.**

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el instrumento (entrevista semi-estructurada) a los efectos de su aplicación en la investigación para la elaboración de la tesis titulada: **“Factores que contribuyen a la satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa “beauty & books” del distrito de Huancayo”** para obtener el grado académico de Maestro en Administración

Luego de revisar y hacer las observaciones pertinentes puedo formular las siguientes apreciaciones:

Instrumento de entrevista semi estructurada

| | Pregunta | Claridad en la redacción | | Coherencia interna | | Inducción a la respuesta (sesgo) | | Lenguaje adecuado con el nivel del informante | | Mide lo que pretende | |
|---|---|--------------------------|----|--------------------|----|----------------------------------|----|---|----|----------------------|----|
| | | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No | Si | No |
| 1 | ¿Te sientes orgulloso de pertenecer a la empresa en que laboras? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 2 | ¿Sientes que la empresa te propone desafíos, te reta, para tu desarrollo profesional? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 3 | ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetarias para los trabajadores? | X | | X | | | X | X | | X | |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|--|---|--|--|---|---|--|---|--|
| 4 | ¿Estás satisfecho con la retribución económica por el trabajo realizado? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 5 | ¿La empresa reconoce y valora la dedicación y esfuerzo que realizas en tu trabajo? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 6 | ¿De la labor que realizas en la empresa, sientes que te permite incrementar tus habilidades profesionales y personales? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 7 | ¿En la empresa, se tiene una comunicación fluida y permanente con los directivos? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 8 | ¿Usted cuenta con los materiales y el equipo necesario para realizar un buen trabajo? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 9 | ¿Escuchan y sienten que son importantes sus opiniones en la empresa? | X | | X | | | X | X | | X | |
| 10 | ¿Observa que sus compañeros realizan un trabajo de calidad? | X | | X | | | X | X | | X | |

Fecha, 29 de octubre del 2019...



Firma

DNI: **20026059**

Anexo: C: Entrevistas a Consultoras
Anexo: C1: Entrevista a Consultora C-01

Muy buenos días.

Vamos a realizar una entrevista a una trabajadora una vendedora una colaboradora de la empresa U y de otras líneas de artículos de belleza.

1. ¿Qué labor desempeñan en la empresa?

Bueno en este caso yo soy consultora, más allá que la empresa U tiene rangos que uno va creciendo de consultora ser promotora Y también, cómo te podría decir éste es una escala que va creciendo según las ventas que uno va realizando, por ejemplo de 200 a 300 de 300 a 500 y uno va haciendo las ventas Mayor Mayor y uno llega a una escala y ya va creciendo tu rango, mayormente como consultora por el momento.

En este momento eres consultora.

2. ¿Te sientes orgullosa de pertenecer a la empresa en que laboras?

Orgullosa orgullosa no digamos que no, porque orgullosa es sentir que la empresa U o yambal es un gran beneficio para mí, pero no es cuestión que digo, todas las ventas que se realicen, la ganancia, es realmente por las ventas que uno se hace, nada más.

Solamente las ganancias, son las comisiones

Exacto las comisiones nada más, porque por cada producto uno gana este, mayormente un producto cuesta de 150 pero si tú le sacas el porcentaje es 25% tú ganas como 15 soles o 10 soles exagerando.

3. ¿Sientes que la empresa te propone desafíos, te reta para tu desarrollo profesional?

Si porque para que decir que si porque cuando uno vende u ofrece productos tienes que convencer a la gente en Ahí está convencimiento a la gente en el habla, o sea, con las palabras para poder convencer a la gente de su reto y también un reto Porque mira en este en esta campaña se va a ganar tanto. Te ganas una extractora, pero tienes que vender tanto y tú para hacer para llegar a ese a ese Rango o esa meta, tú tienes que vender varios producto y al venderlas tienes que convencer a la hora de ofrecer a la gente no esté perfumes Así que es bueno esta crema es así tienes que convencer el convencimiento a la gente.

4. ¿Tienes que mentir para vender, alguna una propiedad que no tiene?

Muchas veces si suele pasar

5. ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetaria es decir, no en dinero para los trabajadores?

Si en los productos incentivos, cada campaña que vende uno vende, te dicen tanto vendes te ganas esto, tanto vendes te ganas esto, Son productos de la misma del mismo U, son cremas o puede ser artículos Como por ejemplo, una plancha, cafetera, bolsos de la misma empresa cremas perfumes son incentivos

6. Y luego eso ¿lo puedes vender tranquilamente no hay problema es para tí?

Si normal lo puedes vender también.

7. ¿No hay inconveniente?

Mayormente otras venden sean consultoras también pero tienen tiendas por ejemplo piden cierta cantidad de productos. lo muestran en su vitrina y a veces es todo lo que ganan Y eso también lo venden y también está publicado en el Facebook cuando tú ves este el Facebook o buscas es así prendas por por internet todo lo que una una consultora ganado todo también lo venden también se venden

8. ¿Puede venderse eso tranquilamente?

9. ¿Realizas labores paralelas principales o secundarias? ¿Cuáles son las que más haces aparte de vender lo que es artículos de belleza en este caso U?

Aparte con otros catálogos también estaba trabajando con lo que se ésika y cyzone y con ésika cyzone y con lo Avon, lo que es avon viene mayormente catálogos lo que es puro artículos, también éste lo que son como se llama, cucharas todo todo lo que es de cocina

10. O sea no solamente tienes la línea U, sino también tienes otras líneas

Si también estaba trabajando con eso pero todo todo lo he dejado, porque, si te genera un poco de ganancias, pero también el problema es cuando dije vendes mucho y a la hora de cobrar las personas no se suele pagar en la fecha indicada y a veces el tiempo y la misma empresa es lo que hace por dos días y te tolera, pero luego ya te va cobrando comisiones de 5 soles. Y va pasando va pasando y llama si lo que te generas más deuda.

11. ¿Es un problema la el cobro de las cuentas?

Porque mayormente te dicen tus promotores a cada consultora, te dicen que a la hora de ofrecer o ya tienes que pedir un adelanto de un 20% a la persona ya tienes que pedirle y a la hora ya cuando te llega tu producto, se entrega si te tiene que pagar todo, pero a veces no suele pasar eso, que si te hice te voy a cancelar Y tú a veces también por el convencimiento de la persona le entregas normal, que cuando vas a cobrar, le dices mañana pasado, ya está llegando la fecha, te dan plazo 21 días después de llegar tus productos te dan 21 días más para que puedas pagar.

12. Y cuando se demora hay intereses, qué, ¿Qué hay que pagar?

La misma empresa te pone intereses por no pagar en la fecha indicada.

13. ¿Por qué motivo ingresaste a las otras líneas?

Bueno porque Avon tiene lo que es todo de cocina, también me llamó la atención y también tenía sus incentivos que eran buenos, igual Esika también incentivos, bueno sí como que así vender a la gente es que mira a la gente lo que es U es un poquito más costoso, perfumes de hombre como tanto de mujeres son un poquito más costosos y de lo que son ésika y cyzone son cómodos y la gran mayoría veces cuando yo vendía la universidad algunas chicas me dicen tienes cyzon, únique está muy caro, entonces lo que yo hiciera eso trabajar con todos los catálogos y por ello ofrecer a mis compañeras de la universidad. y ellos escogía de cyzon pero mayormente me pedían de cyzon y algunos personas me pedían de U

14. Me confirmarás cuando vendes otras líneas, ¿vendes por dos motivos por tener variedad y también por mayores ingresos económicos?

También por la preferencia de mis clientes porque mayormente, más cómodo prefieren lo que es más cómodo, porque Yambal, U es un poquito más costoso los perfumes, cremas un poquito más costoso, mis compañeras quieren es cómodo como somos estudiantes y algo cómodo.

15. Y los productos, según tu experiencia, de experiencia de U ¿son más caros pero tienen mayor calidad?

Si en eso tienes mucha razón, por ejemplo lo que son los labiales tienen mayor duración durante el día, cuando compran en Esika no tiene mayor duración durante el día, rápido se te va el este durante el día va perdiendo el color, en cambio en U dura porque es mate y si tiene buena calidad y también lo que

hace el perfume Igual también durante casi 24 horas, que más de 24 horas que dura.

16. ¿La empresa reconoce y valora la dedicación y esfuerzo que realizas en tu trabajo?

Si en lo que es U catalogo todo si, si valora porque te dan claro, cada por ejemplo, los días de mamá en los días de esos días festivos de cada mes, día del papá, día de la mujer organizan así eventos en donde, esté premian a las mejores vendedoras, mejores personas, mejores consultoras, las que han inscrito varias chicas, a la que ha pagado puntual, a las han hecho ventas en mayor ranquin, de todo.

17. Así no seas mamá, por ejemplo, día de la madre a todos a todos, Así no seas papá que no eres ya.

Claro por parte de las mamás a sus esposos

18. Entonces ¿Estás satisfecha con la retribución económica por el trabajo realizado? quiere decir tú ¿consideras que el esfuerzo que realizas en vender y en cobrar un producto U la comisión que ganas, está satisfecha con eso?

En lo que es U todo Producto el descuentos 25% de 300 a 400, Pero si llegas más de 500 es el 35%, claro por cada venta estarías generando un poco más ya pero durante la experiencia que yo tuve siempre ha llegado a 500 más no he pasado y entonces es un monto por cada 100 a 400 un monto de 90 a 100 soles que ganamos a vender más lo que son perfumes o cremas de la ganancias, un poquito más pero si vendes productos como labiales de productos como cremas las ganancias son menos.

El esfuerzo es mayor a la recompensa, ¿tú consideras así?

Yo considero que es así.

19. En la empresa. ¿Tienes una comunicación fluida y permanente con los directivos con tu jefa, o sea hablar con ella no es difícil, no se cierra te brinda la amistad respectiva la comodidad para que tú puedas relacionarte con ella decirle las cosas?

Bueno en este caso yo siempre me he comunicado con mi promotor quien me guía, tienes que hacer esto, vender esto, llegar a la meta, o inscribir más personas, por escribir más personas te va a dar esta bonificación Más allá de

mi promotor con la encargada, La que está acá con la directora de la misma empresa No pero si el tenido el agrado de conocerla en un evento, pero así usar palabras con ella, no.

20. El promotor que me dices ¿es amable, te brinda confianza, te da indicaciones nomás?

Si me brinda confianza por ejemplo tuve un problemita hace un mes vendiendo pero si me apoyado en esa parte sí sí, mi apoyo Porque si a mí me va mal a él también le va así yo no cumplo, por ejemplo en lo que es el pago es lo que le van a estar molestando también tienes que decirle a tu consultora que te pague si no, no te va a beneficiar todo es como una como una escalera que otras y otras chicas chicas chicas chicas y si algo no va bien, no paga el problema va a ser el, tiene que estar haciendo exigiendo estar ahí apoyándote por la finalidad de que pagues porque el más perjudicado va ser él, después de él.

21. Usted cuenta, ¿cuentas con los materiales y el equipo necesario para empezar un buen trabajo y si tú vas a ofrecer el producto respectivo y cuentas con el material para poder convencer al futuro cliente, al cliente para que tenga tal o cual para que te compren?

Bueno lo que son para cada campaña llegan los catálogos, en los catálogos está el mayormente el precio y no sé, no tiene muchas indicaciones. No Qué es beneficio para eso para eso, pues ya uno tiene que informarse.

22. A buscar por tu cuenta, ¿qué cosa pedirías que te entregue? ¿Cómo harías mejor tus ventas?

Por ejemplo si me entregarían el catalogo y otro libro donde te indica de cada producto de cada beneficio en que puede ser el labial mate color es que te indique no que dura tanto tanto tanto ya, pero yo no por experiencia porque lo ha utilizado recomienda, indicaciones, mayormente indicaciones de los productos, no te lo dicen, mayormente está el precio.

23. ¿Te facilitan las muestras?

Sí, pero te llegan dos, tres nada más, no te llegan de todos los perfumes, al inicio, al ingresar a la empresa si te entregan así, pero cada campaña son diferentes perfumes, son diferentes cremas y no tienes todo ese material para poder mostrar, por ejemplo una crema, si huele rico, tiene un aroma agradable, si uno tiene se le puede mostrar.

24. Me dijiste que en la primera vez te dieron ¿te lo dieron o te cobraron después?

Claro al inscribirte en lo que U para vender toda esa línea toda esa línea, tienes que ir, a claro generas con un montón hay dos tipos de un monto de 43 soles, no lo pagué al instante, al momento de inscribir me entregan el catálogo, tu vendes con ese catálogo, haces el pedido por internet, te llega los pedidos y ahí tienes que pagar por los pedidos que por lo que has pedido tienes que pagarlo y a esta hora misma también tienes que pagar lo que te he escrito y ahí te llega pues tú, hasta para escribir tiene que pagar.

25. Te dan las muestras?

Claro te llegan las muestras.

26. La inscripción ¿es las muestras prácticamente?

Con eso te dan las muestras.

27. ¿Cuándo das una opinión sientes que te escuchan hacen caso a lo que estás haciendo o cómo, cómo sientes cuando das alguna idea una solución frente a un problema que estás enfrentando?

En la misma línea, un problema, si cuando tengo un inconveniente se consultará a mi promotor y más o menos me ha dado una recomendación de cómo tengo que solucionar.

Entonces te orienta.

28. Pero por ejemplo, si tú das un consejo algo para que mejore la empresa que ¿te han hecho caso, no has dado nunca, nunca has aportado?

No, no me he atrevido

29. ¿Por qué no te has atrevido a dar la idea?

Porque yo creo que la política de la empresa ya está ya, uno lo pueda cambiar no creo, Pero tampoco nunca nos han realizado encuestas lo que a todas las consultoras, No no he visto, yo creo que debería haber eso, una encuesta, calificar a la empresa cómo te ha ido, no sé, pero no de ese tipo no hay.

No hay comunicación.

Mayormente son los incentivos, lo que es vender, pero vender para la empresa, Pues yo que tú generas es para ti, es un porcentaje regular nada más podría decir.

30. ¿Sientes que tus compañeros y compañeras de trabajo realizan un trabajo de calidad, se esfuerzan?

Claro cuando una campaña es una plancha más una cafetera digamos, no? Porque por cada monto que uno vende el incentivo, si vendes un monto regular de mil el incentivo es mayor porque es te suman cafetera más dos cremas o más 3 perfumes y los incentivos son más y a veces uno por llegar a esos incentivos es lo que hace es esforzarte para poder vender bien, para poder llegar a esa meta, pues no, pero mayormente tus promotores, te sugiere llegar hasta ahí a esa escala, porque si tienes hasta llegas es escala incluso los incentivos son más y cada mes puedes este llegar hasta más de 1000 puedes vender 1000, te dan hasta 2000 para que puedas realizar tus ventas, pero esos esfuerzos o sea mayor, pero si el incentivos son regular para mí son regular para mí debería ser más, lo que es en esika he visto que sus incentivos son una olla arrocera mayor es mayor, la olla de presión. En U son cremas, mochilas, cafeteras de marcas poco conocidas, pero no casi no ya no motiva mucho.

31. ¿Tú crees que dedicarse a tiempo completo a la empresa U y las otras empresas, podrías vivir decorosamente, satisficiera tus necesidades?

Podría ser cuando tienes tu tienda, una tienda que puedas ofrecer con todo todo todas las marcas, abres una tienda pero de todas formas la ganancia sería un porcentaje mayor a porqué. Por qué hay en una tienda lo que es en catálogo es el precio es un poquito elevado en una tienda suele bajar, Pero por eso te digo al día te podría comprar más de 50 productos para que tú puedas tener un ingreso, pero vivir vivir de eso a menos que tú tengas varias tiendas donde tú puedes ofrecer todas las marcas lo que son cyzon en Avon es tener Ebel, U, cuando tengas todo tipo de marcas.

32. Hace un ratito mencionaste que ¿si tienes una tienda los porcentajes de descuento son mayor tienes que vender a menos, consideras que los que tienen tiendas venden a menos precio?

A veces por ejemplo tuve la experiencia de estar vendiendo en catálogo y curiosidad preguntar en una tienda.

Un aclarante de cara, si no me equivoco, que pregunte en la tienda En el catálogo a veces suele Bajar en una campaña y en otra campaña suele subir y

yo tenía la curiosidad de preguntar en una tienda que, si no me equivoco, estaba hasta 52, pero yo pregunté en una tienda, me ofrecieron a 40.

A menos

Ajá claro, la diferencia es un poco regular, le dije a claro y pregunté varios productos y mayormente creo que de su descuento de lo que son cada producto lo es U que sea siempre un descuento de 25% y eso es tu ganancia para ti, en lo que yo creo que venden el producto el producto así con su descuento y algunas veces algunos productos su descuento allí está, de su precio de catálogo, de catálogo.

33. Eres un estudiante Universitaria que trabajas ahora, de hecho, no dejar la universidad pero. En el futuro cuál es, ¿qué cosa piensas al respecto de lo que es la venta de productos U?

Si yo soy universitaria, pero si estoy con esta línea es para ayudarme, como para mi pasaje o algo así como momentáneo, un ingreso mayor no.

Confías más en tu carrera Universitaria

Así hay muchos, como vender productos y también éste es estar en esa línea. Ejemplo ahí, si no me habrán escuchado lo que son de Teoma también el de Herbalife es lo mismo vendes productos genera tanto ingresos, y te dice tu vendes tanto y hasta puedes generar al día 500, pero todo es una dedicación, una dedicación así, de las 24 horas para que tú puedas, pero mayormente te dice dedícate 2 horas y vas a ganar así si pero no es así es cuestión de convencer a la gente.

Pero me comentaste que sí ha mejorado en su desenvolvimiento tu empatía respectiva.

Si en eso si, por que a veces, cuando al inicio yo no sabía cómo ofrecer a la gente no esto es bueno, eso es bueno, no, pero también me dejaron guiar por lo que es mi promotor, mi promotor también me ayudado bastante, este perfume si tienes que decirle que tiene buen beneficio, que el aroma es rico que te dura 24 horas, más de 24 horas o sea te daba tips para que tú puedas, convencer a la gente, o si no te gusta te dejo este probador y así.

La sonrisa tiene que estar a flor de labios. Muchas gracias por la entrevista.

Anexo C2: Entrevista a Consultora C-02

Vamos a realizar la entrevista.

1. ¿Qué labor desempeñarse en la empresa?

Bueno yo trabajo en producto servicio de ventas, hago pedidos a las personas que desean productos cosméticos o de ropa, todo productos de belleza para mujeres o para varones.

2. ¿Te sientes orgullosa de pertenecer a la empresa en que laboras?

Sí, sí me siento orgullosa

3. ¿Por qué razón?

Uno porque es una empresa a mi parecer ha sido una empresa muy organizada es organizada. Tiene buenos líderes. Yo me siento muy cómoda en esa empresa aparte de que por los beneficios o costos las ganancias que nos pueda dar.

4. ¿A qué le llamas líderes?

Líderes son las personas que nos guían a nosotros para nosotros poder crecer allí, para poder llegar a ser como ellos y también para que la empresa pueda crecer.

5. ¿Cómo son ellos?

Son personas gratas bondadosas que te ayudan te guía, cualquier consejo te están dando personas muy responsables.

6. ¿Sientes que la empresa te propone desafíos, te reta para tu desarrollo profesional?

Sí. En cada campaña.

Para mí eso es un desafío en cada campaña.

Te hacen, digamos el primer mes la primera campaña te pueden poner un monto de 200 soles que tú puedas obtener en tus ventas. En la segunda campaña de dicen tienes que ser 300 en tus ventas y también obtienes un regalo.

Es como un tú das tú puedes obtener más ventas puedes dar más ventas pero también obtienes un regalo. A partir de ello. Entonces te ponen retos pero también te incentivan con un regalo.

7. Esto ¿cómo sientes que profesionalmente te ayuda?

Profesionalmente, me ayuda porque me hace, ¿cómo le podría decir? como una motivación para poder crecer. Mientras que yo más ventas obtenga, más clientes voy a tener y voy a llegar más a más escalas como pueden ser líderes ya no

solamente una vendedora de productos. Ya podría ser líder consultoras y mucho más.

8. ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetaria?

No he escuchado sobre eso no

9. ¿Llamemos a políticas no monetarias, cuando te motivan que premian pero no con dinero?

Nos premian con dinero y a la vez también con cosas materiales como pueden ser productos.

10. ¿Has recibido felicitaciones la empresas da felicitaciones a las personas que logran sus metas?

Sí, hay por cada cierre de campaña se asiste a una reunión y en cada reunión a cada persona si hayas obtenido tú tus ventas menos de 100 soles hubiera sido la mínima venta pasas es como cada uno pasa se presenta y te das tu palabra es que estoy mejorando. Esta vez no me fue bien pero de todas maneras ahí está la líder diciendo que tú vas a poder. Felicitaciones y has podido un poco más siempre. Sí, sí hay tipos de bonito.

11. ¿Realiza labor paralela a las ventas que haces?

Sí he estado trabajando en una universidad.

12. ¿Y que más realizas?

Estudiante También estudio y trabajo en la universidad y a parte de las ventas.

13. ¿Por qué razón trabajas, trabajas en otra cosa y también trabajas en las Ventas?

Trabajo yo cuento que tengo una hijita tengo mi hija entonces para poder obtener más dinero y más ganancias. Y como las ventas de catálogos no son muy, no depende mucho del tiempo tampoco son muy cargadas entonces obtengo dinero y también puedo estar ahí en normal más por la bebe por obtener más dinero

14. ¿La empresa reconoce y valora la dedicación y esfuerzo que realizas en tu trabajo? ¿Es decir tú sientes que la empresa reconoce cuando haces mayor esfuerzo?

Si, por qué nos dan incentivos y también te dan felicitaciones. Hay varios tipos de agradecimientos que nos dan. Uno es los regalos que nos puedan dar.

Otro que en las reuniones se te dan las felicitaciones todos te están te están diciendo muy bien. No solamente soy yo la que vende son muchas personas de muchos distritos de muchos lugares. Todas esas personas siempre te están motivando así valoran el esfuerzo que uno hace.

Qué lindo.

15. ¿Está satisfecha con la retribución económica por un trabajo realizado, es decir tú sientes que lo que ganas compensa al esfuerzo que realizas?

A mi parecer sí, porque yo no hago mucho esfuerzo en esas ventas como les digo yo estudio entonces ahí nada más llevo el catálogo las chicas mis compañeras me pide no hago mucho esfuerzo en eso y el dinero es como que tú obtienes esas ganancias sin tanto esfuerzo que a mi parecer si no hago tanto esfuerzo me llega el dinero correspondido al esfuerzo que he hecho está bien es compensatorio si compensa.

16. La empresa tiene comunicación fluida y permanente con los directivos. ¿Quiere decir tú te puedes comunicar fácilmente con tu superior o con el superior de ellos?

Si tenemos un grupo de WhatsApp tengo el número donde cualquier cosita nos estamos avisando que hay reunión o si tal fecha pasa pedido tal fecha se vence el día de tu pago. Es acá momentáneo. Tengo totalmente la posibilidad de poder conversar con él no hay ningún problema

17. ¿Para realizar tus ventas cuentas con los materiales y el equipo necesario? Si tú quieres realizar el trabajo que son ventas ¿cuentas con lo necesario para que puedas convencer a tu cliente para que pueda obtener un producto?

Para yo poder convencer, convencer digamos, un ejemplo es digamos mi compañera quiere un labial quiere ese tono pero no sabemos si el tono nos va a venir exactamente eso, entonces en la primera campaña siempre nos dan como que un grupo de cosméticos de perfumes siempre nos dan modelitos o probadores se llama, de labiales también probadores. Digamos mi compañera quiere pero no sabe si el color le va a gustar para que ella se pueda probar. Ahí está en ese momento sabes que primero pruébalo si te gusta te lo piden. Entonces de esa manera yo puedo convencer. Nos dan la facilidad, sí.

18. Este material que te dan y que te entreguen los probadores ¿La empresa te brinda o te cuesta?

No, me cuesta la primera campaña en la primera campaña totalmente te cuesta. Te dan un grupo de cosméticos labiales y todo eso pero te cuesta tú lo tienes que pagar.

19. Eso tienes que entregar, con eso haces tú campaña respectiva y ¿cuándo se agota ese material puedes obtener otro?

Puedes obtener otro. Cada año se termina son 12 campañas todo el año y digamos ahora ya vamos a comenzar enero otra campaña entonces otro grupo de materiales te van a dar te van a ofrecer ese es por decirlo así que tú tienes que comprar lo obligatorio porque obviamente que con eso tú vas a poder vender y vas a poder obtener más ventas.

Y los precios deben ser más módicos es un precio que es muy alto.

No es muy alto.

Realmente, para que puedan obtener.

Ajá. Claro.

20. ¿Te escuchan y sientes que son importantes las opiniones, cuando tú brindas para la empresa?

Sí hemos dado opiniones como por ejemplo de mí a mi parecer para que nos puedan entregar el producto había un poco de problema con eso con la movilidad. Entonces hemos dado la opinión de que por favor nosotros mismos mejor nos acerquemos a la empresa para poder recoger nuestra caja y para que ya no haya problemas de que donde vive esa señora donde estaba ya me estoy yendo con la movilidad y no se han escuchado y ahora hay mucha mejor posibilidad nosotros vamos el día que queramos a la empresa nos están dando en nuestra casa y normal.

Han escuchado las voces.

La caja con los productos que has hecho de sus pedidos respectivos.

Si.

21. ¿Qué problema encuentras? ¿Qué cosas quisieras que se mejore en la empresa, mejorar en la empresa para tu facilidad?

Para mi facilidad. Creo que sería digamos cuando yo doy los productos a mis compañeras en ropas más que nada me pasa esto. Hay veces la ropa no le

queda pero ya no hay devolución alguna. Eso sí es totalmente negado. No hay devolución se te entrega el producto y ya está.

Que nos dan la facilidad de poder devolver los productos pero obviamente que con otra talla nada más claro que sin haber maltratado la ropa en la casa que ya han pedido que nos dan la facilidad de poder devolver que haya devolución. Haya cambio.

22. En las cobranzas ¿Tienes problemas?

En las cobranzas. No yo trabajo con personas mis clientas son personas responsables. Que estudian conmigo entonces el pago me lo hacen cuando se piden la mitad y cuando yo les estoy entregando el producto me lo cancelan. No he tenido problemas con eso.

23. Los compañeros compañeras que tienen realizando la labor paralela a la tuya. ¿Sientes que realice un trabajo de calidad?

Sí al igual que yo. Creo que somos distribuidos por grupos.

Entonces yo tengo mi líder y mi grupo en mi grupo mayormente si yo estoy conforme con las compañeras que tengo porque sí al igual que yo trabajo así de manera responsable y confiable ellas hacen lo mismo. También son bien responsables en esa parte no tenemos problema de que la tal compañera no pagó o se le venció su plazo y está pagando con Mora no hemos tenido problema alguno.

24. Cuando te falta algo ¿Cómo te llevas con tus compañeras de trabajo? ¿Pueden intercambiar productos entre ustedes o es que cada una tiene su producto?

También se pueden intercambiar digamos. Hay veces en que el pedido la página ya se cierra. Entonces te ha faltado pasar un pedido digamos de última hora te están diciendo Tú le puedes decir a tu compañera este por favor pasa de ti en tu página que todavía no se ha cerrado y normal ya te entrega y obviamente te da el precio de cómo te viene la factura no como está en el catálogo.

Para que tú puedas obtener tu ganancia, en esa parte nos hemos ayudado, sí.

25. ¿Qué consejo le darías a la empresa para que ustedes se sientan mejor?

El Consejo el único consejo que le daría darnos facilidad en lo que me decía anteriormente nada más ponernos la posibilidad de poder devolver el producto va a ser un intercambio nada más de productos.

Claro que no sea digamos en cada campaña Yo tengo cinco personas que me quieren devolver el producto. Claro que no, que sea un límite digamos dos personas quieren hacer el intercambio de la prenda porque no les dio. Ya está bien se le da esa facilidad porque eso es rotundamente negado.

Tú te puedes comunicar hasta con el personal de Lima director de Lima y te niega totalmente. No, no hay devolución total. El Consejo mi consejo sería que nos da facilidad tener en poder hacer intercambio de productos.

26. ¿Vendes aparte de esta línea otra línea más?

No, solamente una vendo U.

Gracias por la entrevista.

Apéndice C3: Entrevista a Consultora C-03

1. ¿Qué labor desempeñan en la empresa?

Ahorita estoy como técnico administrativo

2. Y ¿En U?

Gestor de ventas o Impulsora.

3. ¿Te sientes orgullosa de pertenecer a U?

Si.

¿Por qué?

Porque es una empresa que te da la facilidad de crecer personalmente, personalmente como también económicamente, porque los éste los porcentajes de ganancia que te dan por las ventas que tu realizas, no te la descuentan cómo en otras, te dan el 35%, 40% o 50% las ganancias que tu generas durante una determinada campaña.

4. ¿Qué cosa para ti es crecer personalmente?

Personalmente uno comienza a crecer integralmente como mujer que te ayuda a ser independiente, lo que muchas veces otros no logran, a veces cuando tú tienes un trabajo te limitas solamente al trabajo que tú te desempeñas, pero cuando tú vendes ofreces un producto digamos de una determinada marca en este caso U te ayuda a desarrollar y ser una persona libre, desenvolverte y

crecer, empiezas a aspirar a muchas cosas, empiezas a ganarte algunas cosas que tú quieres, que quizá dentro de una empresa tu no lo puedes lograr.

5. ¿Sientes que la empresa te pone desafíos, te reta para tu desarrollo profesional?

Sí, creo que todo, todo negocio que es por venta por catálogo te pones ese reto, y creo que el objetivo de uno que emprende este negocio es fijarse una meta u objetivo dentro de ellos están los retos y el reto de tu logro personal tuyo.

6. Y ¿Que es el reto?

El reto es lograr, fijarse un objetivo una meta trazada lo que tú quieres conseguir en tu vida personal.

7. En este caso, ¿Una meta de ventas?

En este caso llegar a un máximo porcentaje en ventas.

8. ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetaria a los trabajadores? es decir, no es solamente que ganaste tanto y te den dinero ¿Hay otras maneras de motivarte?

Si te da premios, digamos este por una determinada vente te dan, hay promociones, digamos de joyas, de perfumes adicionales también éste te dan bonos.

En algunos casos este hay campañas en las que te ofrecen un juego de ollas o de repente, este, puede ser un set de joyas, así diferentes productos que motivan a que uno pueda este poder vender más productos llegar, como le decía, a la meta.

9. ¿Realizas labor paralela principal o secundaria?

Si.

10. Ahora estas laborando en el hospital ¿Cuál es el motivo por lo que vendes U?

Como le digo, te genera un ingreso extra, un dinero que te permite cubrir ciertos gastos o poder incrementar un ingreso económico más para dentro de tu hogar, porque como es una venta libre que te da como si le digo la libertad de poder tener un ingreso extra fuera del sueldo, quien no quiere tener un dinerito extra, esa libertad, o sea, tú no vas a ir, no marcas una tarjeta o un determinado horario, tú puedes salir en tu hora libre que tú quieres ofrecer tus productos a la hora que tú quieres y entregar a la hora que tú quieres, y generas tu ingreso.

11. La empresa ¿reconoce y valora la dedicación y esfuerzo que realizas en tu trabajo?

Si.

12. ¿Cómo demuestra, cómo sientes, qué empresa hace eso?

La empresa U hace eso cuando hace su reuniones de todas las socias, que participan en una cena de gala o reuniones constantes, de esos también cuando tú vas a las charlas todo ese tipo de reuniones, siempre hay premios sorpresas, no, entonces es una forma, como dice, de que la empresa se hace sentir de que estar contigo.

13. ¿Estás satisfecha con la retribución económica por el trabajo realizado? es decir, ¿Tú sientes que el esfuerzo que realizas es compensado económicamente o hay diferencia?

Pienso que es compensado, porque como le decía todas las ventas que uno hace es de acuerdo al esfuerzo que le pone, yo pienso que si uno le echa más ganas pueden incrementar mucho más los ingresos que ya tiene y no solamente eso te puedes ganar viajes, que es muchas veces lo hacen a las mejores socias siempre les ofrecían, entonces yo pienso que sí, a recompensar la venta que se hace para U.

14. ¿Has tenido problemas en las cobranzas?

Muy poco quizás por el tiempo, pero uno ya conoce a sus clientes, uno ya sabe a quién ofrece el producto, entonces cuando se conoce al cliente, ya saben cuándo va a ir a cobrarle cuando te va a pagar entonces como si se fijan plazos para que ellos te puedan cancelar, generalmente casi, no he tenido muchos problemas con mis clientes he cumplido con el plazo de poder pagar a tiempo.

15. En la empresa ¿Se tiene una comunicación fluida y permanente con los directivos?

Si, se tiene bastante, la comunicación es muy primordial para que uno puede lograr su objetivos, al menos este asesor en este caso es una persona que estaba constantemente llamándote preguntando ¿cómo ibas en tus ventas? si habías logrado, como se dice, o no para el determinado periodo de ventas, si habías alcanzado o no tu objetivo, porque como son periodos de trabajo, entonces ella está en constante comunicación, no solamente en comunicación también en reuniones, entonces a todo el grupo que pertenecemos siempre la

consultora nos llama nos busca y estamos en constante reunión para lograr porque es un equipo de trabajo y dentro del equipo todos tenemos que lograr y llegar al objetivo que es para todos, en beneficio de todos y no solamente de uno.

16. ¿Cuentas con los materiales y equipos necesarios para realizar un buen trabajo Es decir tú vas a ofrecer algo y tienes para poder convencer y demostrar la calidad del producto que estás ofreciendo?

Sí, porque cuando nosotras ingresamos al grupo U tenemos un kit de inicio y dentro de ese kit de inicio tenemos esos materiales adecuados que la empresa nos da para nosotras poder ofrecer a nuestros clientes, son probadores que nos facilitan y que nosotras lo usamos para que el cliente tenga de conocimiento que tipo de producto está adquiriendo, entonces el cliente tiene conocimiento el tipo de producto que está adquiriendo, nosotras contamos con ese material necesario para poder ofrecer y no tener problemas, porque muchas veces ofrecemos y no tenemos los probadores y el cliente necesita para conocer y tener el producto que él ha pedido.

17. ¿Escuchan, y sienten que son importantes sus opiniones en la empresa cuando opinas, das un consejo, una sugerencia, hacen caso de ello?

Sí, al menos en el grupo en que hemos estado si, nuestra consultora es una persona de escuchar los consejos de todas, porque como le decía somos un equipo entonces dentro de ellas las inquietudes que uno tiene y solamente y también las ideas, ella lo escuchó para todo compartirlo con todo el grupo y así mejoramos y así logramos más rápido nuestras metas.

18. ¿Existe colaboración entonces entre equipo?

Si, en las campañas siempre hay premios, la empresa en este caso ofrecen diferentes premios y quién no quiere ganar un premio, entonces muchas veces por el premio, aparte de lo que tú vas a ganar tu porcentaje de ventas, quisieras llevarte ese premio, entonces la idea es de que todas colaboremos para poder ganarte ese premio y obtener mucha más ganancias.

19. ¿Cómo se colabora para ganar el premio?

Ofreciendo los productos y obtener más clientes.

20. En el grupo ¿cómo colaborar?, tú tienes tus clientes, entonces tú vas a ganar el premio o sino la otra persona sino las 2 ¿cómo es esa colaboración que se haría?

Digamos en el caso mío, que hacía yo, a veces veía que una compañera no llegaba a cumplir su meta, entonces yo le decía yo te busco clientes y vamos a poner dentro de lo que es este tu pedido pero mi porcentaje me lo das a mí y si el premio no lo quieres, puedes vender o me lo das a mí, entonces compartiendo ese es una forma de ayudarnos.

21. ¿Observas que tus compañeros y compañeras realizan un trabajo de calidad?

Por lo general casi la mayoría trata de hacer un trabajo de calidad, en lo que es U se ha preocupado mucho por ofrecer no solo un producto de calidad sino de que todas las consultoras también ofrezcan los productos de una forma de amable, en una forma que le digo de que quizás el cliente llegué como dice a sentirse motivados y que tenga la inquietud de adquirir los productos, la misma marca también ha hecho, ha hecho que se vea distinto a otros productos, de querer adquirir productos de calidad.

U capacita constantemente a su personal que trabaja, las consultoras, como le digo, estamos en constante capacitación, en la capacitación años dan este charlas de motivación y de cómo uno poder tratar al cliente para que el sienta el interés de poder adquirir ese producto entonces la capacitación en mí es muy bueno.

22. ¿Quién da la capacitación?

En este caso por lo general lo dan las líderes, con las consultoras que se llaman y agrupan por su naturaleza y dentro de esa charla, como le digo, de motivacionales que te ofrecen productos, entonces es una manera no se sienta más.

Una persona, en este caso las consultoras, haciendo las, en este caso nosotras las consultoras más motivada, y con esos premios querer ofrecer mejor los productos de una forma adecuada.

23. ¿Has recibido capacitaciones de personal experto en marketing que vienen de afuera o Huancayo, bueno que son marketeros?

Dentro de lo que es U no tanto, pero si ha habido muchas. **Gracias por escucharme, gracias por la entrevista.**

Anexo D: Entrevistas a Emprendedoras

Anexo D1: Entrevista a Emprendedora E-01

Muy buenas tardes. Vamos a realizar la entrevista Semiestructurada acerca de satisfacción laboral.

1. ¿Te sientes orgullosa de pertenecer a la empresa que elaboras?

Sí.

2. ¿Por qué razón?

Porque me ha dado muchas oportunidades de crecer económicamente, emocionalmente y todo.

3. ¿Sientes que la empresa que te pone desafíos te reta para tu desarrollo profesional?

Si nos ponen metas. Retos.

4. ¿Qué tipo de retos?

Por ejemplo si queremos ganar un televisor nos dicen que tenemos que inscribir tres chicas y que pasen pedido. Ese es consecutivo y el requisito número uno es inscribir. Y. Que pasen. Feliz. Y tú eres acreedora en. Tres campañas después de pagar te dan un televisor o el dinero. Hay muchas cosas muy buenas.

Hay reto respectivo.

5. En este caso cuando inscribes a una nueva chica para que llegue al reto que llega a la meta para que cumpla su reto ¿puedes ayudarla o no sé puede?

Si por ejemplo inscribo. Ellas no están dentro del reto de pasar cierta cantidad. Yo soy la que está en eso. Pero sí les ayudo les ayudo a que lleguen por lo menos al mínimo que es 320.

Como una bienvenida como un apoyo respectivo.

Si a ellas les llega su premio.

6. ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetarias?

Si nos mandan por ejemplo joyas.

Tenemos ollas, enseres de casa de cocina.

Es como parte de haber cumplido la meta respectiva.

Claro pero aparte podemos todos de un pedido de 450 por hacer 450 te haces acreedor a un juego de ollas, de sartén. Así nos dan. Losas, sábanas. Si te motivan bien.

7. ¿Está satisfecha con la retribución económica por el trabajo realizado quiere decir sientes que la recompensa económica satisface el esfuerzo que realizas?

Si me. Siento

Completamente

Completamente.

8. ¿La empresa reconoce y valora la dedicación y esfuerzos que realizas en tu trabajo?

Sí, si valora.

9. ¿De qué manera?

Por ejemplo te dicen inscribe una cantidad de personas y con ella tienen que pasar su pedido asesorarlas que pasen y llega a veces por ejemplo la meta de este dinero que la empresa te ofrece 700 o 800 soles. Y entonces lo tienes que hacer puedes buscar tres chicas de y que pase un poquito pero qué pasen el pedido.

10. De la labor que realizas en la empresa. ¿Sientes que te permite incrementar tus habilidades profesionales y personales?

Si

11. ¿Cómo sientes que cómo es que sientes que te has desarrollado más como persona y profesionalmente?

Por ejemplo al inscribir darle su spa de limpieza de cutis de manos es una satisfacción porque estás ayudando a otras mujeres que también lo pueden hacer porque hay muchas mujeres que son más tímidas porque yo también tenía miedo de vender, arriesgar. Entonces yo las motivo, les cuento mi experiencia que gracias a eso a veces gano más que lo de la universidad porque nos llega premio los premios los vendo. Así.

12. ¿Cuál es el proceso que has tenido para liberarte de lo que eras un poco retrotraído reprimida?

Era reprimida pero no tanto, era siempre amigable, mi amistad, quizás tenga carisma los profesores que veo me dicen Pili me traes un Hom, Pili me traes un Arom y eso me ha ayudado a valorar y decir si tengo esas cualidades esa es. Como algo que he sentido que ha venido contigo que tienes este carisma. Y eso te ayuda.

La manera de que yo sea jovial que sea amigable, que sea atenta.

13. ¿Sientes que has desarrollado, has potenciado tu jovialidad tu carisma?

Si. Tengo mucho éxito

En ese sentido

Solo que tengo que tener más tiempo no haber estado en listas acá con las otras me acuerdo a veces hay no tengo que llevar esto que llevar lo otro pero si me he vuelto más más abierta tengo más tengo fe y voy con la seguridad de que si lo voy a hacer.

Qué bonito es.

14. En la empresa, ¿Tienes una comunicación fluida permanente con los directivos?

Más que nada con mi directora que es Carito. Es fluido amable es muy atenta, Pilar ya, por ella he crecido tengo 15 chicas, Pilar tenemos que hacerlo aprendemos aunque es un poco difícil porque tú inscribes y las chicas a veces tienen el temor de cobrar porque a veces la gente no te paga es cierta a mí misma me pasa y a veces pago de mi sueldo no y ella te motiva Pili y te permite hacer tanto y estamos en capacitaciones también a través de capacitaciones.

Con carito

15. ¿La capacitación quien te lo da?

Nos da una chica. Que viene, es una coordinadora, que la empresa manda. En esa. Reunión y nos motiva nos da nos enseñan cómo vender los productos haciendo demostraciones se nos capacita

Qué interesante qué bonito ahí.

16. ¿Sientes que cuentas con los materiales y equipos necesarios para un buen trabajo o sientes que te falta algo? ¿Tú vas ahí suficientemente holgada para poder proponer a tu cliente qué necesita?

Si yo te he comprado Todo lo que es limpieza de cutis y me viene para los tres. Los tres tipos de Cutis y entonces les hago la demostración y les gusta y también se motiva. Hace.

17. ¿tú lo compras o te dieron?

Empresa nos da la empresa pero a un precio. Bajo.

Para cubrir los costos

Para ti nomas, compra uno más y no lo hace a nosotros nos da.

Por decir sale como 150 a nosotros nos dan 80 o 70.

Así pues lo puedes usar tú misma

Claro que lo uso, se llama un kit

kits respectivos.

- 18. ¿Escuchan y sientes que son importantes tus opiniones en mi empresa cuando has dado una opinión ha servido para mejoras, que escuchan?**

Las pocas veces que he intervenido. Si me han escuchado. Amablemente, **Amablemente.**

- 19. ¿Observas que tus compañeros realizan un trabajo de calidad? ¿También se esfuerzan tus compañeros sientes que sí y cómo se llevan con ellos?**

Yo por ejemplo con mis consultores de hacer mis consultores que inscrito debajo. De ese entonces sí cierto yo también las motivo les digo esto está en oferta que las motiva.

Hay un trato amable.

- 20. ¿En qué nivel te encuentras en el equipo de consultoras ¿estás de consultora?**

Ahorita debo estar consultora. Hay tres clases pero es una altita.

Te felicito

- 21. ¿Algún problema que has encontrado le interesa algo que mejoraría tu satisfacción a lo que quisiera que dispensen todos?**

Estoy satisfecha todo conforme, nos dan muchas facilidades herramientas.

Gracias por la entrevista.

Anexo D2: Entrevista a Emprendedora E-02

Procederemos a realizar una entrevista.

1. ¿Te sientes orgullosa de pertenecer a la empresa que elabora?

Si.

2. ¿Por qué motivo?

Porque me da satisfacción en cuanto al trabajo y a lo económico.

3. ¿Sientes que la empresa que propone desafíos, te reta, para tu desarrollo profesional te pone, hay un reto respectivo para que tú puedas realizar?

Si, ponen retos mediante las ventas, a la vez también nos ponen incentivos y de acuerdo al reto es el incentivo, si tengo mayor venta es mejor mis incentivos.

El reto es la venta, el monto de las ventas.

4. ¿Otro tipo de retos?

Normalmente, ventas respectivas

5. ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetarias para los trabajadores? no necesariamente el incentivo con dinero.

Uno es los porcentajes a las ventas pero también tenemos los premios, los regalos que nos dan de acuerdo a los montos vendidos, además de conseguir un dinero adicional.

6. ¿Cuándo realizas una venta, cuando logras tus metas te dan un abrazo, un certificado, un almuerzo?

Sí, siempre están pendientes de nosotras, por ejemplo fin de año no hacen como una cena de gala, en esta cena se premian a las, digamos a quienes han vendido más, se hacen las menciones y también hay premios que nos entregan.

7. ¿Está satisfecha con la retribución económica por el trabajo realizado es decir sientes que la compensación económica satisface cubre el esfuerzo que has realizado?

Sí, sí estoy satisfecha, pero si fuera masito más sería mejor. (risas)

8. La empresa ¿Reconoce, valora la dedicación y esfuerzo que realizas en tu trabajo? Es decir si acaso no cambias a otra línea, no dejas tu trabajo, sientes que te valora por tu integridad en el trabajo, tu valoración.

Bueno no nos dicen eso, si quiero me voy, pero si la que mayormente, como encargada de la empresa, qué es Caro, la directora, ella siempre está que nos

llama chicas hagan este pedido, mira que ahí estos premios, o sea, trata de jalarlo.

Vendiendo 2 productos U y Esika, entonces a veces como dice me voy para el otro lado o a veces también acá, pero esta empresa este brinda, bastante calidad los perfumes, los productos son muy buenos y son caros pero bueno, los más cómodos, pero también no son de calidad, entonces tengo clientes de los caros y también de los que quieren cómodo.

9. ¿Dejarías esta empresa si allí te propone mayores ingresos?

No, por qué hay gente que pide calidad, entonces de todas maneras estaría dentro de U.

10. ¿De la labor que realizas en empresa sientes que te permite incrementar tus habilidades profesionales y personales quiere decir, necesariamente te capacitan para que seas mejor persona, tengas mejor personalidad, mejor llegada a los clientes, mejor presencia?

Que me ayuda si nos ayuda bastante, siempre nos dicen, que somos consultoras de belleza y siempre debemos mantener la línea de la belleza, de la belleza, en los perfumes los aromas que nos dan, es como hacer un marketing, para seguir vendiendo, somos representantes y tenemos que utilizar.

11. ¿Cuentas con los materiales y equipos necesarios para realizar un buen trabajo?

A nosotras las consultoras nos mandan muestritas, me gustaría que sea mejor, de repente para poder demostrar, pero si la directora cuando vengo acá, como usted ve, me hace para mí pero nosotros quisiéramos tener para nuestros clientes, bien Ahí sí me gustaría pedir mejores de repente que lo hagan como a las directoras pero no sé.

12. ¿Si tú tuvieras ese material respectivo para hacer la demostración in situ de nuestros clientes crees que se incrementarían las ventas?

Porque a veces piden que como como es el perfume arom, Y nos dan unito, en cada mes nos mandan en el sobre uno o dos exagerando, entonces cuando quiero para los demás ya no hay, entonces tengo que abrir de necesariamente un perfume que yo tengo, que me ha costado, tengo que demostrar, entonces ahí es un poquito que, también o sino no demuestro, pero no vendo, entonces

sería bonito o bueno que nos manden también una muestra o sino un perfume completo que diga esto es exclusivo para tu demostración prohibido la venta de allí uno va demostrando todo.

Esa idea me vino hace tiempo y que bien no que usted entrevistaste, repente se puede mejorar.

13. ¿Tu comunicación es fluida con los directivos, es fácil reunirte con gerencia, superiores de administración?

No he intentado, porque algún percance, algún problemita con los productos o algo así mi directora es la que está a la orden, entonces yo le consultó a ella, ella consulta a Lima, y me soluciona el problema no tengo comunicación con ellos, pero sí, con la directora, bastante.

Alguna vez han solucionado el problema, pero que no satisfizo tu necesidad.

No, siempre me han solucionado como hemos querido.

14. ¿Escuchan y te sientes importante cuando das tus opiniones en empresa?

No he intentado dar muchas opiniones, pero veo que sí, Caro la directora hace, o sea, ellos tienen más de repente comunicación con ellos, no, y la que sabrían algo así es ella.

15. Y si algo le sugieres a tu directora ¿Cómo reacciona, bien, hace caso la sugerencia?

Sí muy bien, ella está pendiente, me dice ya está, tal día te llega el producto, si algo llegó mal derramado de inmediato, incluso una vez me vino una joyita un poquito fallada entonces de inmediato mandamos y me devolvieron ya bien y con algo más, un incentivo para sentirme bien, entonces que siempre vengán falladas (risas), generalmente viene bien una que otra vez podía venir fallada.

16. ¿Cómo te llevas con tus compañeras que trabajan al nivel que tú está revisando las ventas?

Somos personas que pertenecemos al mismo grupo nos apoyamos y trato de guiar en todo de repente alguien no tiene un producto, me lo da luego yo pido y te lo devuelvo eso hacemos, la directora promueve eso.

Me dice que es lo que no te sale mucho, esto le digo, eso si quieres te cambio lo que te sale y así trabajamos y es una forma de incentivar también, no te

quedas con el producto que no te sale, no nos quedamos con el producto, por eso cambiamos hacemos cambios o también me llama tiene tal productos y luego así cambió y nos vamos ayudando gracias a Dios.

17. ¿Con tus compañeras de trabajo, es buena amistad?

Si es muy buena, para que no se sienta que haya celos en las ventas, no al contrario brindarle la amistad y hacerle sentir bien, apoyar al cliente de repente con los productos y que tengan utilizan los demás.

18. ¿Tus compañeros, los colegas notas que se esfuerzan por levantar las ventas del producto?

Sí, si todos nos esforzamos yo, las chicas todo bien y como usted ve U creciendo bastante al menos en el ámbito que yo estoy realizando.

19. ¿Qué inconveniente verías en el trabajo que vas que va realizando?

¿Inconveniente?, de repente a veces puede ser personas que no pagan, si, el inconveniente es este a veces no conocemos a los clientes algunos, porque ya tenemos nuestros clientes, yo entrego mis productos y les doy una llamada, le digo cuando vengo a cobrar, entonces me dicen a fin de mes, yo ya sé que a fin de mes cobran ya estoy tras de ellos o sino me llaman y yo voy.

Pero dentro de eso siempre hay uno que otro que es trampea (risas), bueno, esa vez lo que le cobró de alguna manera, o sea de poquito pero a la próxima ya no le atiende, yo porque si no me canso y ya me cobraron, pero ahora ayuda bastante el celular el celular o el WhatsApp, antes, entonces tengo tu producto como antes era que yo iba a tocar a la puerta no estaba no hay celular ahora regresar era más ahora es más suave el trabajo porque con la llamada o el WhatsApp por internet Ahí nos comunicamos.

Entonces me dice ya el sábado a las 10 de la mañana, entonces ese día voy a entregar el producto, pues para cobrar igualito, yo le digo qué día te cobró, tal día allá entonces ese día estoy por lo general, a veces dicen que no tienen, que no, como le digo se sufren cobrar, pero ya no se le vuelve a dar así es, es lo único que podría.

Muchas gracias por entrevista.

Anexo D3: Entrevista a Emprendedora E-03

Muy buenas tardes, vamos a empezar la entrevista semi estructurada.

1. ¿Qué labor desempeñas en la empresa U?

Emprendedora, consultora

2. ¿Te sientes orgullosa de pertenecer a la empresa en que laboras es decir a la empresa U?

Si, muy orgullosa.

3. ¿Por qué razón te sientes orgullosa?

Porque empresa nos motiva, nos da regalos, nos dan nuestros bonos, nos dan capacitaciones, viajes, eso son los que yo sé.

4. ¿Sientes que la empresa te pone desafíos, te reta, para tu desarrollo profesional?

Sí, porque si no me retaría, no me quedaría, porque yo quiero llegar a ser directora.

5. ¿Qué significa ser directora para ti?

Directora es manejar grupos más grandes a nivel nacional, grupos de consultoras, ya también recibiría más.

6. Y para llegar a ser directora ¿Qué cosa te faltaría?

Inscribir a más consultoras, realizan sus ventas y con todo eso tuya vas ascendiendo.

7. ¿Es decir la cantidad de consultoras que tengas hacen que llegues a directora?

Claro, con las ganancias que haces, con el monto vendido.

8. La empresa ¿Cuenta con políticas de motivación no monetarias para los trabajadores?

Si, las capacitaciones, los viajes que todo es pagado.

9. ¿Quiénes las capacitan?

Las directoras, las que tienen alto rango, ellas nos capacitan a nosotras.

10. ¿Cada que tiempo reciben las capacitaciones?

Al año siquiera, una vez al mes o dos, pudiendo ser más.

11. ¿Realizas labor paralela, principal o secundaria? Y ¿Por qué motivo realizas una labor paralela a la venta de U?

Para levantar mis honorarios, económicamente me ayuda.

12. ¿La empresa reconoce la dedicación que tienes a la venta de U?

Si, nos reconoce con viajes todo pagado, buenos lugares, buenos hoteles, de dos o tres días, eso es lo que me motiva.

13. Respecto a la retribución económica ¿Estas satisfecha? Quiere decir el esfuerzo que realizas en tus ventas ¿Sientes que está compensado con las comisiones en el pago?

Si siento que está recompensado, de acuerdo a las ventas que yo hago me dan mi porcentaje, si quiero ganar más, más tengo que vender, tengo que esmerarme en mi trabajo.

14. ¿Está equiparado, una hora de trabajo en venta, la parte monetaria equipara?

Sí, la primera venta a un cliente demora, pero luego es más fácil porque ya nos conocemos.

15. En la empresa, ¿Tienes comunicación fluida y permanente con los directivos?

Si con las directoras es fluida y permanente, vienen nos capacitan.

16. ¿Qué tipo de medio emplean para la comunicación?

Teléfono, redes sociales.

17. ¿Usted cuenta con los materiales y el equipo necesario para realizar un buen trabajo, cuentas con la implementación para convencer al cliente?

Me dan todo, todo me da, con eso ya vendo, me dicen un perfume, tengo probadores, prueban y ellos escogen.

18. En caso que se acaba un probador ¿Qué hace?

Vuelvo a pedir a mi directora, la directora me da lo que se necesite.

19. ¿Sientes que tus opiniones son importantes en la empresa?

Sí, siempre opinamos, en las reuniones opinamos,

20. Las opiniones que brindas ¿Son escuchadas y también aplicadas?

Si, por ejemplo ahora estamos pidiendo que nuestras directoras ganen más, porque vemos el trabajo que ellas hacen, creemos que nuestras directoras merecen un poco más de sueldo, por que manejan cantidad de trabajo.

21. ¿Las directoras tienen su sueldo?

Estamos pidiendo que las aumenten un poquito porque tienen un trabajo fuerte, y la compañía nos hace caso, nos dijeron que sí, nos dijeron gracias por su opinión.

Eso te hace sentir que tus opiniones son importantes que están viendo en el lugar de trabajo las necesidades que se dan.

22. ¿Qué problemas verías en la empresa, qué consejo le darías a U?

¿Consejo? Ninguno, como le digo hasta los viajes nos pagan.

Todo está muy bien.

23. ¿En tus cobranzas tienes algún inconveniente?

Esos caso se ven muy de vez en cuando pero yo se cobrar y se vender, tienes que tener mucha paciencia, a mí me nace ser consultora, no me hago problema.

24. ¿Cómo motivas a tus consultoras, las que están debajo de ti, las que has inscrito para que hagan un buen trabajo?

Vamos con mi directora, a las reuniones, hacemos cenas, allí la directora rifa productos y eso las motiva, más la cena, que les damos, hacemos ejercicios de motivación, a veces sale una fiesta, por ejemplo para la navidad la fiesta nos hizo la directora y ella paga todo, entonces ellas empiezan a vender más, se motivan más y empiezan a inscribir más personas, eso nos motivan también.

25. Si una de tus vendedoras, tus consultoras tuviera problemas de cobranza ¿Cómo se colabora?

Vamos, las apoyamos, yo voy con ella a cobrar, apoyamos a cobrar y es por eso que ellas siguen.

26. ¿Han optado por ese método?

Es un buen método,

27. ¿Observas que tus compañeras realizan trabajos de calidad, tus pares?

Sí, porque para eso nos preparan, nos capacitan para poder vender.

28. Entonces ¿En la capacitación involucran la colaboración?

Claro, nosotros tenemos grupos muy unidos, si no me pagan la directora me puede apoyar, luego yo le devuelvo.

29. ¿Qué porcentaje de morosidad existe en este caso?

A mí me pagan, siempre me pagan, en dos partes o en tres (risas), incluso ya me tienen la plata guardada, yo selecciona a mis clientes.

Muy agradecido por la entrevista.

Anexo E: Entrevistas a Directoras y Declaraciones Nacionales

Anexo E1: Entrevista a Directora D-01

Buenas noches. Procederemos a realizar la entrevista semiestructurada para un trabajo de investigación acerca de la satisfacción laboral.

1. ¿Qué labor desempeña en la empresa?

Soy directora de U.

2. ¿Se siente orgullosa de pertenecer a la empresa en que labora?

Sí.

3. ¿Por qué motivo?

Porque me da satisfacción de colaborar con la realización de mujeres que pueden ser independientes, empoderándolas en la sociedad, además ofrecer productos de calidad y obtener un ingreso económico.

4. ¿Siente que la empresa te propone desafíos, te reta para el desarrollo para tu desarrollo profesional?

Sí, los retos y desafíos a lograr son la base de la motivación que tiene la empresa, esto hace que las emprendedoras y consultoras realicen cada vez un mejor trabajo, haciendo que logre mejores ingresos para su bienestar y como política de empresa, cuando la señorita de la empresa logra las metas obtiene incentivos económicos y productos para su uso, que algunas lo venden obteniendo mejores ingresos económicos.

5. ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetaria para los trabajadores? Es decir, no en dinero, otras maneras de estímulos les brindan para el buen desarrollo.

Si, nos motivan con incentivos materiales.

Tenemos las capacitaciones que hacen que las consultoras, emprendedoras así también las directoras vamos aprendiendo cada vez más a brindar un mejor servicio al cliente, también se tiene las reuniones de trabajo de fin de campaña, en la cual se realiza la premiación de los personales que demostraron mejor desempeño en su trabajo.

Cuando la campaña del mes ofrece premios en dicha campaña a las que llegan a las metas estipuladas por la empresa, y así se tiene diferentes formas de motivación.

6. ¿Realiza alguna labor paralela al de U?

No, por el puesto que ocupó no es posible, pero también no me alcanzaría el tiempo y me siento muy cómoda al ser directora de U.

7. ¿La empresa reconoce y valora la dedicación y esfuerzo que realiza en su trabajo?

Sí, siento que es así.

8. ¿Cómo siente que la empresa de valora y le reconoce el esfuerzo?

Con los ingresos obtenidos que es según el esfuerzo realizado por cada una de las integrantes de la empresa, los porcentajes que nos brindan y los honorarios que se obtiene por el cargo ocupado, además por la calidad de trato por parte de la empresa, en las reuniones que se tiene uno ve el esfuerzo que realizan por atender y que el evento sea de calidad.

9. En la empresa ¿Se tiene una comunicación fluida y permanente con los directivos?

Si, por las características de la venta por catálogo es muy importante la comunicación en la empresa, esta es muy fluida, más que supervisar es apoyar, motivar para dar un esfuerzo más en realizar la venta, es llamar a la emprendedora, para que motive a sus consultoras y conocer qué problema podría tener para realizar la venta.

Es importante que los pedidos sean realizados en los tiempos adecuados para que lleguen a tiempo para poder ser remitidos a los clientes y no crear insatisfacción.

En las reuniones llevadas a cabo es una oportunidad para lograr conocer los problemas que tienen el personal de la empresa, es un clima de equipo, colaboración, amistad se vive un ambiente muy agradable.

10. ¿Cuál es el medio que se aplica para esta comunicación fluida?

Persona a persona, teléfono, WhatsApp, internet, Facebook, Messenger, todas las redes sociales que emplean las vendedoras.

11. Las vendedoras que usted tiene ¿Cuentan con el equipo necesario para realizar un buen trabajo, cuentan con el material adecuado para poder hacer demostraciones?

Sí, porque es la herramienta primordial para lograr las ventas necesarias, en U se cuenta con el kit de inicio en él se tiene esos materiales para poder ofrecer a nuestros clientes el cual es entregado a la vendedora al inicio de su

incorporación a la empresa, en el cual se tiene, lo que nosotras llamamos probadores, diferentes perfumes, cremas y material de trabajo, este no se entrega en forma gratuita, el costo es simbólico para motivar el ingreso a colaborar con la empresa, posteriormente se va entregando según las necesidades y ventas realizadas por la vendedora.

Igualmente, por metas logradas en ventas se van ganando productos que ellas lo pueden utilizar como demostraciones.

12. ¿Usted siente que es que son importante sus opiniones en la empresa y lo toman en cuenta?

Claro que sí, la comunicación, como ya mencioné, es pilar de la empresa, la institución se basa en las opiniones y sugerencias del personal que se encuentra directamente relacionados con los clientes. Las sugerencias realizadas durante las reuniones de equipos son mencionadas en reuniones de más alto nivel para que lo analicen y apliquen en futuras campañas.

13. ¿Siente que otras directoras realizan un trabajo de calidad?

Las evaluaciones son continuas, son evaluaciones para encontrar debilidades y mejoras para poder realizar un mejor servicio, por lo tanto, se debe realizar un trabajo de calidad y esto es reflejado en el volumen de ventas, logrando que las chicas obtengan mayores beneficios y lograr un empoderamiento de ellas mismas.

Gracias.

Muy agradecido por la entrevista.

Anexo E2: Entrevista a Directora D-02

Buenas tardes. Vamos a realizar una entrevista semiestructurada para un trabajo de investigación acerca de la satisfacción laboral de las señoritas que venden U.

1. ¿Qué labor desempeña en la empresa?

Soy directora de U.

2. ¿Se siente orgullosa de pertenecer a la empresa en que labora?

Sí.

3. ¿Por qué motivo?

Porque soy independiente, no tienes jefe, no tienes un horario de entrada y salida es bastante independiente.

4. ¿Siente que la empresa te propone desafíos, te reta para el desarrollo para tu desarrollo profesional?

Sí también, pero de acuerdo a eso también hay retos que nos hacemos, pero si logramos tenemos lo necesario.

5. ¿Qué tipo de beneficios?

Viajes nacionales, internaciones y comisiones también.

6. ¿La empresa cuenta con políticas de motivación no monetaria para los trabajadores? Es decir no necesariamente todo en dinero otras maneras de estímulos les brindan para el buen desarrollo.

Claro, claro que si nos premian así.

7. ¿Por ejemplo cuáles?

Reuniones capacitaciones de alto nivel que nos hacen nosotras no pagamos absolutamente nada, reuniones que nos hacen en hoteles de 5 estrellas a nivel Lima.

8. ¿Realiza alguna labor paralela al trabajo que va realizando con U?

No solamente U.

9. Exclusivamente se dedica lo que es U.

Claro

10. ¿La empresa reconoce y valora la dedicación y esfuerzo que realiza en su trabajo?

Claro que sí.

11. ¿Cómo siente que la empresa de valora y le reconoce el esfuerzo?

Con los honorarios que recibimos, de acuerdo a la venta que nosotras hacemos, de acuerdo al trabajo que uno hace.

Perfectamente.

12. ¿En la empresa, se tiene comunicación fluida y permanente con los directivos?

Claro, 100% 1000% diría yo.

13. ¿Cuál es el medio que se aplica para esta comunicación fluida?

Persona a persona, la capacitación con los coordinadores y couche, teléfono, WhatsApp, internet, Facebook, Messenger.

14. La comunicación descendente es mediante, ¿Qué medios? es decir de jefe poco a poco va bajando hasta lo que es las consultoras ¿Cuál es el medio que se utiliza?

De arriba hacia abajo.

Directores a consultores.

Mediante, igual Messenger igual los mismos sistemas,

Lo mismos sistemas.

Y la comunicación ascendente es decir, las consultoras, emprendedoras directoras iba subiendo, no hasta los cargos jerárquicos ¿también usan el mismo medio?

Claro

Las vendedoras que usted tiene ¿Cuentan con el equipo necesario para realizar un buen trabajo, cuentan con para poder hacer demostraciones?

Claro que sí.

15. Y ¿Cuál es el medio que sostiene para este material?

La empresa, muchas veces se las ganan de acuerdo a sus ventas, la empresa les obsequia o también en algunos casos también ellas lo compran, pero a precios mínimos para que empiecen a trabajar.

16. Y ¿Cuándo empiezan, cuando se inscriben para su primera venta les proporciona? porque no pueden ganarse todavía

Claro, si desde el principio, si, gana la persona que trabaja en U consultora, directora, ganamos para que puedan presentar, desde el principio.

Nos dan material para que se pueda presentar.

17. ¿Escuchan, usted siente que es que son importante sus opiniones en la empresa?

Claro que sí.

Cuando usted sugiere algo entonces se echa a andar la maquinaria para poder corregir alguna anomalía.

La verdad que U te da bastantes facilidades en todos los aspectos.

18. Sus colegas de trabajo, otras directoras ¿Usted siente que realiza un trabajo de calidad?

Uno gana de acuerdo al trabajo que uno hace, hay directoras que trabajan más y otras que trabajan menos y de acuerdo a eso son sus honorarios, cuando más trabajas obviamente más ganas.

Muy agradecido por la entrevista.

Anexo F: Matriz de Consistencia

Título: “Factores que contribuyen a la satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa “Beauty & Books” E.I.R.L. – con sede en el distrito de Huancayo”.

Diseño teórico

| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVO GENERAL | VARIABLE |
|---|--|-----------------------|
| ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo? | Determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de los colaboradores en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo. | Satisfacción laboral. |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | |
| a) ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las consultoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo? | a) Determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las consultoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo. | |
| b) ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las emprendedoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo? | b) Determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las emprendedoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo. | |
| c) ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las directoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo? | c) Determinar los factores que contribuyen a la satisfacción laboral de las directoras en la empresa Beauty & Books del distrito de Huancayo. | |

Operacionalización de las variables

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIÓN | INDICADORES |
|-----------------------|--|----------------------|--|
| Satisfacción laboral. | Robbins (1996: 181) la definió “ <i>como la actitud general de un individuo hacia su trabajo. Una persona con un alto nivel de satisfacción en el puesto tiene actitudes positivas hacia el mismo; una persona que está insatisfecha con su puesto tiene actitudes negativas hacia él</i> ”. | Factores extrínsecos | Administración y políticas de la empresa.. |
| | | | Calidad de supervisión. |
| | | | Relaciones interpersonales. |
| | | | Remuneraciones. |
| | | | Condiciones físicas del ambiente de trabajo. |
| | | Factores intrínsecos | Oportunidades de logro. |
| | | | Crecimiento y desarrollo personal. |
| | | | Responsabilidad. |
| | | | Reconocimiento. |
| Avance en la carrera. | | | |

Diseño metodológico

| ÉNFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN | MÉTODO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN | MÉTODO ESPECÍFICO DE LA INVESTIGACIÓN | ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN | INSTRUMENTOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN | CRITERIOS DE RIGUROSIDAD EN LA INVESTIGACIÓN |
|-----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---|---|---|
| Cualitativo | Teoría Fundamentada (Grounded Theory) | Método inductivo | Lugares públicos de trabajo y descanso, oficina de trabajo y dulcerías. | Entrevistas semi estructurada | Validez: La validez del instrumento a utilizar, la entrevista semi estructurada se adquiere mediante Juicio de Expertos |