



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

TRABAJO DE GRADO

Presentado para optar al título de:

LICENCIADO EN RELACIONES INDUSTRIALES (INDUSTRIÓLOGO)

Título:	Diseño y aplicación de un Modelo para el análisis de la satisfacción con respecto a un plan de beneficios
Realizado por:	Fariña, Seyery Pérez, Domingo
Profesor guía:	Acosta, Iván

RESULTADO DEL EXAMEN:

Este Trabajo de Grado ha sido evaluado por el Jurado Examinador y ha obtenido la calificación de : _____ () puntos.

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Caracas, ____ de _____ de ____

DEDICATORIA

A nuestros padres por inculcarnos los valores necesarios para lograr una meta tan importante para un estudiante como lo es la culminación de una carrera universitaria y el inicio de una nueva etapa profesional. Por inculcarnos la perseverancia y enseñarnos que a pesar de las adversidades es posible alcanzar las metas planteadas, siempre intentando ver el lado positivo de los contratiempos y buscar la mejor manera de actuar ante ellos. Por siempre confiar en nosotros y apoyarnos en los momentos difíciles. Y por último a nuestros amigos y compañeros por su ayuda incondicional y por su apoyo.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a la vida por hacer de nosotros los profesionales que somos hoy en día, por enseñarnos que las cosas pasan y lo peor que podemos hacer es quedarnos esperando a que pasen, que debemos actuar ante lo bueno o malo que vaya ocurriendo y que con una actitud positiva las cosas se llevan mejor.

A nuestro padres por todos los sacrificios hechos durante nuestro paso por la universidad, por celebrar nuestro logros y levantarnos el animo en nuestras caídas y darnos fuerza e impulso para seguir adelante sin perder la confianza en nosotros.

Gracias a estos 21 años de amistad que nos permitieron tolerarnos durante toda la carrera e igualmente apoyarnos siempre en los momentos difíciles, momento cruciales y de stress, pero también en los momentos de alegría, celebración y risas que se viven a lo largo de la carrera.

Por otro lado, quisiéramos agradecer a la profesora Loretta Moccia por hacernos ver que sí se podía y que a pesar de todo, todavía existen profesores en la escuela dispuestos a apoyarte y prestar su apoyo incondicional a los alumnos.

Y por supuesto a nuestro tutor Iván Acosta y a nuestro consejero Héctor Acosta por ayudarnos, entendernos y tenernos paciencia en los momentos difíciles. Por confiar en nuestro proyecto y nuestras capacidades. Por no tomar esto como un favor que nos hacían, sino por llegar a involucrarse con nosotros en el alcance de los objetivos planteados y de la meta final, la presentación de nuestro proyecto de tesis. Porque finalmente, después de tanto tropiezos pudimos encontrar en ellos la tutoría y dedicación que se requiere para emprender y desarrollar un trabajo de grado.

Seyery Fariña y Domingo Perez

RESUMEN

En la actualidad, en las empresas no basta con sólo darle a los empleados una remuneración directa, si no también es importante tratar de tener un plan de beneficios que satisfaga de la manera más eficaz las necesidades de los empleados. Esta es una de las maneras como las empresas pueden destacar hoy en día y ser más competitivas en el mercado. Este tipo de planes de beneficios hacen que los empleados estén más comprometidos con la empresa y sientan que no solo la organización es un medio para conseguir dinero sino que también forma parte de sus vidas de forma positiva. De esta manera surge el interés de realizar el siguiente trabajo de investigación de carácter descriptivo, con el objetivo de crear un modelo para analizar el grado de satisfacción con respecto al plan de beneficios que nos permita descubrir si los empleados de una empresa, ubicada en el área Metropolitana de Caracas, dedicada a la producción y distribución de snacks, se encuentran satisfechos con el mismo. Para ello se diseñó un Modelo y instrumento siguiendo el concepto de escala de Likert, que fue aplicado a una muestra aleatoria de empleados que trabajan en la sede del área Metropolitana de Caracas. La utilidad de este trabajo de investigación, radica en que mediante la creación del instrumento se puedan llevar a cabo estudios del mismo tipo en otras organizaciones, otro aspecto relevante es que le permitirá a la empresa, en donde va a ser realizado el estudio, determinar si el actual plan de beneficios está satisfaciendo las expectativas de los trabajadores, esto se llevará a cabo utilizando técnicas de investigación y teorías relacionadas al tema que permitan la comprensión y el logro de los objetivos planteados. Partiendo de esto, la organización tendrá un panorama más claro de lo que sucede y como se encuentra su Recursos Humano y podrá plantearse, entonces, las modificaciones pertinentes, de ser necesarias, para obtener un óptimo nivel de satisfacción de los empleados con respecto al plan de beneficios.

Palabras claves: beneficios, satisfacción

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
CAPITULO II OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1. Objetivo General.....	13
2. Objetivos Específicos:	13
CAPITULO III MARCO TEÓRICO	14
1. Compensación.....	14
1.1 Definición de Compensación Total	14
1.2 Componentes de la compensación total.....	15
1.3 Importancia de la compensación	18
2. Beneficios	19
2.1 Definición	19
2.2 Ventajas de los Planes de Beneficios	21
2.3 Clasificación de los Beneficios.....	22
2.4 Balance vida trabajo.	27
2.5 Constructo de un sistema de beneficios.....	29
2.6 Modelo Teórico de Margaret Williams 1995.	30
3. Teoría De Las Necesidades.....	31
3.1 Teoría de la jerarquía de las necesidades.....	31
3.2 Teoría de los dos factores	32
4. Satisfacción Laboral.....	32
4.1 Satisfacción con respecto al plan de beneficios.....	34
5. Modelo Planteado para el Estudio	35
CAPITULO IV MARCO METODOLÓGICO	38
1. Diseño de investigación.....	38
3. Unidad de análisis y población.....	39
4. Variable: Satisfacción con respecto al Plan de Beneficios.....	40
5. Instrumento de recolección de datos, procesamiento y análisis de los datos.	41
6. Factibilidad	46
7. Consideraciones éticas.....	46
CAPÍTULO V PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	47

1. Características de la muestra	47
2. Análisis de Resultados.....	51
3. Discusión	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
LISTADO DE REFERENCIAS	62
ANEXOS.....	66
Anexo A: Instrumento de Recolección de Datos.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de Recompensa Total de World at Work (2011).....	15
Figura 2. Modelo de Compensación Indirecta de Dolan, Schuler y Valle (1999)	23
Figura 3. Tipos de Servicios y Beneficios Sociales por sus objetivos.	26
Figura 4. Tipos de Beneficios Sociales y Necesidades Humanas por Satisfacer.	27
Figura 5. Modelo Propuesto por el estudio de Nivel de satisfacción de beneficios	35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de la variable	40
Tabla 2. Alfa de Cronbach.....	43
Tabla 3. KMO and Bartlett's Test	44
Tabla 4. Total Varianza Explicada	45
Tabla 5. Edad de la Muestra	48
Tabla 6. Estadísticos Descriptivos de la Edad de la Muestra	49
Tabla 7. Estadísticos Descriptivos del Género de la Muestra	50
Tabla 8. Estadísticos descriptivos del Nivel de Cargo de la Muestra.....	51
Tabla 9. Resumen de Beneficios	52
Tabla 10. Resumen de las Dimensiones	55
Tabla 11. R Cuadrado Ajustado	56
Tabla 12. Anovab	56
Tabla 13. Coefficients.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Scree Plot del Coeficiente de Varianza	45
Gráfico 2. Histograma que muestra la distribución de la edad de la unidad de análisis	48
Gráfico 3. Histograma que muestra la distribución de la antigüedad de la unidad de análisis	49
Gráfico 4. Gráfico que muestra el Porcentaje de sujetos por Género.....	50
Gráfico 5. Porcentaje de Sujetos por Nivel de Cargo.....	51

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día, uno de los grandes retos de las empresas consiste en retener al personal y lograr desarrollar en él un alto grado de compromiso con la organización y un desempeño sobresaliente en su rol. Uno de los aspectos que determinan esto es brindarles a los empleados un buen sistema de beneficios. Según como expone Savoldi (2011), director de Capital Humano de la empresa Mercer Chile y Bolivia, en la actualidad, un buen sueldo no es suficiente porque los ejecutivos, y en general todos los trabajadores, esperan mucho más de sus jefes y de las empresas. Es importante que las organizaciones desarrollen programas que permitan balancear el trabajo con la vida personal, como un factor clave para la retención del talento.

A través de muchos estudios realizados en el área de Relaciones Industriales, tales como las investigaciones de World At Work (2011), referidos a la compensación total, se ha demostrado que para afianzar el compromiso del empleado a la empresa, es necesario que éste se encuentre satisfecho en su trabajo y “es importante destacar que lo que complace a un empleado en su puesto dependerá de las condiciones externas a él y de sus necesidades, sus valores y rasgos personales” (Zariñana & Vasconcelos, 2010). Sin embargo, hay que ser conscientes de la diversidad de necesidades que pueden existir entre los trabajadores de una empresa, es decir, “los empleados presentan diferentes necesidades de prestaciones o servicios que dependen de su edad, de la presencia de los hijos o ancianos en la familia, del nivel económico y de las expectativas de carrera o laborales” (Morales & Velandia, 1999, p.322).

Estas necesidades particulares, aunadas a la necesidad de la empresa de retener al personal hace necesaria la creación de un atractivo paquete de compensación que satisfaga el mayor número de necesidades particulares, o al menos las más importantes y que además sean innovadores y diferentes a los que pueda obtener el trabajador en cualquier

otra empresa; esto permite mantener e incrementar la satisfacción, el compromiso y la productividad de los empleados, que ayuda a conseguir los resultados y objetivos del negocio. (World at Work, 2011).

Durante conversaciones mantenidas con el Gerente de Recursos Humanos, de una importante empresa de alimentos, nos planteó su inquietud por diseñar un nuevo plan de beneficios o modificar el ya existente, sin embargo, previo a esto, consideramos que es necesario comprobar si el actual plan de beneficios satisface las necesidades de los empleados para determinar si es o no necesario su modificación o rediseño. La importancia de este trabajo radica en que no se ha realizado anteriormente, en la empresa de alimentos, la cual será nuestro objeto de estudio, una investigación respecto a la satisfacción de los empleados acerca de los beneficios que ofrece la empresa y adicional a esto, tampoco se encontraron en Venezuela estudios que se enfocaran en la satisfacción respecto al plan de beneficios recibido por los empleados.

Es importante destacar que, al momento de evaluar la satisfacción de un plan de beneficios, no sólo es importante tomar en cuenta la satisfacción de los empleados con los beneficios brindados, sino la forma en la cual estos son administrados, ya que, puede presentar satisfacción con el beneficio, mas no con la manera en la que son dados. Para esto se diseñó un modelo y se aplicó un instrumento para el análisis de la satisfacción con respecto al plan de beneficios actual de la empresa.

Según Hagan (1997) las compañías gastan millones de dólares en los planes de beneficios diseñados para atraer y retener a los mejores empleados. Para maximizar el retorno de esta inversión y alcanzar los objetivos estratégicos de recursos humanos, los planes de beneficios son tratados cada vez mas como un producto, en el cual los gerentes de recursos humanos trabajan como vendedores de producto, para mejorar la percepción del valor de los beneficios a través del diseño, comunicación y entrega de estos.

La importancia de tener un plan de beneficios satisfactorio radica en que, tal y como exponen Ash & Bendapudi, 1996; Chritoph, 1996; Flannery, Hofrichter, & platten 1996; Hart y Carraher, 1995; Iles, Mabey; & Robertson, 1990; Lawler, 1990; Stedham, 1989; Weathintong y Tetric, 2000. Citado por Weathington & Jones (2006), los beneficios, tienen el potencial de influir, no sólo en la atracción de nuevos empleados a la

organización, sino también en la satisfacción, motivación, desempeño, compromiso, asistencia y retención de los trabajadores. Sostienen también, que aparentemente los beneficios no afectan directamente el comportamiento de los empleados, sino indirectamente, a través de actitudes individuales y percepciones acerca de la organización.

Asimismo, otro estudio que destaca la importancia los beneficios tanto para los empleados como para los empleadores es el realizado por MetLife (2013), el Estudio Anual de las Tendencias de Beneficios para Empleados 2013 realizado en EEUU y en donde se entrevistaron a 1.503 directivos y 1.422 empleados, arroja evidencias de que fomentar la estrategia de focalizarse en los beneficios para los empleados es clave para conseguir los objetivos empresariales. Este, indica también que los trabajadores que están satisfechos con los beneficios obtenidos, son cinco veces menos propensos a preocuparse por temas financieros y de salud y como resultado de ello, pueden ser más productivos en su trabajo.

La satisfacción del empleado permite evitar la presencia de actitudes como “robos, agresión, retrasos, olvidos, aburrimiento, ausentismo o baja productividad, pueden presentarse por la insatisfacción del empleado, sentimiento producido cuando el trabajador siente que las recompensas recibidas por su trabajo no corresponden con su esfuerzo realizado”. (Zariñana & Vasconcelos, 2010, p. 294)

Por otra parte, para que un plan de beneficios logre ejercer el impacto que se desea en los trabajadores de una organización es importante tener en cuenta, no solo los beneficios que se brindan, sino la forma en la que se brindan estos beneficios (Sinclair, Leo, & Wirght, 2005). Sobre este punto, Miceli y Lane, (1991), hicieron una distinción entre la satisfacción con el nivel de beneficios y la satisfacción con el sistema de beneficios. Entendiendo a la “satisfacción con el nivel de beneficios” como las percepciones de calidad y cantidad de la cobertura de los beneficios y “la satisfacción con el sistema de beneficios” como, cuán bien el sistema por medio del cual los beneficios son administrados genera una reacción favorable en el empleado. (Miceli y Lane 1991, citado por Sinclair et al, 2005).

Los sistemas mejor administrados deben aumentar el conocimiento de los empleados sobre sus beneficios dando lugar a más ventajas para la organización.

Finalmente, cuando los empleados no tienen necesidad personal inmediata por un beneficio pueden sopesar las cualidades del sistema de beneficios en mayor medida en la evaluación de su paquete de compensación. (Tremblay, Sire y Balkin, 2000. Citado por Sinclair et al, 2005)

La calidad del sistema de administración de beneficios, tiene varias posibles influencias en la habilidad de la organización para maximizar el valor psicológico de sus beneficios, por ejemplo, los sistemas manejados efectivamente, ayudan a la organización a alcanzar el valor máximo de sus programas de beneficios haciendo que sea más fácil para los empleados el uso de estos beneficios (Miceli y Lane, 1991. Citado por Sinclair et al 2005).

Así mismo, según (Balkin & Griffeth, 1993) mientras que el dinero es el reforzador generalizado más disponible en las organizaciones para moldear el comportamiento de los empleados, los beneficios son recompensas que responden a necesidades más específicas de los mimos, tales como, seguridad y bienestar personal.

Otro aspecto importante a considerar, es que este estudio permitirá a la empresa reducir costos, ya que según plantean Sinclair et al 2005, un sistema de beneficios de baja calidad puede incrementar los costos administrativos para la compañía, y así mismo, deteriorará el uso que le den los empleados a los beneficios.

Todo esto lleva a la formulación de la siguiente pregunta: **¿Cumplen los beneficios ofrecidos actualmente por una importante empresa de alimentos ubicada en el área metropolitana de caracas, las expectativas de sus empleados, a partir del modelo diseñado y aplicado para dicho análisis?**

Sin embargo, luego de una profunda investigación sobre el tema, se encontró que en Venezuela no se ha realizado anteriormente un estudio enfocado específicamente en la satisfacción sobre los beneficios ofrecidos por los empleadores. Los estudios encontrados son principalmente realizados en Estados Unidos viéndose entonces influenciados por la cultura a la cual es dirigida la información. Por lo que lo que se considero importante, basarse en la información y modelos consultados y mencionados anteriormente, crear un

modelo que se adapte a las necesidades del presente estudio y enfocado al los trabajadores venezolanos.

Este modelo que se planteo y aplico con este estudio pretende estudiar la satisfacción de los empleados respecto al plan de beneficios recibido a través de ocho dimensiones: dependencia, conocimiento, conveniencia, eficiencia, dedicación, costo, relevancia y diferenciación.

Con el objetivo de delimitar el alcance de la investigación y por lo delicado que podría ser trabajar el tema de beneficios laborales con todos los trabajadores de la empresa, se tomaron en cuenta sólo los empleados de nivel ejecutivo que se encuentran trabajando actualmente en la sede ubicada en Caracas.

CAPITULO II

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. Objetivo General

- I. Diseñar y aplicar un modelo para el análisis de la satisfacción con respecto a un plan de beneficios de una importante empresa de alimentos del área Metropolitana de Caracas.

2. Objetivos Específicos:

- I. Determinar el grado de satisfacción de los empleados, mediante el modelo planteado, con respecto a los beneficios actualmente ofrecidos en las oficinas de una importante empresa de alimentos del área Metropolitana de Caracas.
- II. Determinar las dimensiones con mayor impacto sobre el grado de satisfacción con respecto al plan de beneficios de una importante empresa de alimentos del área Metropolitana de Caracas.
- III. Plantear acciones que pueden ser llevadas a cabo por la empresa de alimentos para aumentar la satisfacción con respecto al plan de beneficios.

CAPITULO III

MARCO TEÓRICO

1. Compensación

1.1 Definición de Compensación Total

Se entiendo por compensación total *“todas las formas de retribución financiera, servicios tangibles y beneficios que el empleado recibe como parte de una relación de empleo”* (Milkovich & Boudreau, 1994, p.5).

Tal y como exponen Márquez y Morett (2003), la compensación es un término que puede tener diferentes significados de acuerdo al país, sociedad o perspectiva que se utilice para su análisis. Este concepto dentro de una empresa puede ser visto desde dos perspectivas fundamentales, desde el punto de vista de la empresa orientado a la búsqueda de productividad y cumplimiento de planes estratégicos para su desarrollo, representando un gasto y un costo laboral. Sin embargo en la actualidad esta perspectiva a cambiado, considerando a la compensación una inversión que genera como resultado mayor productividad, alta motivación y mayor compromiso organizacional.

Por otro lado desde la situación del empleado la compensación representa su principal fuente de ingreso un reconocimiento de su trabajo. Asimismo, Chiavenato define la compensación de las personas como *“los procesos utilizados para incentivar a las personas y satisfacer sus necesidades individuales más sentidas. Incluyen recompensas, remuneración y beneficios, y servicios sociales”* (Chiavenato, 2002, p.14). Así mismo sostiene que la compensación es el intercambio entre trabajadores e institución que puede ser o no de carácter financiero. (Chiavenato, 2002).

1.2 Componentes de la compensación total

La compensación total según (Delgado, 2004) señala que es toda retribución percibida por el empleado, como contraprestación por sus servicios prestados a la empresa.

Por otro lado la World at Work (2011) define el concepto de compensación total como el retorno monetario y no monetario entregado los empleados como intercambio por su tiempo, talento, esfuerzos y resultados. Y para esto define cinco elementos que tienen que estar presentes en la compensación total los cuales ayudan a atraer, motivar y retener el talento estos factores son: la compensación, los beneficios, el desarrollo y oportunidades de carrera, el reconocimiento y desempeño y por último el balance vida trabajo. Estos cinco elementos en conjunto funcionan como las herramientas que utiliza la organización para generar planes de acción y ofertas de valor atractivas para los empleados y la organización, y que ayuden a la consecución de los objetivos. Si estos cinco elementos se utilizan de manera adecuada ayudan a mantener e incrementar la satisfacción, el compromiso y la productividad de los empleados, que ayudan a conseguir los resultados y objetivos del negocio. (World at Work, 2011).

Figura 1. Modelo de Recompensa Total de World at Work (2011).



Estos elementos tales y como los diseño World at Work (2011), están hechos para que funcionen en manera conjunta y en ningún momento separada. Para que la estrategia pueda ser considerada exitosa, los empleados tienen que ver estas recompensas como algo valioso que se han ganado con su propio esfuerzo. El modelo de World at Work (2011) funciona abarcando todas las áreas de la organización, tomando la estrategia de negocios, la cultura organizacional y la estrategia de recursos humanos. Por lo tanto para entender mejor el modelo tenemos que explicar cada uno de los elementos según World at Work (2011):

- **Compensación:** es el pago que le da el empleador al empleado por los servicios realizados. Incluye tanto pago fijo o variable que se deba al esfuerzo realizado en el trabajo.
- **Beneficios:** son programas que el empleador usa para sustituir el efectivo en la compensación de los empleados. Estos programas pueden ser tales como salud, protección del ingreso, ahorro y programas de jubilación, todos estos programas le dan seguridad a los empleados y sus familias.
- **Balance vida trabajo:** es una serie específica de prácticas, políticas y programas, y una filosofía que activamente apoya los esfuerzos para ayudar a los empleados a lograr sus objetivos no solo en el trabajo si no en la casa. En otras palabras permite al empleado el tiempo para atender no solo sus actividades del ámbito laboral si no también en su hogar.
- **Desempeño y reconocimiento:** el desempeño lo definen como el alineamiento de esfuerzo organizacional, de equipo e individual para alcanzar las metas del negocio y el éxito organizacional. Éste incluye establecer expectativas, demostraciones de habilidades, asesoría, feedback y mejoras continuas. El reconocimiento o definen como, prestar atención a las acciones de los empleados, esfuerzos, comportamientos o desempeño. Esto se basa en la necesidad intrínseca de las personas de sentir que su trabajo es apreciado y reconocido, esto puede ayudar a la estrategia de negocios si se refuerzan los comportamientos acertados. Ya sea un

reconocimiento formal o informal, se tienen que llevar a cabo el reconocimiento inmediatamente después del hecho. Los premios pueden ser dinero o no.

- **Desarrollo y oportunidades de carrera:** el desarrollo es un grupo de experiencias de aprendizaje diseñadas para mejorar las habilidades aplicadas de los empleados y las competencias. Desarrollando empleados comprometidos que van a desempeñarse mejor y líderes comprometidos con sus organización para que avancen. Las oportunidades de carrera están definidas como involucrar en el plan de los empleados los objetivos de carrera. Esto puede incluir esto puede incluir avances a una posición con mayor responsabilidades dentro de la organización. La organización apoyara las oportunidades de carrera internamente para que los empleados talentosos se puedan ubicar en posiciones que les ayuden a desempeñar todas sus capacidades y así contribuir con la organización de la mejor manera.

Tal y como expone (Urquijo & Bonilla, 2008) la compensación puede intrínseca o extrínseca que a su vez puede ser no financiera o financiera que puede ser directa o indirecta.

- **Compensación intrínseca:** esta compensación depende *“De las necesidades de los propios empleados y del trabajo que estos realizan. Algunos empleados pueden sentirse compensados solos con ejercer algún trabajo que les resulte especialmente interesante y que contribuye con su crecimiento y desarrollo personal.”* (Urquijo & Bonilla, 2008, p.27)
- **Compensación extrínseca:** *“tiene relación directa con el contenido del trabajo y el ambiente en el cual es realizado”* (Urquijo & Bonilla, 2008, p.28). Estas recompensas pueden ser divididas en no financieras y financieras:
 - **Compensación No Financiera:** se refiere al ambiente laboral en el que se desenvuelve el trabajador. Un ambiente amistoso de buenas relaciones con los compañeros y en el que se reconozcan la labor desempeñada (Urquijo & Bonilla, 2008, p.28).

- Compensación Financieras: “implican un costo o inversión de carácter financiero que se centra en atraer, mantener y motivar al personal para contribuir con los objetivos de la organización.” (Urquijo & Bonilla, 2008, p.28). Estas a su vez pueden ser:
 - ✓ Compensación Directa: costos financieros resultantes de los pagos a los empleados por el tiempo trabajado o por los resultados obtenidos. (Urquijo & Bonilla, 2008, p.28).
 - ✓ Compensación Indirecta: costos financieros generados por el otorgamiento de beneficios para los empleados. (Urquijo & Bonilla, 2008, p.28).

1.3 Importancia de la compensación

La retribución es uno de los aspectos más importantes en el ámbito laboral, tanto en recursos humanos como en la organización en general, influyendo en diferentes áreas de los recursos humanos:

Influyen en las actividades de análisis de puestos y la evaluación del rendimiento, que le aportan elementos para determinar la retribución total, reclutamiento y selección de personal, al permitir confirmar que el sueldo sea el suficiente, de forma que atraiga a las personas adecuadas, en el momento oportuno, para los puestos de trabajo pertinentes y la planificación de los recursos humanos, retener a los buenos empleados y motivar a los empleados, administrar los sueldos de conformidad con la normativa legal, facilitar el logro de los objetivos estratégicos de la organización y lograr una ventaja competitiva mediante el control de los gastos de personal. (Dolan, Schuler, & Valle, 1999, p.252).

La importancia de la compensación, radica en que “*la manera que la gente es pagada afecta la calidad de su trabajo*” (Milkovich & Newman, 1999, p.5). Es decir, que

de acuerdo a lo satisfecho o insatisfecho que el trabajador se encuentre con la remuneración obtenida por su trabajo, el trabajador será más o menos productivo.

Según, (Ortega, 2001) la compensación extra salarial va a jugar un papel importante en el mantenimiento de la competitividad de las empresas, convirtiéndose en un elemento clave en la relación de las empresas y sus empleados, con efectos directos sobre los mecanismos de atracción, retención y motivación del personal clave.

El nivel de salarios en relación a la producción es el elemento esencial, tanto en la competencia de la organización en el mercado de trabajo, como en las relaciones de la organización con su propio personal. Por lo tanto, una buena política de relaciones con los empleados, es uno de los mejores métodos para aumentar la productividad, ya que es natural que un empleado se esfuerce más cuando recibe de la organización los incentivos y la motivación adecuada (Werther Junior & Davis, 2000)

2. Beneficios

2.1 Definición

Tal y como propone (Hay Group, 1990), los beneficios sociales son elementos que pertenecen a la compensación indirecta y que tienen como objetivo asegurar la satisfacción de las necesidades básicas, seguridad, financieras y otras.

World at Work (2011) define los beneficios como programas que el empleador usa para sustituir el efectivo en la compensación de los empleados. Estos programas pueden ser tales como salud, protección del ingreso, ahorro y programas de jubilación, todos estos programas les dan seguridad a los empleados y sus familias. Y los clasifica en cuatro elementos:

- **Requeridos por ley:** son todos aquellos programas que tengan como objetivo, el del proteger el ingreso del empleado o a su familia ante

cualquier contingencia, como por ejemplo jubilación, invalidez, fallecimiento, etc. (Delgado, 2004).

- De salud y bienestar: tiene el mismo objetivo que el anterior, pero este incluye a los sistemas privados, tales como HCM, seguros de vida, cajas de ahorro, seguros dentales, planes de seguridad mental.
- Pagos por tiempo no trabajado: estos son todos aquellos en los cuales el empleado reciba algún tipo de remuneración sin ir a prestar servicios. Delgado (2004) los define como todas aquellas prestaciones asumidas por la empresa por el tiempo no trabajado por el profesional, tales como las vacaciones, día libre por enfermedad (puede por enfermedad propia o de un familiar).
- Jubilación o por Retiro: son todos aquellos que benefician al empleado una vez allá cumplido con un tiempo determinado en la organización y este elegible para jubilarse, son por ejemplo profit sharing plan, planes de bonos, planes definidos de beneficios.

Chiavenato define los beneficios sociales como *“aquellas facilidades, comodidades, ventajas y servicios que las empresas ofrecen a sus empleados para ahorrarle esfuerzos y preocupaciones”* (Chiavenato, 2002, p.459).

Por otro lado, Castillo Aponte opina que los beneficios laborales *“constituyen un complemento de la remuneración económica y son ofrecidos para mejorar la calidad de vida de los trabajadores, promoviendo su desarrollo integral”*. (Castillo Aponte, 2006, p.243)

Por lo anteriormente expuesto podemos decir que los beneficios son un complemento del salario, una compensación que se da a los trabajadores con la finalidad de incentivarlos y lograr un sentimiento de pertenencia con la empresa, más allá del esfuerzo y desempeño en su puesto de trabajo.

2.2 Ventajas de los Planes de Beneficios

Al tratarse de mantener satisfecho al trabajador, estos programas son de suma importancia ya que a través de un buen plan de beneficios adecuado a las necesidades de los empleados se

“Eleva la moral de los empleado, reduce la rotación y el ausentismo, eleva la lealtad del empleado hacia la empresa, aumenta el bienestar del empleado, facilita el reclutamiento y la retención del personal, aumenta la productividad y disminuya el costo unitario del trabajo, demuestra las directrices y los propósitos de la empresa hacia los empleados, reduce molestias y quejas, promueve las relaciones publicas con la comunidad” (Chiavenato, 2000, p.470).

Por otro lado, para el trabajador estos planes son percibidos como una forma de aligerar las cargas y de afianzar su seguridad física y económica ya que, si bien no se trata de una compensación monetaria directa, indirectamente el trabajador percibe beneficios que le permiten enfrentar adversidades que se le presentes ya que

“Ofrecen ventajas no disponibles en dinero, asistencia para la solución de problemas personales, ofrecen medios para mejorar las relaciones sociales entre los empleados, reducen los sentimientos de inseguridad, ofrecen oportunidades adicionales de asegurar status social, ofrece compensación extra, mejora las relaciones con la empresa, reduce las causas de insatisfacción, contribuye al desarrollo personal y al bienestar individual” (Chiavenato, 2000, p.353)

A pesar de la ventaja que se perciben tanto desde la situación de la empresa como desde la situación del empleado, no hay que olvidar que, tal y como expone (Chiavenato, Gestión del Talento Humano, 2002), la aplicación de estos planes puede generar costos excesivamente elevados, así como la perdida de efecto esperado cuando estos se conviertan

en un hábito, abriéndose también, nuevas fuentes de quejas y reclamos y acusaciones de paternalismo.

2.3 Clasificación de los Beneficios

Se han dado muchas clasificaciones de los beneficios, tales como las hechas por Dolan, Schuler, & Valle (1999), Chiavenato (2000), Arias (2006), entre otros. Sin embargo, explicaremos aquí las clasificaciones de los autores que más se adapten a la investigación y al tipo de empresa y de trabajadores que serán objeto de estudio para esta investigación.

a) Según Dolan, Schuler y Valle (1999)

La compensación indirecta para Dolan, Schuler y Valle (1999) es aquella que tiene como finalidad gratificar a los empleados por formar parte de la organización, más allá de la dificultad o desempeño propio del cargo que ocupe. Su clasificación de Beneficios es la siguiente:

- **Programas de Protección Públicos y Privados:** se refiere a los programas establecidos en la legislación laboral, tales como, beneficios de retiro, beneficios de seguro, beneficios de suplemento por desempleo; que permiten garantizar al trabajador un mínimo de protección. Por otro lado, los beneficios de protección privados son ofrecidos debido a deficiencias en los servicios de salud pública o lo costoso que resulta para un trabajador cotizar dicho servicio. Nos referimos a los siguientes beneficios.
- **Sueldo correspondiente a tiempo no trabajado:** hace referencia a los pagos realizados a un trabajador mientras éste efectúa sus actividades laborales y alguno de estos beneficios puede ser disfrutado según su conveniencia. Estos beneficios están constituidos por dos tipos de beneficios:

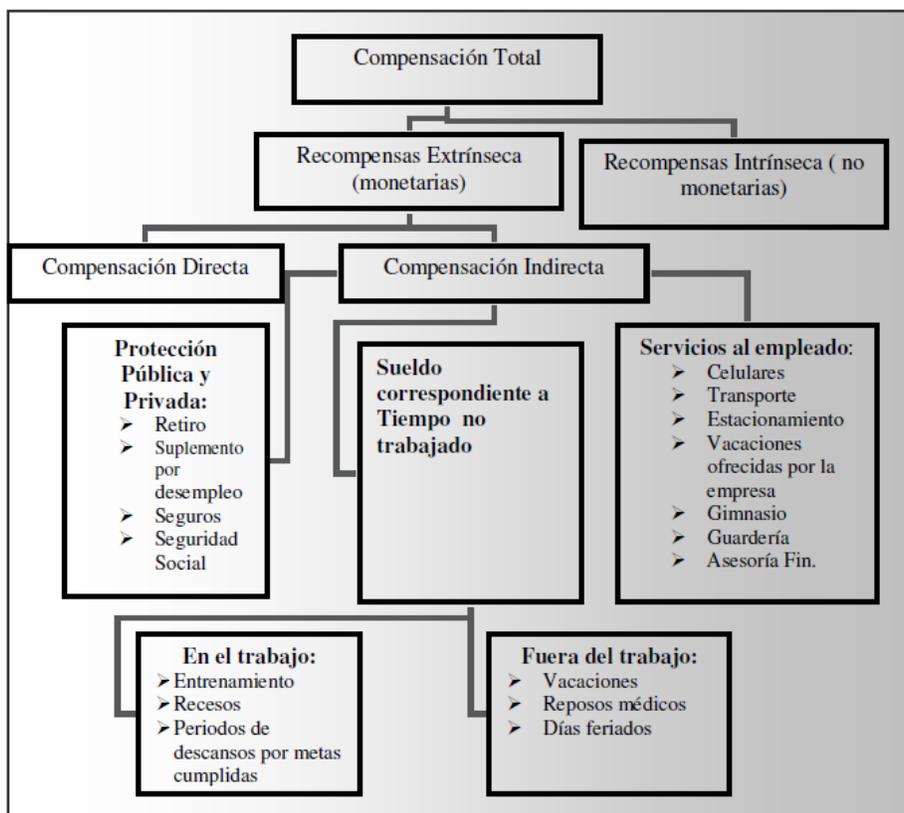
En el Trabajo:

- Entretenimiento
- Recesos
- Períodos de descanso por metas cumplidas

Fuera del Trabajo:

- Vacaciones
 - Reposo
 - Días Feriados
- Servicios para los empleados y retribuciones en especie: tienen la finalidad de mejorar la calidad de vida personal o de trabajo de empleado, incluyendo aquellos elementos que representan un símbolo de estatus ya que están dirigidos solo a la alta gerencia y al alto nivel ejecutivo. Estos Beneficios son:
 - Celulares
 - Transporte o vehículo con o sin chofer
 - Estacionamiento
 - Gimnasio
 - Asesoría Financiera
 - Guardería

Figura 2. Modelo de Compensación Indirecta de Dolan, Schuler y Valle (1999)



Fuente: elaborado por Márquez y Morett con motivo de Trabajo de Grado a partir de Dolan, S., & Schuler, R., et al. (1999). La gestión de los Recursos Humanos. España: McGraw- Hill; capítulo10 y 11.

b) Según Chiavenato (2000)

“Un programa de beneficios implica fijar objetivos y criterios. Los objetivos se refieren a las expectativas de la organización, a corto y largo plazo, con relación a los resultados del programa según los criterios que pesan en la ponderación del programa”. (Chiavenato, Administración de Recursos Humanos, 2000, p.470).

Chiavenato (2000) destaca que los beneficios están dirigidos al trabajador y que los beneficios sociales, servicios y programas están destinados a brindarle seguridad al empleado en tres aspectos de su vida; El ejercicio del cargo, es decir, bonificaciones, seguro de vida, premios por producción, entre otros; Fuera del cargo, pero dentro de la empresa, como por ejemplo, descanso, refrigerio, transporte, entre otros; y Fuera de la empresa, en la comunidad; como, recreación, actividades comunitarias, entre otras.

Estos beneficios pueden ser financiados por la empresa de forma total o parcial y constituyen elementos indispensables para mantener un nivel satisfactorio de moral y producción de la fuerza laboral.

Los programas de beneficios sociales son clasificados de la siguiente manera:

De acuerdo a sus exigencias:

- Beneficios Legales: aquellos estipulados en la legislación laboral. Algunos de estos beneficios son pagados por la empresa y otros corren por cuenta de las entidades de seguridad social.
- Beneficios Voluntarios: Son aquellos que concede la empresa por voluntad propia ya que no son exigidos ni por la ley ni por la negociación colectiva con el sindicato.

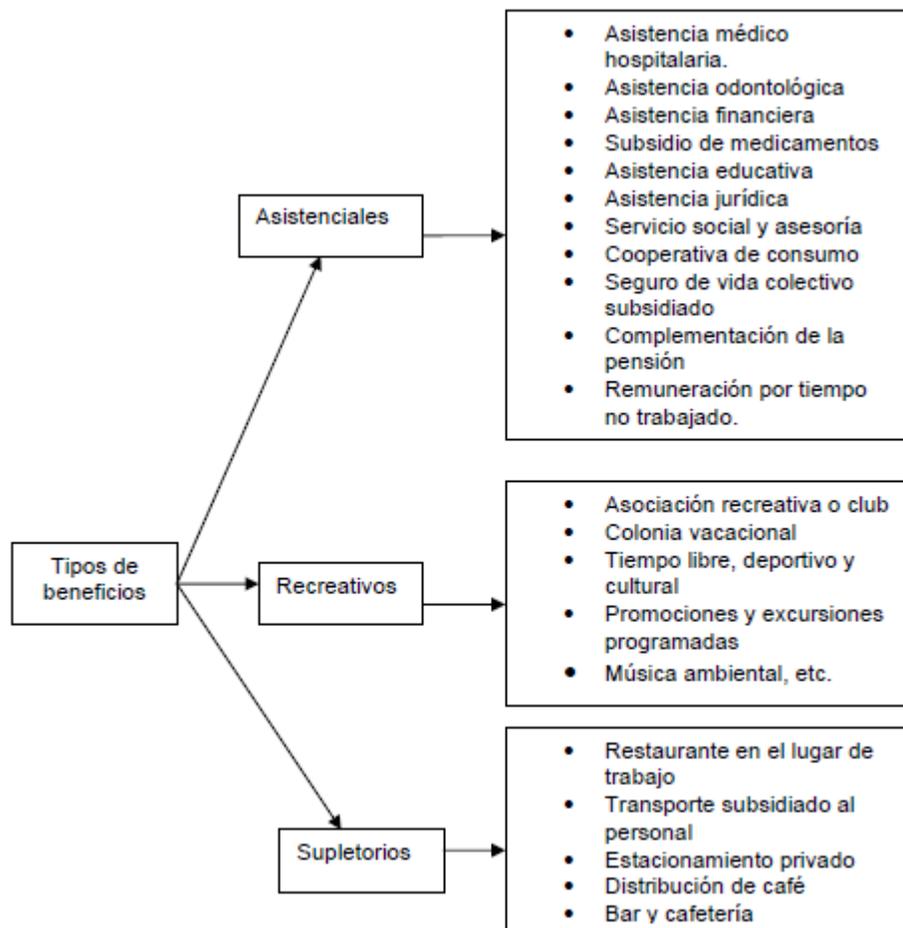
De acuerdo a su naturaleza:

- Beneficios Monetarios: son pagados en efectivo a través de la nomina y generan obligaciones sociales.
- Beneficios No monetarios: se brindan en forma de ventajas, servicio o comodidades para el trabajador.

De acuerdo a los objetivos:

- Programas asistenciales: los cuales mejoran la calidad de vida del trabajador y de los suyos. Tienen como finalidad brindar al trabajador y núcleo familiar algunas condiciones de seguridad y previsión en casos de emergencia.
- Programas recreativos: Los cuales integran al trabajador a la comunidad y a la sociedad. Tiene la finalidad de brindarle condiciones de descanso, recreación u ocio constructivo.
- Programas Supletorios: Los cuales el trabajador percibe por el simple hecho de pertenecer a la empresa. Tiene la finalidad de brindar al trabajador algunas facilidades para mejorar su calidad de vida. Tales como, transporte, estacionamiento privado, comedor en el lugar de trabajo.

Figura 3. Tipos de Servicios y Beneficios Sociales por sus objetivos.

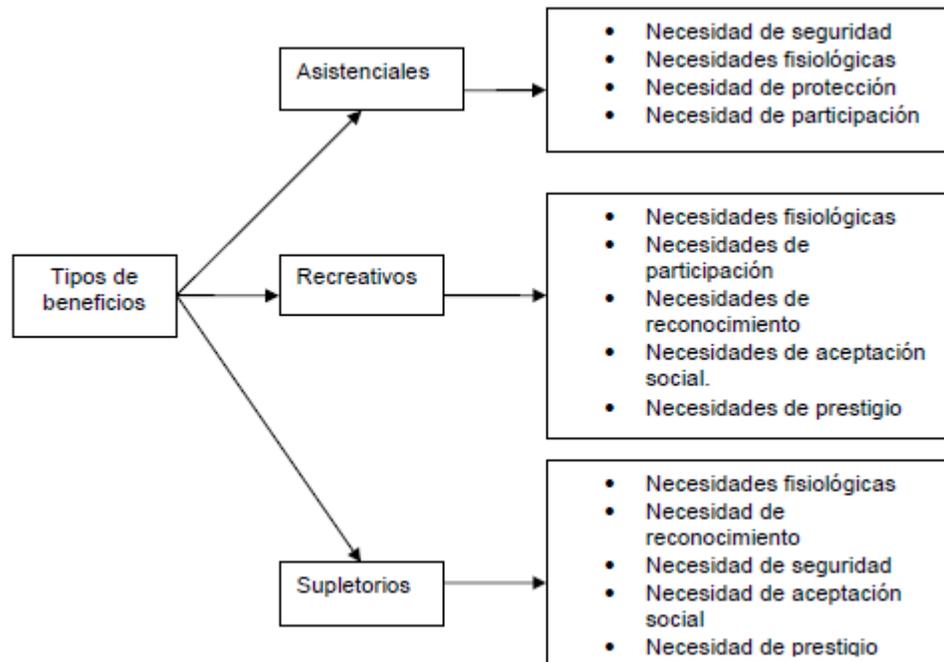


Fuente: CHIAVENATO, Idalberto. (2000) Administración de recursos Humanos.

En la Figura 3 podemos apreciar más fácilmente los beneficios sociales que pueden ser aplicados en una empresa y que cubren las necesidades básicas de los trabajadores, las cuales son las necesidades fisiológicas, de seguridad, protección y participación.

A continuación, en la Figura 4 se observa con mayor claridad, cuales son la necesidades que quedan cubiertas con la planificación de cada uno de los beneficios de acuerdo a los objetivos.

Figura 4. Tipos de Beneficios Sociales y Necesidades Humanas por Satisfacer.



Fuente: Chiavenato, Idalberto. (2000) Administración de recursos Humanos.

c) Según Arias Galicia (2006)

Arias, plantea una clasificación de las prestaciones de la siguiente manera:

- Prestaciones Otorgadas por la Organización: estas prestaciones se encuentran sujetas a las normas de la empresa y se refieren a beneficios como préstamos personales, caja de ahorro, pago de la educación para los hijos de los trabajadores, dote matrimonial, ayuda por el nacimiento de un hijo, pensiones, seguro de vida, entre otros.
- Prestaciones Financieras Indirectas: tales como, disfrute de vacaciones en casos especiales, servicio de comedor, facilidad de horario para estudiar, actividades sociales diversas, seguro de automóvil, entre otros.

2.4 Balance vida trabajo.

Aunque la World at Work no considere estos planes parte de los beneficios, la empresa a estudiar si considera estos como parte de sus paquetes de beneficios, por lo tanto para los fines de este estudio les daremos el mismo trato que a los beneficios. Estos los

define World at Work (2011) como una serie específica de prácticas, políticas y programas, y una filosofía que activamente apoya los esfuerzos para ayudar a los empleados a lograr sus objetivos no solo en el trabajo si no en la casa. En otras palabras permite al empleado el tiempo para atender no solo sus actividades del ámbito laboral si no también en su hogar. Y World at Work (2011) los clasifica y define en las siguientes categorías:

- Creando un espacio de trabajo flexible: son una variedad de opciones flexibles de trabajo que permiten un mayor control sobre dónde, cómo y cuando se hace el trabajo. Por ejemplo flex-time, trabajar desde casa, trabajo de medio tiempo, entre otros.
- El uso creativo del pago por tiempo afuera: tiempo personal afuera del trabajo para pasarlo con la familia, amigos o con uno mismo. Dependiendo del país y las reglas gubernamentales, se podrá dar un tiempo determinado para esto y estará definido o no si ese tiempo se paga. Por ejemplo: maternidad.
- Salud y bienestar: estas iniciativas se enfocan en reducir el absentismo y mejorar la productividad, mediante el apoyo de estilos de vida saludables para los empleados y sus familias. Por ejemplo: descuentos en gimnasios, masajes en el lugar de trabajo, consejería nutricional, entre otros.
- Responsabilidad con la comunidad: es la forma en cómo las organización se involucra con la comunidad interna y externa, a través de donaciones monetarias, programas de voluntariado y asociaciones.
- Cuidado de dependientes: son programas que van dirigido no solo a los hijos de los trabajadores si no también a los padres o familiares mayores. Tales como programas de plan vacacional, reembolso con respecto a los gastos de cuidado de personas mayores, entre otros.
- Soporte Financiero: la principal preocupación de estos planes es ganar la aprobación, ayudar a implementar, beneficios financieros voluntarios así como

también brindando recursos y referencias que ayuden a los empleados a manejar sus responsabilidades financieras.

- **Iniciativas de cambio cultural:** la cultura organizacional consiste en las actitudes colectivas y el comportamiento de los individuos dentro de la organización. Cambiar la cultura es algo retador ya que significa cambiar estas actitudes y comportamientos a través de cambiar las creencias y valores detrás de estos. Algunos ejemplos son: políticas de inclusión y diversidad, iniciativas sobre el ambiente de trabajo, rediseño del trabajo, y promover la efectividad en equipo.

2.5 Constructo de un sistema de beneficios.

Según (Sinclair, Leo, & Wirght, 2005) definen que un constructo se divide en dos temas principales la eficiencia del sistema de beneficios y la efectividad del sistema de beneficios.

- **La Eficiencia del sistema de beneficios:**

Esta comprendida en dos aspectos, el primero, la calidad de la comunicación de beneficios, la cual refiere a las percepciones de los empleados de la información que le es brindada por la organización acerca de los programas de beneficios. La comunicación efectiva es crítica para que los empleados entiendan plenamente y utilicen sus paquetes de beneficios, esto es fundamental para tener un sistema de beneficios de calidad. Para que exista una comunicación de calidad en el sistema de beneficios que deben existir tres indicadores, uno, la información de beneficios debe ser precisa (Sinclair, Leo, & Wirght, 2005). Dos, la información debe ser clara y comprensible. Y tres la información debe llegar en momento oportuno. El segundo aspecto que definen Sinclair et al (2005) para la eficiencia del sistema de beneficios es, la calidad del sistema de beneficios, que la definen como la percepción de los empleados con respecto al uso de sus beneficios y al igual que la calidad de la comunicación de beneficios tiene que ser preciso, sencillo, y rápido y oportuno. Ya que si un sistema de beneficios que sea difícil de utilizar o complicado a la hora de presentar una queja, va a reducir el valor de ese beneficio y a quitarle el valor a la

empresa que tiene con respecto a ese beneficio, y los empleados van a percibir que el sistema es incapaz de darle respuesta a sus necesidades. (Sinclair et al 2005).

- **La Efectividad del sistema de beneficios:**

Desde una perspectiva de retención, el principal objetivo de un sistema de beneficios, es el de proveer a los empleados con beneficios lo suficientemente valiosos como para hacer que el empleado se mantenga con la compañía (Sinclair et al 2005). La efectividad de un sistema de beneficio se divide en dos aspectos: el primero, la participación de los empleados, la cual se refiere al grado en el cual los empleados tienen una opinión o participación en el diseño y la administración del sistema de beneficios. Los empleados que participan en el diseño de sus programas de beneficios, tienden a estar más familiarizados con la cobertura de los beneficios, van a encontrar más fácil de usarlos, y van a ser capaces de utilizar sus programas de beneficios a su medida. El segundo lugar, la importancia de los beneficios, esto se refiere al valor psicológico que el empleado coloca en sus beneficios (Sinclair, Leo, & Wirght, 2005).

2.6 Modelo Teórico de Margaret Williams 1995.

Este modelo se basa en la discrepancia de dos constructos que son: percepción de la cantidad de beneficios que debería ser recibido y la percepción de beneficios recibidos. Por lo tanto, si la percepción de la cantidad de beneficios que deberían ser recibidos es igual o menor a la cantidad percibida de beneficios recibidos entonces la satisfacción esperada va ser más alta que si la percepción de la cantidad de beneficios que deberían ser recibidos es mayor que la de percibidos recibidos (Williams, 1995).

Los beneficios que deberían ser recibidos están comprendidos por: insumos laborales percibidos, factores personales, cantidad contribuida por los empleados para los beneficios y cantidad percibida de beneficios recibidos. La categoría de diferenciación de beneficios esta mostrada como un moderador de las relaciones entre los insumos laborales percibidos y la percepción del tipo y nivel de os beneficios que deberían ser recibidos (Williams, 1995).

En relación, a la percepción de los beneficios recibidos los principales indicadores son: la cantidad contribuida para los beneficios por parte de los empleados y los reportes de los empleadores de los tipos y niveles de beneficios dados actualmente (Williams, 1995).

En base a esto, define la satisfacción del nivel de beneficio como la discrepancia entre la cantidad percibida de beneficios que deberían ser percibidos y la cantidad percibida de beneficios recibidos. Las demás variables independiente muestran tener efecto en el nivel de satisfacción de los beneficios indirectamente a través de la discrepancia entre estas dos variables (Williams, 1995).

3. Teoría De Las Necesidades

3.1 Teoría de la jerarquía de las necesidades

De acuerdo con lo propuesto por Abraham Maslow (1954), quien jerarquiza las necesidades humanas de abajo hacia arriba, las necesidades deben ser cubiertas desde la base de la pirámide hasta la punta o lo más alto de ella. El orden que propone de las necesidades humanas es el siguiente:

- Necesidades Fisiológicas: son las necesidades más básicas del ser humanos. Tales como sed, hambre, sueño. Son las primeras necesidades que el hombre debe buscar satisfacer.

- Necesidades de Seguridad: pueden ser satisfechas una vez que las fisiológicas sean satisfechas. Estas necesidades se refieren a la seguridad física, tener un refugio, empleo, seguridad moral, familia, es decir, asegurarse de tener los medios para proteger el cumplimiento o alcance de las necesidades futuras.

- Necesidades de Afiliación: son aquellas necesidades de recreación y afectivas que tiene el ser humano. Estas necesidades son cumplidas en conjunto con otras personas. Por ejemplo, deporte, amistad, amor, entre otras.

- Necesidades de Estima o Reconocimiento: es la necesidad de las personas de sentirse reconocidas y valorados por el mismo y por los demás, esto repercute en la autoestima y el complejo de inferioridad, confianza, el respeto.

- Necesidades de Autorrealización: esta necesidad está ubicada en la punta de la pirámide y solo se puede satisfacer una vez que las necesidades anteriores se encuentre cubiertas. Cuando esta necesidad se encuentra satisfecha, el individuo se siente en plenitud.

3.2 Teoría de los dos factores

Herzberg (1959) propone una teoría diferente basándose en la teoría de la jerarquización de necesidades de Maslow. Esta teoría expone que existen dos tipos de factores; extrínsecos o higiénicos y factores intrínsecos.

- Factores Extrínsecas: se refiere a todos los factores del ambiente que rodean al individuo, es decir, todos aquellos factores que el individuo no puede controlar. En el trabajo son reflejados en el salario, reglamento interno de la empresa, área de trabajo, beneficios sociales.

- Factores Intrínsecos: son factores que controla en individuo y son necesidades personales como la autorrealización, obtención de logros, reconocimiento profesional. Este factor no será relevante en nuestro trabajado debía a que se estudiara la satisfacción de individuo respecto al plan de beneficios que recibe, siendo este, “el plan de beneficios” un factor extrínseco.

4. Satisfacción Laboral

La Satisfacción en el trabajo se puede definir como la actitud de un empleado frente a su trabajo y viene siendo una suma complicada de un número de elementos del trabajo basada en las creencias y valores del trabajador. Tal y como definen Sánchez, López y Velázquez (2007), podemos considerar la satisfacción como el resultado de una combinación de circunstancias ambientales, psicológicas y fisiológicas que causan que el individuo considere que se encuentra satisfecho con su trabajo.

También puede ser definida como los sentimientos que las personas tienen respecto a su trabajo y diferentes aspectos de su trabajo. Es el grado en que a una persona le gusta o disgusta su trabajo (Spector, 1997). Y para completar esta definición, algunos autores sostienen que la satisfacción tiene un componente afectivo y otro cognitivo, tal y como sostiene Brief y Weiss (2002) al igual que Davis y Newstrom (1991), que definen la satisfacción laboral como “un conjunto de sentimientos favorables y desfavorables mediante los cuales los empleados perciben su trabajo” (Zariñana & Vasconcelos, 2010)

Dicho esto, según Davis y Newstrom (1999) los principales elementos de la satisfacción laboral son:

- Un trabajo intelectualmente estimulante
- Recompensas Equitativas
- Condiciones favorables de trabajo
- Colegas cooperadores

Sin embargo, Spector (1997), plantea teoría más completa respecto a los componentes o dimensiones que integran la variable satisfacción laboral, las cuales son:

- Remuneración: entendido como el dinero recibida por el trabajo realizado.
- Promoción: se refiere a las oportunidades que tiene el trabajador de crecer y ascender a cargos superiores dentro de la organización.
- Supervisión: relacionado con la relación que mantiene el trabajador con su supervisor inmediato.
- Beneficios Complementarios: las retribuciones que el trabajador puede obtener, además de su salario, por pertenecer a la organización. Estas retribuciones pueden ser monetarios o no monetarios.
- Recompensas contingente: se refiere a los reconocimientos que pueda recibir por el trabajo bien hecho o por alguna colaboración especial, pueden ser reconocimiento o recompensas.

- Condiciones de funcionamiento: son las políticas, normas y procedimientos que rigen la organización.

- Compañeros de trabajo: es el tipo de relación que se mantiene con los compañeros de trabajo.

- Naturaleza del trabajo: la satisfacción que te proporciona las funciones que realizas en determinado puesto de trabajo por el simple hecho de hacerlas. Como se siente el trabajador con las tareas que realiza.

- Comunicación: el grado de comunicación que existe entre los diferentes niveles de la organización y como la información fluye entre ellos.

La satisfacción o insatisfacción de los empleados genera varias consecuencias tanto para la empresa como para el empleado. El nivel de satisfacción influye en el nivel de compromiso repercutiendo en el esfuerzo, y finalmente en el desempeño (Zariñana & Vasconcelos, 2010) de igual modo Robbins (2004) detecto que los trabajadores con bajos niveles de satisfacción tienden a ausentarse de sus puestos de trabajo de forma más recurrente. Igualmente, la satisfacción está relacionada de manera inversamente proporcional a la rotación de personal dentro de la empresa según plantea Davis y Newstrom (1991), es decir, a mayor satisfacción laboral menos índice de rotación en la organización.

Por otro lado, actitudes como robos, agresión, retrasos, olvidos, aburrimiento, ausentismo o baja productividad, pueden presentarse por la insatisfacción del empleado, sentimiento producido cuando el trabajador siente que las recompensas recibidas por su trabajo no corresponden con su esfuerzo realizado. (Zariñana & Vasconcelos, 2010).

4.1 Satisfacción con respecto al plan de beneficios

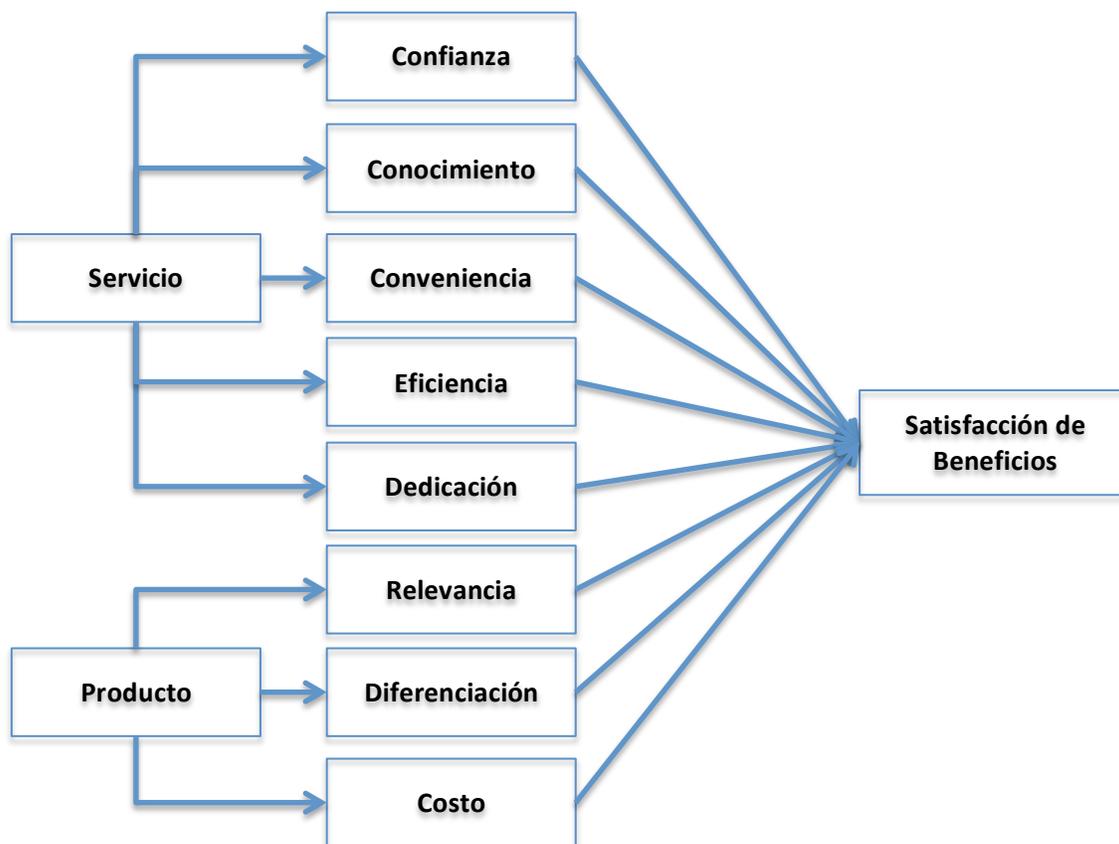
Según (Kotler, 2001) es la sensación de placer o decepción que tiene el empleado al comparar el desempeño de su plan de beneficios, con sus expectativas. En otras palabras es la actitud del empleado frente a los beneficios que recibe, que viene siendo una suma de elementos entre el producto recibido y el servicio.

5. Modelo Planteado para el Estudio

A continuación, basándonos en todo el planteamiento teórico expuesto anteriormente, se muestra el modelo que se pretende aplicar en este estudio, adaptado a los objetivos de la investigación y a la cultura en la que se desarrollara.

Se propone ver a “El Plan de Beneficios” como un producto y a “Los Empleados” como los clientes y consumidores del producto. Por lo que la percepción de satisfacción respecto al producto se enfocara desde 8 dimensiones; 3 de estas dimensiones, referentes a lo que es el producto (Costo, Relevancia y Diferenciación) y las 5 dimensiones restantes, están enfocadas a el servició que se brinda a los empleados por parte del área encargada de administrar el plan de beneficios, las cuales son confianza, conocimiento, conveniencia, eficiencia y dedicación.

Figura 5. Modelo Propuesto por el estudio de Nivel de satisfacción de beneficios



Fuente: Modelo Basado en (Hagan, 1997) (Cooper, 1979) (Kotler, 2001) (Williams, 1995)

Para el desarrollo del modelo se utilizaron como referencia diversos autores los cuales presentaban diferentes enfoques con respecto a la satisfacción del plan de beneficios y de cómo deben ser atendidos los planes de beneficios para generar el mayor grado de satisfacción en los empleados. Para la selección final de las dimensiones que se utilizaron en el presente estudio, fueron a través de discusiones con el tutor, en donde se decidieron las dimensiones que se explican a continuación:

- **Confianza:** entendida como la habilidad para entregar lo que se prometió, cuando se prometió (Hagan, 1997). Es decir, que el empleado confíe en lo que le brinda su plan de beneficios y que sepa que efectivamente puede disfrutar de ellos cuando él los necesite.
- **Conocimiento:** la habilidad de responder precisamente las preguntas de los empleados y de proveerles cualquier información adicional y necesaria para que puedan realizar decisiones sabias con respecto a los beneficios. Así mismo, que todos los empleados tengan conocimiento de todos los beneficios a los que tienen acceso y las condiciones y requerimiento para acceder a ellos (Hagan, 1997).
- **Conveniencia:** Implica que el beneficio sea fácil de utilizar y de entender. (Hagan, 1997).
- **Eficiencia:** es la habilidad por parte del departamento de RRHH de atender rápidamente las peticiones o quejas de los empleados con respecto a información y el procesamiento de transacciones con respecto a los beneficios. (Hagan, 1997).
- **Dedicación:** voluntad de la empresa para asociarse con el empleado y actuar en su nombre para encontrar soluciones a sus necesidades. (Hagan, 1997).
- **Costo:** cantidad o porcentaje económico o no económico que el empleado contribuye para sus beneficios. (Williams, 1995).

- **Relevancia:** refiriéndonos a la importancia de los aspectos que atiende el servicio como son: necesidades del empleado, sensibilidad de los precios y competencia. (Cooper, 1979). Es decir, si el beneficio es relevante para el trabajador teniendo en cuenta su momento de vida actual. Por su parte (Kotler, 2001) define la relevancia como determinar las necesidades deseos e intereses de los consumidores y a su vez generar la satisfacción deseada de forma eficiente y eficaz, de forma tal que se preserve o mejore el bienestar de los empleado. En otras palabras esto quiere decir que tan conveniente es para el empleado, el beneficio que le brinda la empresa.
- **Diferenciación:** percepción de los empleados con respecto a sus beneficios actuales en comparación con los que reciben otros empleados que se encuentran en el mismo nivel o posición laboral, con el mismo nivel educativo y la misma carga de responsabilidades. (Williams, 1995).

CAPITULO IV

MARCO METODOLÓGICO

Para el desarrollo de esta investigación fue necesario establecer una estrategia metodológica, con el fin de desarrollar adecuadamente el estudio, logrando así los objetivos planteados.

1. Diseño de investigación

Una vez definido el marco conceptual por el que se va a regir la investigación, es importante determinar cuál será el diseño de la investigación para darle forma al marco metodológico y de esta manera, que los resultados que se obtenga sean lo más confiables posibles.

Para Gómez (2006) el término “diseño” significa “el plan o estrategia concebida para obtener la información que se desee” (Gómez, 2006, p.85), es decir, la manera en la que se van a recolectar los datos necesarios para dar respuesta a las preguntas planteadas y cubrir los objetivos propuestos.

La investigación no experimental es un estudio sistemático y empírico en donde las variables independientes no se manipulan debido a que ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención, y estas relaciones se observan en su contexto natural (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991)

Así mismo, los diseños de tipo no experimental se pueden clasificar en transeccional y longitudinal. Los primeros buscan recolectar datos en un solo momento; su propósito es describir variables y analizar su incidencia en un período determinado. Mientras que los segundos recolectan datos a través del tiempo, en períodos específicos,

con el objetivo de hacer inferencias en relación al cambio (Hernández, Fernández y Baptista, 1991).

Por lo tanto el presente estudio es de tipo no experimental, ya que se realizó sin realizar modificaciones intencionales de las variables, es decir, se observaron los fenómenos tal y como ocurrieron en su entorno natural, para luego ser analizado. Así mismo es una investigación de tipo descriptivo en donde plantearon de forma detallada la satisfacción de los empleados en base al plan de beneficios.

3. Unidad de análisis y población

Tomando en cuenta lo planteado por (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991), la unidad de análisis se refiere al conjunto de elementos que forman parte del estudio; en este caso, los empleados de una importante empresa de alimentos del Área Metropolitana de Caracas.

Se entiende como población de estudio a la totalidad de un conjunto de elementos, seres u objetos, que se desean investigar, y de la cual se estudiará una fracción, que se pretende que reúna las mismas características y en igual proporción (Balestrini, 1998) En esta investigación la población va a estar definida por las 250 personas que trabajan en la sede ubicada en el Área Metropolitana de Caracas de una importante empresa de alimentos.

En el presente estudio no se aplicó un tipo de muestreo, ya que el instrumento fue enviado a todos los trabajadores con un año o mas de antigüedad de una importante empresa de alimentos presentes en la sede del área Metropolitana de Caracas, de los cuales luego de tres semanas de haber pasado el instrumento, respondieron la encuesta un total de ochenta y dos trabajadores lo cual representa un 33% de la población a la cual se le hizo llegar el instrumento.

4. Variable: Satisfacción con respecto al Plan de Beneficios

A continuación se mostrará la Operacionalización de la variable:

Tabla 1. Operacionalización de la variable

Variable	Concepto	Categorías	Dimensiones	Concepto de Dimensiones	Ítems
Satisfacción con respecto al plan de beneficios	La actitud del empleado frente a los beneficios que recibe, que viene siendo una suma de elementos entre el producto recibido y el servicio.	Servicio	Confianza	Entendida como la habilidad para entregar lo que se prometió, cuando se prometió. (Hagan, 1997)	Obtengo lo que se ofrece sobre este beneficio en el tiempo y cantidad prometida.
			Conocimiento	La habilidad de responder precisamente las preguntas de los empleados y de proveerles cualquier información adicional y necesaria para que puedan realizar decisiones sabias con respecto a los beneficios. Así mismo, que todos los empleados tengan conocimiento de todos los beneficios a los que tienen acceso y las condiciones y requerimiento para acceder a ellos. (Hagan, 1997)	Obtengo información útil y oportuna sobre este beneficio.
			Conveniencia	Implica que el beneficio sea fácil de utilizar y de entender. (Hagan, 1997)	Entiendo con claridad las ventajas, desventajas y utilidad del beneficio,
			Eficiencia	Es la habilidad por parte del departamento de RRHH de atender rápidamente las peticiones o quejas de los empleados con respecto a información y el procesamiento de transacciones con respecto a los beneficios. (Hagan, 1997)	Obtengo soluciones oportunas a mis requerimientos asociados a este beneficio.
			Dedicación	Voluntad de la empresa para asociarse con el empleado y actuar en su nombre para encontrar soluciones a sus necesidades. (Hagan, 1997)	Percibo que la empresa hace lo necesario para solucionar mis requerimientos en cuanto a éste beneficio.

			Costo	Cantidad o porcentaje económico o no económico que el empleado contribuye para sus beneficios. (Williams, 1995)	El costo económico y no económico para acceder al beneficio es bajo.
		Producto	Relevancia	Refiriéndonos a la importancia de los aspectos que atiende el servicio como son: necesidades del empleado, sensibilidad de los precios y competencia. (Cooper, 1979)	Las cantidades y las características que tiene el beneficio se ajustan a mis necesidades.
			Diferenciación	Percepción de los empleados con respecto a sus beneficios actuales en comparación con los que reciben otros empleados que se encuentran en el mismo nivel o posición laboral, con el mismo nivel educativo y la misma carga de responsabilidades. (Williams, 1995)	Este beneficio se encuentra en otras compañías en un nivel mas bajo.

5. Instrumento de recolección de datos, procesamiento y análisis de los datos.

La recolección de datos se va a llevar a cabo mediante la aplicación de una cuestionario. El cuestionario es *“una modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas”* (Arias, 2006).

El cuestionario, estuvo conformado por unas serie de preguntas cuyo formato de respuesta es escala de Likert que supe ser definida como:

“una escala de medición ampliamente utilizada que requiere que los encuestados indiquen el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las series de afirmaciones sobre los objetos de estímulo. En general cada reactivo de la escala tiene cinco categorías de respuesta que van de “muy en desacuerdo” a “muy de acuerdo””. (Malhotra, 2004, p.258)

En la realización del instrumento se hizo una selección de los beneficios que estuvieran disponibles para la mayoría de la población y estos son los siguientes: Vacaciones días de disfrute, Vacaciones días de Bono, Planes de Ahorro, Programa de Alimentación, Plan Médico, Seguro de Vida e Invalidez y Provisión Mensual de Productos.

En cuanto a la validez del instrumento de recolección de datos, una vez elaborado fue revisado por expertos en el área de beneficios y metodología, quienes avalaron el diseño, contenido y aplicación del mismo.

El instrumento está compuesto por cuatro preguntas demográficas y nueve preguntas enfocadas a medir la satisfacción respecto a los beneficios. Cada pregunta representa una dimensión del modelo y la novena pregunta indaga de manera general sobre la variable satisfacción del plan de beneficios. Y se pasó un instrumento para cada uno de los beneficios seleccionados y nombrados anteriormente.

Una vez pasado el instrumento, se realizó el vaciado de la información recolectada para realizar el procesamiento de los datos obtenidos. Esto se hizo bajo un proceso estadístico y con el uso del programa SPSS 19.0 que permitió realizar el análisis de la información utilizando la estadística descriptiva, que se basa principalmente en una distribución de frecuencias, que se refiere a un conjunto de puntuaciones ordenadas en categorías (Hernández, Fernández, & Baptista, 1991).

Las pruebas estadísticas aplicadas fueron: El Coeficiente Alfa de Cronbach y Análisis Factorial.

- Coeficiente de Cronbach: es un modelo de consistencia interna, basado en el promedio de las correlaciones entre los ítems. Entre las ventajas de esta medida se encuentra la posibilidad de evaluar cuánto mejoraría (o empeoraría) la confiabilidad del índice si se excluyera determinado ítem (Bogliaccini, Cardoso, & Rodríguez, 2005). Este coeficiente se emplea para medir la confiabilidad del instrumento, es decir, la precisión del instrumento de medición.

Para determinar la fiabilidad del instrumento empleado es necesario someter los resultados obtenidos a una prueba que determine su fiabilidad. En este caso aplicamos Alfa de Cronbach que mide una cualidad no directamente observable con la ayuda del programa estadístico SPSS. A continuación en la tabla 2 se exponen la tabla de resultados obtenidos luego de aplicar dicho coeficiente a cada uno de los beneficios encuestados:

Tabla 2. Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach del beneficio: Vacaciones Días de Disfrute	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,915	8

Alfa de Cronbach del beneficio: Vacaciones Días de Bono	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,924	8

Alfa de Cronbach del beneficio: Planes de Ahorro	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,959	8

Alfa de Cronbach del beneficio: Programa de Alimentación	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,961	8

Alfa de Cronbach del beneficio: Plan Medico	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,944	8

Alfa de Cronbach del beneficio: Seguro de Vida e Invalidez	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,982	8

Alfa de Cronbach del beneficio: Provisión Mensual de Productos	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,950	8

Luego de observar los resultados de la tabla en los que se midió el Alfa de Cronbach, se puede afirmar que el instrumento diseñado es bastante confiable, ya que los valores arrojados se encuentran entre 0.915 (Vacaciones Días de Disfrute) y 0.982 (Seguro de Vida e Invalidez). Valores muy cercanos a 1 que demuestran la confiabilidad del instrumento diseñado en este trabajo de investigación.

- **Análisis Factorial:** consiste en ordenar los datos y facilitar la interpretación de las correlaciones, esperando como resultado valores cercanos a uno en los reactivos que miden aspectos parecidos y con valores bajos o alejados a uno que indican reactivos que miden aspectos diferentes. (Chiner Sanz, 2011)

En primer lugar se determinó el coeficiente KOM, el cual fue de 0,873, tal y como se muestra en la tabla 3; esto indica que el análisis factorial será de utilidad para los datos. Además se obtuvo una significancia de 0,00 lo cual indica que existen relaciones significativas entre las variables. Ambos indicadores se traducen en que es apropiado utilizar la técnica de análisis factorial y que sus resultados son estadísticamente significativos.

Tabla 3. KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,873
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	948,072
	Df	28
	Sig.	0,000

En la tabla 4 y de acuerdo al scree plot se puede observar la varianza explicada por cada una de las dimensiones del modelo, sólo un factor explica ampliamente a la variable de estudio en un 81,18%, por eso se dice que es unifactorial, Todas las variables en conjunto se traducen en un solo factor llamado, de acuerdo a los propósitos y objetivos del instrumento, satisfacción percibida por el cliente.

Tabla 4. Total Varianza Explicada

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6,495	81,182	81,182	6,495	81,182	81,182
2	0,659	8,238	89,421			
3	0,343	4,285	93,705			
4	0,207	2,585	96,290			
5	0,127	1,582	97,872			
6	0,098	1,230	99,102			
7	0,038	0,471	99,572			
8	0,034	0,428	100,000			

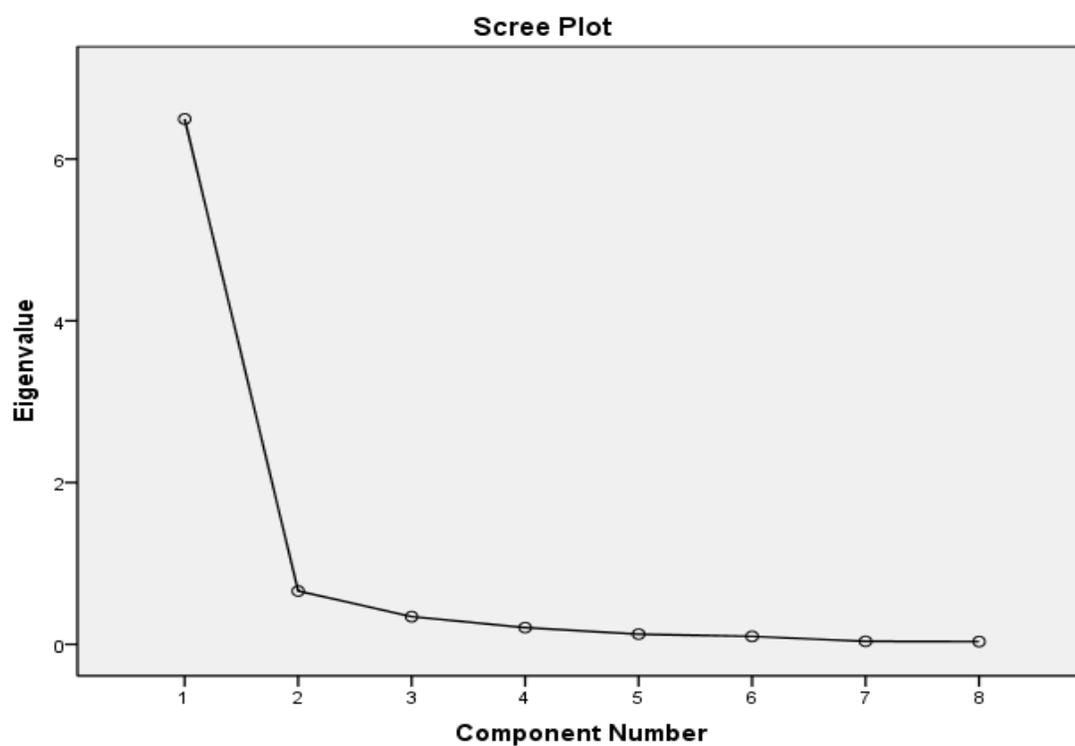


Gráfico 1. Scree Plot del Coeficiente de Varianza

6. Factibilidad

Para dicha investigación no es necesaria la inversión de una gran cantidad de dinero, la única dificultad que se puede presentar es al momento de presentar el proyecto de investigación en la empresa y que este sea aceptado. Sin embargo, desde el momento en que se planteó el tema de la investigación se mantuvieron conversaciones regulares con contactos pertenecientes a altos cargo jerárquicos, quienes brindaron todo su apoyo y se mostraron sumamente colaboradores a la aplicación de la investigación en su empresa. Otro de los inconvenientes enfrentados durante el trascurso de la recolección de datos, fueron los tiempos de respuesta por parte de los empleados de la organización, lo cual creó ciertos contratiempos y retrasos al momento de realizar el estudio.

7. Consideraciones éticas

- La información brindada por la empresa es altamente confidencial, manteniendo siempre el anonimato, tanto de la empresa como de las personas que brinden algún tipo de información, quedando limitado su uso a fines académicos.
- La empresa, la cual será objeto de investigación, tendrá acceso a los avances de la investigación, al igual que a los resultados y conclusiones que surjan de esta.
- Los trabajadores de la sede de Caracas que participen en el estudio, serán informados del alcance y fines de la investigación con la finalidad de dejar claro que no habrá ningún cambio ni modificación de beneficios en el corto plazo a raíz de la investigación.

CAPÍTULO V

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la siguiente capítulo se presentaran los análisis, gráficos y tablas, que se obtuvieron luego de la aplicación del instrumento a la población previamente descrita. Esta serie de gráficos y tablas son los que se utilizaron para darle respuesta a las preguntas y objetivos de la investigación.

1. Características de la muestra

En el presente estudio se envió el instrumento a las 250 personas que trabajan en la sede ubicada en el Área Metropolitana de Caracas de una importante empresa de alimentos. Luego de tres semanas obtuvimos ochenta y dos (82) encuestas respondidas que representan el 33% de la población estudiada.

A continuación, presentamos los datos correspondientes a la variable edad. En la tabla 5 se muestra que las edades varían desde los 19 años (Mínimo) hasta los 54 años de edad (Máximo), con una media de 33,073 años y un coeficiente de variación de 22,228% lo que indica que la muestra es medianamente homogénea en relación a la media de la edad. Por ultimo, se obtiene una curtosis de 0,332 colocando a la muestra como leptocurtica lo que implica que los datos se encuentran agrupados alrededor de la media.

Tabla 5. Edad de la Muestra

Edad	
Media	33,073
Desviación Estándar	7,351
Coficiente de Variación	22,228
Asimetría	,568
Curtosis	,332
Mínimo	19
Máximo	54

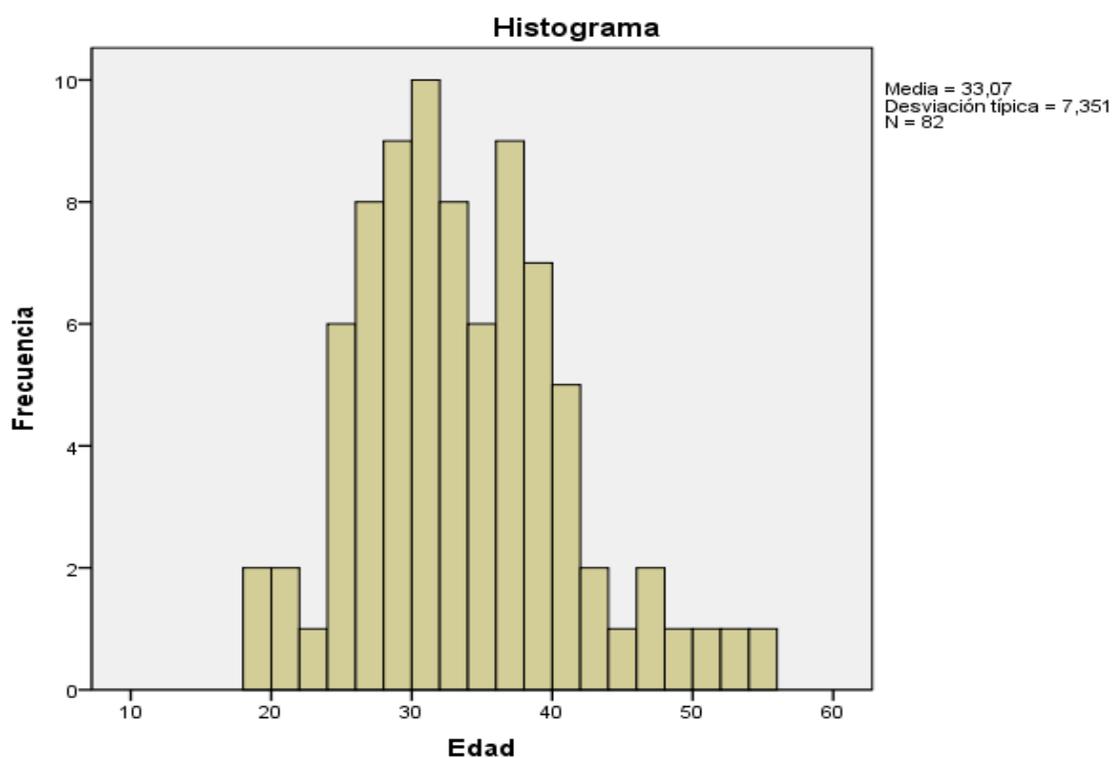


Gráfico 2. Histograma que muestra la distribución de la edad de la unidad de análisis

Por otro lado, tomamos en cuenta también la variable antigüedad. En la tabla 6 se muestra el comportamiento de esta variable, observando que lo mínimo de antigüedad dentro de la empresa es de un año y el máximo de tiempo son dieciocho (18) años, obteniendo una media de 5,293 años de antigüedad en la empresa, con un coeficiente de

variación de 90,729% que implica que la muestra es muy heterogénea en relación a la media de antigüedad dando también como resultado una curtosis de 0,450 colocando a la muestra como muy leptocúrtica lo que implica que los datos se encuentran agrupados alrededor de la media.

Tabla 6. Estadísticos Descriptivos de la Edad de la Muestra

Antigüedad	
Media	5,293
Desviación Estándar	4,802
Coefficiente de Variación	90,729
Asimetría	1,214
Curtosis	0,450
Mínimo	1,0
Máximo	18,0

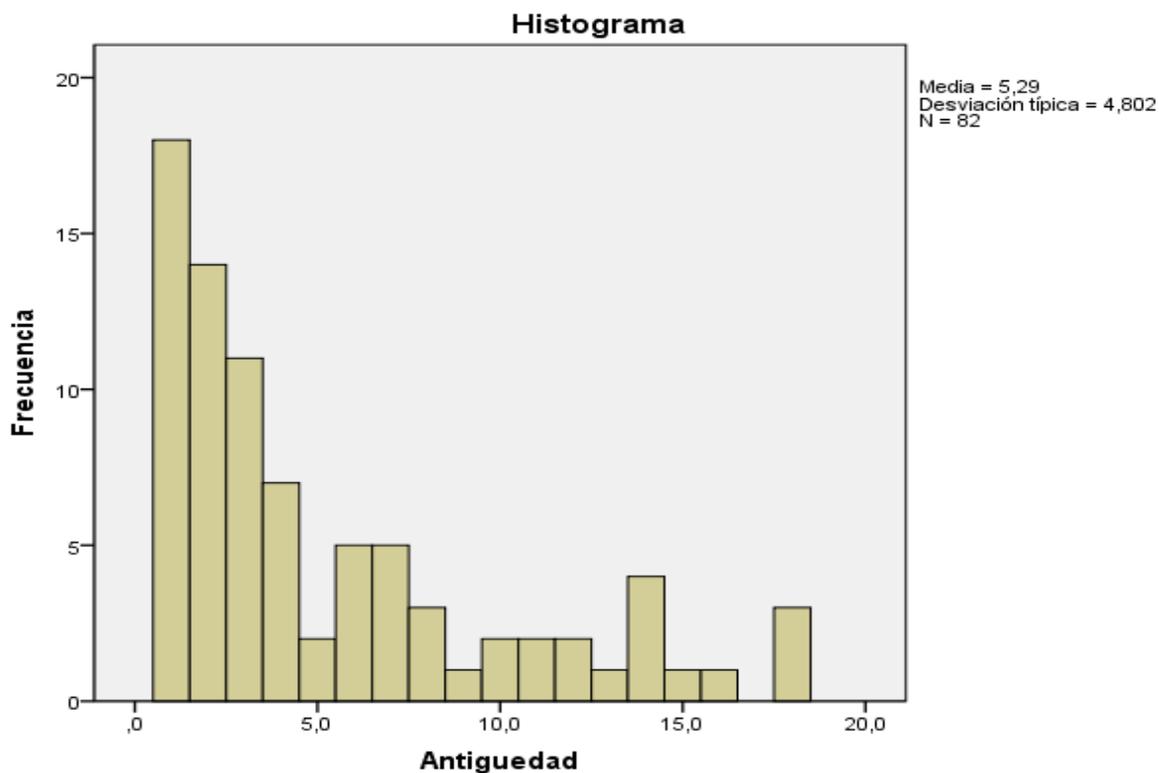


Gráfico 3. Histograma que muestra la distribución de la antigüedad de la unidad de análisis

En cuanto a Género, podemos observar en la tabla 7 que la mayoría de la muestra es de género femenino, representando un 61% de la población encuestada. Por otro lado tenemos que el género masculino representa un 39% de la muestra.

Tabla 7. Estadísticos Descriptivos del Género de la Muestra

Género		
	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	50	61%
Masculino	32	39%
Total	82	100%

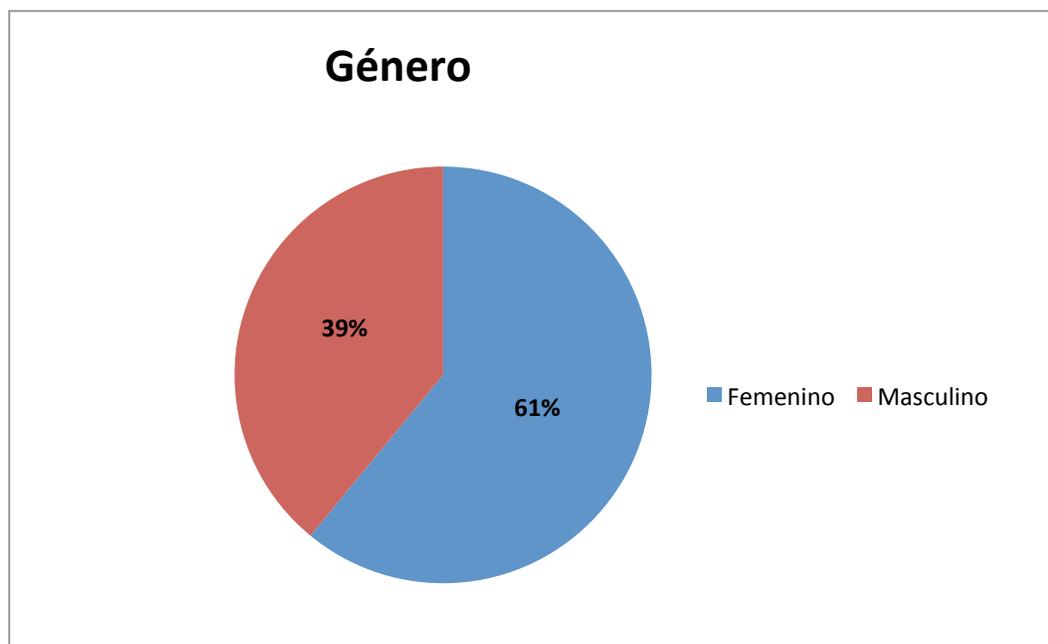
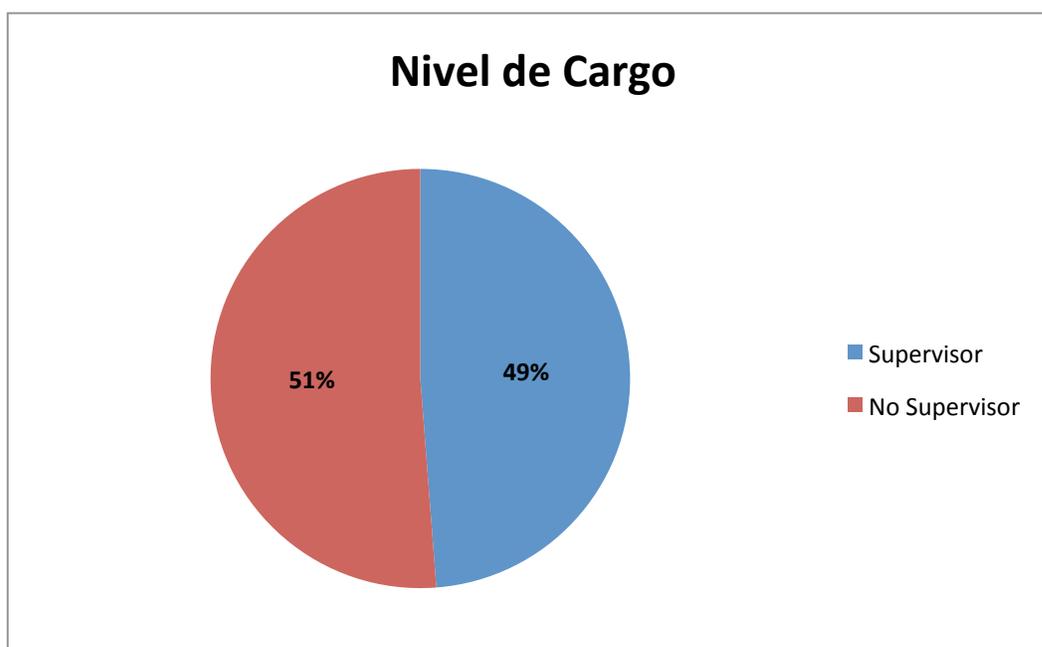


Gráfico 4. Gráfico que muestra el Porcentaje de sujetos por Género

Según su nivel de cargo, dividimos a la muestra entre supervisores y no supervisores, obteniendo que el 49% de la población encuestada ocupa cargos supervisores en la empresa y que el 51% de la muestra ocupa cargos no supervisores dentro de la organización.

Tabla 8. Estadísticos descriptivos del Nivel de Cargo de la Muestra

Nivel de Cargo		
	Frecuencia	Porcentaje
Supervisor	40	49%
No Supervisor	42	51%
Total	82	100%

**Gráfico 5. Porcentaje de Sujetos por Nivel de Cargo**

2. Análisis de Resultados

A continuación, se muestra en la tabla 9 un resumen de los estadísticos de los beneficios evaluados en el trabajo de investigación.

Tabla 9. Resumen de Beneficios

Tabla de Resumen de Beneficios				
Beneficios	Media	Coefficiente de Variación	Asimetría	Curtosis
Vacaciones Días de Disfrute	5,77	19,947	-0,883	0,455
Vacaciones Días de Bono	6,11	15,498	-0,755	-0,494
Planes de Ahorro	4,93	29,513	-0,652	0,421
Programa de Alimentación	5,51	26,088	-1,129	0,972
Plan Medico	5,90	18,965	-0,936	0,280
Seguro de Vida e Invalidez	4,95	33,931	-0,619	-0,125
Provisión Mensual de Productos	6,12	16,402	-1,009	-0,017
General	5,61	22,91	-0,85	0,21

La tabla 9 nos muestra cual es el comportamiento de los resultados obtenidos en cada beneficio evaluado en cuanto a la satisfacción.

En primer lugar, esta el beneficio de Vacaciones Días de Disfrute que obtuvo una media de 5,77 con un coeficiente de variación de 19,947 mostrando que las respuestas dadas son bastante homogéneas y teniendo en cuenta la media se puede decir que la mayoría de las respuestas se ubican en la mitad positiva de la escala, es decir, por encima de 3,5. Asimismo, los resultados de ese beneficio presentan una asimetría de -0,883 indicando que la mayoría de las repuestas se encuentran por encima del valor de la media. Y la curtosis de este beneficio es de 0,455 mostrando a la muestra como muy leptocúrtica lo que implica que los datos se encuentran agrupados alrededor de la media.

El segundo beneficio de la tabla 9 es el de Vacaciones Días de Bono que obtiene una media de 6,11 y un coeficiente de variación de 15,49. Al igual que el beneficio anterior, sus respuestas son bastante homogéneas y se encuentran en su mayoría en el lado positivo de la escala y además este beneficio es uno de los que tiene la media mas alta, lo que indica que la satisfacción con respecto a él es buena, sin embargo, ha diferencia del beneficio anterior, coloca a la muestra como muy platicúrtica, lo que implica que los datos se encuentran distribuidos a lo largo de la escala con una curtosis de -0,494.

El siguiente beneficio de la tabla 9 es el de Planes de Ahorro presenta la media más baja de los 7 beneficios evaluados siendo esta de 4,93, con un coeficiente de variación de

29,51, uno de los más altos de los beneficios evaluados. Esto quiere decir que a pesar de que el promedio se encuentre en la mitad positiva de la escala es el beneficio que arroja menos satisfacción a los trabajadores y que las respuestas obtenidas son muy homogéneas, es decir, no hay mucha discrepancia entre las respuestas dadas por los trabajadores. Asimismo la asimetría obtenida es de -0,652 que indica que los valores se agrupan por encima del valor de la media y una curtosis de 0,42 mostrando a la muestra como muy leptocúrtica lo que implica que los datos se encuentran agrupados alrededor de la media.

Continuando con el análisis, está el beneficio de Programa de Alimentación que obtuvo como media un valor de 5,51 y un coeficiente de variación de 26,08, lo que indica que la satisfacción respecto a éste es alta y que además las respuestas obtenidas son bastante homogéneas. Por otro lado su asimetría dio un valor de -1,12 lo que indica que los valores se agrupan muy por encima del valor de la media y muestra una curtosis de 0,97 indicando que la muestra es muy leptocúrtica lo que implica una gran concentración de valores.

El beneficio de Plan Médico dio como resultado una media de 5,90 con un coeficiente de distribución de 18,96 que indica que existe homogeneidad en las respuestas. Asimismo tiene una asimetría de -0,93 que al igual que todos los demás beneficios indica que los valores se agrupan por encima del valor de la media con una curtosis de 0,28 colocando a la muestra de forma leptocúrtica en donde hay gran concentración de valores.

En cuanto a Seguro de Vida e Invalidez, tenemos que si media es 4,95, una de las medias más bajas en conjunto con la media de plan de ahorro y con un coeficiente de variación de 33,9 el más alto de todos los beneficios. Esto quiere decir que además de que es el beneficio que presente menos satisfacción por parte de los trabajadores, las respuestas obtenidas con bastante similares, asimismo tiene una asimetría de -0,619 que indica que los valores se agrupan por encima del valor de la media y con una curtosis de -0,125 que muestra que los datos se encuentran distribuidos a lo largo de la escala de manera platocúrtica.

Por último, tenemos el beneficio de Provisión Mensual de Productos que obtuvo una media de respuestas de 6,12, la más alta de todos los beneficios, con un coeficiente de variación de 16,40, indicando una homogeneidad en los valores obtenidos. Igualmente

presenta una asimetría negativa, de -1,009 que indica que los valores se agrupan por encima de los valores de la media y con una curtosis de -0,01 colocando a la muestra de forma casi mesocurtica en donde no hay gran concentración de valores.

En general y para dar respuesta al primer objetivo de la investigación, tenemos que la media de satisfacción de la muestra es de 5,61 con un coeficiente de evaluación de 22,91 que indica la homogeneidad de los resultados obtenidos. Se obtiene una asimetría general de -0,85 que indica que los valores obtenidos se agrupan por encima de los valores de la media y una curtosis de 0,21 colocando a la muestra de forma leptocurtica en donde existe gran concentración de datos. Todo esto implica que los empleados se encuentran satisfechos con el plan de beneficios obtenido ya que los valores se encuentran mas cercano a siete, sin embargo mejorando algunos rasgos del plan de beneficios seria posible aumentar este nivel de satisfacción.

Se puede observar que las medias de respuestas se encuentra entre 4,93 pertenecientes a el beneficio de Plan de Ahorro y 6,12 pertenecientes al beneficio de Vacaciones, teniendo en cuenta que la escala va del 1 al 7, todas las respuestas están en la mitad positiva de la escala, es decir, sus medias son mayores a 3,5. Asimismo, tenemos que los coeficientes de variación se encuentran entre 15,4 (Vacaciones Días de Bono) y 29,5 (Planes de Ahorro) lo que indica que las respuestas obtenidas para cada beneficio son bastante homogéneas en relación a la media. Presentan una asimetría entre -0,61 (Seguro de Vida e Invalidez) y -1,12 (Programa de Alimentación) que implica que la mayoría de los valores se encuentran agrupados por encima del valor de la media de los beneficios.

En general, los valores presentan una media de 5,61 con un coeficiente de variación de 22,91 lo que afirma que en general las respuestas obtenidas son muy homogéneas en relación a la media y presenta una asimetría de -0,85 lo que implica que la mayoría de los valores se encuentran agrupados hacia los valores superiores de la escala.

En relación a las dimensiones en la tabla 10 se muestra el resumen de las mismas.

Tabla 10. Resumen de las Dimensiones

Dimensiones	Media	Coefficiente de Variación	Asimetría	Curtosis
Confianza	5,958	14,545	-0,681	-0,196
Conocimiento	5,941	14,067	-0,610	-0,256
Conveniencia	5,901	14,192	-0,538	-0,380
Eficiencia	5,829	14,198	-0,446	-0,482
Dedicación	5,800	14,278	-0,404	-0,435
Relevancia	5,742	14,302	-0,330	-0,378
Diferenciación	5,676	14,569	-0,165	-0,509
Costo	5,662	14,650	-0,142	-0,526

Como se puede observar en la tabla 10 se presenta un resumen de las puntuaciones obtenidas en cada variable independiente con la finalidad de ver que dimensión de satisfacción respecto a los benéficos es de mayor importancia para los trabajadores.

La tabla 10 muestra que en general todas las dimensiones están evaluadas positivamente obteniendo medias entre 5,958 y 5,662, con respuestas positivas, encontrándose a todas las medias en la mitad superior de la escala. Así mismo los coeficientes de variación demuestran que los resultados obtenidos son bastante parecidos entre las dimensiones, manteniéndose entre 14,6450 y 14,067. La dimensión con la media mas alta es Confianza, con una media de 5,958, es decir, que los trabajadores confían en la empresa con respecto a los beneficios sabiendo que lo que la empresa promete en su paquete de beneficios puede ser disfrutado por todos los trabajadores con los términos y condiciones que ellos plantean. La media mas baja la obtuvo la dimensión de Costo obteniendo 5,662, sin embargo sigue siendo un puntaje positivo. En general todas las dimensiones se comportaron de forma similar, obteniendo asimetrías negativas, es decir, que los resultados se agrupan a la derecha de la media y una curtosis negativa que indica

que los valores se muestran de forma platicúrtica, es decir, que los datos no están altamente concentrados alrededor de la media sino que se distribuyen a lo largo de la escala.

Por último, para dar respuesta al segundo objetivo del trabajo de investigación, se presenta

Tabla 11. R Cuadrado Ajustado

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,954	0,909	0,899

Tabla 12. Anovab

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	73,654	8	9,207	91,490	,000
Residual	7,346	73	0,101		
Total	81,000	81			

Tabla 13. Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0,000	0,035		0,000	1,000		
Confianza	0,060	0,091	0,060	0,658	0,512	0,150	6,672
Conocimiento	-0,146	0,134	-0,146	-1,090	0,279	0,069	14,504
Conveniencia	0,106	0,107	0,106	0,986	0,328	0,108	9,266
Eficiencia	0,141	0,148	0,141	0,950	0,345	0,057	17,638
Dedicación	0,151	0,159	0,151	0,949	0,346	0,049	20,459
Relevancia	0,483	0,098	0,483	4,947	0,000	0,130	7,669
Diferenciación	0,180	0,063	0,180	2,852	0,006	0,310	3,223
Costo	0,057	0,069	0,057	0,832	0,408	0,260	3,844

En la tabla 11 se puede ver que el valor de R^2 es de 0,899 lo que indica que el conjunto de las dimensiones que conforman las variables independientes explican de manera significativa a la variable dependiente que es satisfacción con respecto al plan de beneficios (Sig.=0,000). Por otro lado se muestra también la tabla 13 de Coeficientes en donde se puede identificar que dimensiones tienen mayor peso en nuestra variable dependiente (esto no quiere decir que las otras dimensiones sean menos relevantes) ayudando a responder el segundo objetivo específico de la investigación, siendo Relevancia y Diferenciación las dimensiones con mas peso en la variable dependiente satisfacción respecto a beneficios obteniendo un beta de 0,483 y 0,180 respectivamente, y una significancia de 0,000 y 0,006 respectivamente. Esto indica que para los trabajadores son importantes tanto los rasgos de relevancia como los de diferenciación en un plan de beneficios lo que quiere decir que toman en cuenta cuanto se adapta los beneficios ofrecidos por la organización a sus necesidades. Igualmente es importante la diferenciación, es decir, que la percepción de los empleados con respecto a los beneficios ofrecidos por la organización sea que son mejores a los ofrecidos en el mercado en comparación con pares con cargos similares, mismo nivel académico, edad, etc.

3. Discusión

Como se puede apreciar en el modelo de satisfacción de beneficios planteado en este estudio, la satisfacción con respecto al plan de beneficios esta influenciada por dos aspectos relevantes que son: el producto (beneficio) y el servicio (la forma en la cual el beneficio es administrado y atendido), es decir, no se puede analizar la satisfacción de un plan de beneficios sin tener en cuenta estos dos aspectos.

Si a la hora de evaluar la satisfacción de un plan de beneficios no se toman en cuenta ambos aspectos, no se podría definir de manera confiable el grado de satisfacción de los empleados. Esto queda demostrado en el presente estudio en donde se presentaron los datos del análisis factorial y de regresión; para el análisis factorial se obtuvo que un factor explica 81% de la varianza lo cual hace que sea unifactorial, en otras palabras el conjunto de ocho dimensiones propuesto por el modelo en el estudio explica casi en su totalidad a la variable dependiente, lo que significa que en conjunto son un buen predictor de la satisfacción del plan de beneficios. Otro dato que se debe tomar en cuenta es la R al

cuadrado ajustada la cual es de 0,899, esto significa que en conjunto las variables independientes explican de manera significativa a la variable dependiente. Con lo cual se puede concluir que se ha podido demostrar que el modelo planteado explica de manera significativa a la variable dependiente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Como resultado de la investigación, se creó un modelo adaptado a las necesidades de la cultura y ambiente laboral venezolano que permite determinar cual es el grado de satisfacción de los trabajadores con respecto al plan de beneficios que reciben por parte de la organización.

Junto con la creación del modelo se diseñó un instrumento que permite medir la variable de estudio y a su vez determinar cuales dimensiones presentan mayor peso en la satisfacción de los empleados con respecto al plan de beneficios, es decir, dentro de la organización que aspectos de plan de beneficios tienen mayor importancia o impacto para los trabajadores.

Luego de haber diseñado y aplicado el modelo para medir el nivel de satisfacción de los empleados frente al plan de beneficios, es importante validar que las dimensiones que componen la variable se ajustan al modelo planteado, teniendo en cuenta la validez y confiabilidad aplicada en el estudio, se puede indicar que dichas dimensiones si definen la variable.

Así mismo, se debe tener presente que la satisfacción con respecto al plan de beneficios esta influenciada por dos aspectos relevantes que son: el producto (beneficio) y el servicio (la forma en la cual el beneficio es administrado y atendido).

Teniendo en cuenta las dimensiones que impactan sobre la variable dependiente que es el nivel de satisfacción se aplicó el instrumento logrando obtener los resultados que se exponen en la tabla 9, en donde se muestra el puntaje de satisfacción que obtiene cada uno de los beneficios, en base a esto, los beneficios con menor satisfacción lo conforman: los planes de ahorro y seguro de vida e invalidez; mientras que los beneficios con mayor nivel de satisfacción lo constituyen: provisión mensual de producto y días de bono vacacional

En relación a los planes de ahorro podemos notar que las dimensiones con menor grado de satisfacción de este beneficio son: relevancia, diferenciación y costo; por lo que se recomienda explicar a sus empleados en qué consiste realmente este beneficio, de manera de que el empleado posea la mayor información útil en sus manos para poder tomar las decisiones más acertadas en relación a este beneficio y otro aspecto sería escuchar a los mismo para entender que es lo que ellos esperan del mismo, ya que al entender al empleado se puede dar la relevancia necesaria al beneficio y esto va a generar competitividad frente a otras empresas y de esta manera utilizar el beneficio de forma eficiente y en donde el empleado se sienta cómodo con el costo del mismo.

Así mismo, en relación al seguro de vida e invalidez las dimensiones con menor grado de satisfacción son: conocimiento, costo y diferenciación; por lo que se recomienda explicar el beneficio y dar a entender cuales son las ventajas que brinda el mismo, ya que al no tener conocimiento del mismo hace que no le den suficiente importancia y no permite dar valor agregado a la competitividad de la empresa y sea visto por los empleados como una carga económica.

Por su parte las dimensiones con mayor impacto en la variable de estudio fueron: relevancia y diferenciación. Sobre estos dos aspectos se deben apoyar principalmente la empresa al momento de diseñar su plan de beneficios ya que son dimensiones cuyo impacto es elevado dada la importancia que tiene para los empleados, en el momento en que se descuiden estas dimensiones el nivel de satisfacción de los empleados será menor y a su vez el plan de beneficios tendrá menos aceptación y aprobación. Para estas dos dimensiones se propone lo siguiente, en primer lugar para la relevancia, se recomienda investigar más cuales son las necesidades de los empleados de manera de atenderlas de la mejor forma y así poder tener más beneficios que tengan mayor relevancia para el empleado lo cual va a generar que aprecie de mejor manera lo que se le está brindando por la organización. Y en segundo lugar para la dimensión de diferenciación, se recomienda a la organización tener siempre información actualizada sobre el mercado laboral de manera de estar por delante de la competencia en tema de beneficios y así mantener el producto que ofrecen de la mejor manera y que sirva para diferenciarse de la competencia en materia de beneficios laborales.

Así mismo, la variable diferenciación genera un valor agregado significativo ya que es un elemento que diferencia a una empresa de otra haciendo más competitiva a aquella empresa cuyo plan de beneficios sea mejor y satisfaga más a sus empleados. Siendo la diferenciación un elemento de competitividad en el mercado, al momento de realizar búsqueda de personal, será mayor la atracción y en aquella empresa cuyo plan de beneficios logre diferenciarse de forma positiva frente a la competencia. Y a la hora de retener al personal, tendrá un valor importante la diferenciación de la competencia en el tema de beneficios.

De acuerdo a lo expuesto en el trabajo de investigación no es suficiente proporcionar una cantidad determinada de beneficios, también es importante tratar al plan de beneficios como un producto en donde los trabajadores representan a los clientes y los beneficios el producto ofrecido. Entendiendo los planes de beneficios de esta manera como se debe buscar el bienestar del cliente proporcionando un sistema confiable, cómodo, sencillo y adaptado a sus requerimientos y necesidades.

Por lo tanto, se recomienda tener en cuenta los beneficios de las empresas, haciendo una actualización periódica de los mismos para lograr que ayuden a cubrir de mejor manera las necesidades de los empleados y así la satisfacción sea mayor y esto a su vez genere que los mismos se sientan cómodos dentro de su ambiente laboral, en donde se ven remunerados no sólo de forma monetaria si no a través de beneficios que generan mejor calidad de vida y a su vez esto permite que la empresa pueda ser más atractiva y competitiva tanto para sus empleados como para otras personas.

LISTADO DE REFERENCIAS

- Arias Galicia, F. (2006). *Administración de recursos humanos para el alto desempeño*. Mexico D.F, Mexico: Editorial Trillas.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme.
- Balestrini, M. (1998). *Cómo se elabora el proyecto de investigación* . Caracas: BL Consultores Asociados, Servicios Editorial.
- Balkin, D., & Griffeth, R. (1993). The determinants of employees benefits satisfaction . *Journal of Bussines and Psychology* , 323-328.
- Bogliaccini, J., Cardoso, M., & Rodríguez, F. (2005). *Construcción de Índices*. Confiabilidad: Alpha de Cronbach. Retrieved 2013 йил 5-Mayo from Universidad Católica de Uruguay: http://www.ucu.edu.uy/facultades/cienciashumanas/IPES/pdf/Laboratorio/Autotextos/AT5_Serie_Estadistica_%20Indices_y_Alpha_IPES.pdf
- Brief, A., & Weiss, H. (2002). Organizational behavior: affect in the workplace. *Annual Review of Psychology, Annual Reviews* , 279-307.
- Castillo Aponte, J. (2006). *Administración de personal. Un enfoque hacia la calidad humana*. Bogota, Colombia: ECOE.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. Bogota, Colombia: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Bogota, Colombia: McGraw-Hill.
- Chiner Sanz, E. (2011 йил 7-Noviembre). *Métodos, Diseños y Técnicas de Investigación Psicológica*. Retrieved 2013 йил 5-Mayo from Universidad de Alicante: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/19380>

- Cooper, R. (1979). THE DIMENSIONS OF INDUSTRIAL NEW PRODUCT SUCCESS AND FAILURE. *Journal of Marketing* , 93-103.
- Davis, K., & Newstrom, J. (1991). *El comportamiento humano en el trabajo: comportamiento organizacional*. Mexico: McGraw Hill.
- Davis, K., & Newstrom, W. (1999). *Comportamiento Humano del Trabajo*. México D.F, México: McGraw Hill.
- Delgado, C. (2004). *La Compensación Total Flexible: Conquistar el Talento en el siglo XXI*. Barcelona: Universitat Abat Oliva Ceu.
- Dolan, S., Schuler, R., & Valle, R. (1999). *La gestión de los recursos humanos*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Brujas.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología la Investigación Científica*. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.
- Gronlund, N. (1999). *Elaboración de tests de aprovechamiento*. México : Trillas.
- Hagan, B. (1997). Improving Employee Perception of Benefits by Focusing on "Customers". *BENEFITS QUARTERLY* , 19-20.
- Hay Group. (1990). *La Gestión de Recursos Humanos en Venezuela*. Caracas, Venezuela: IESA.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (1991). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw Hill.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing*. Ciudad de Mexico: Prentice hall.
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de Trabajos de Investigación*. Caracas, Venezuela: Editorial Alfa.
- Landeau, R. (2007). *Elaboración de Trabajos de Investigación*. Caracas: Alfa.

- Levin, R., & Rubin, D. (1996). *Estadística para Administradores*. Mexico DF: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercado, un enfoque aplicado*. México D.F , México: Pearson Educación.
- Márquez, I., & Morett, M. (2003). *Paquete de beneficios deseados de acuerdo al de características personales y composición familiar del empleado*. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas: UCAB.
- Merino, T. (2007). *Unidades de Análisi*. Retrieved 2013 йил 5-Майо from EPI-CENTRO: <http://escuela.med.puc.cl/recursos/recepidem/introductorios6.htm>
- MetLife. (1 de Febrero de 2013). *MetLife*. Retrieved 16 de Julio de 2013 from MetLife : <https://benefittrends.metlife.com/home/benefits-prescriptions/hcr-and-productivity-pressures>
- Milkovich, G., & Newman, J. (1999). *Compensación*. Nueva York, Estados Unidos: McGraw Hill.
- Morales, J., & Velandia, N. (1999). *Salarios, estrategias y sistemas salariales o de compensación*. Bogota, Colombia: McGraw Hill.
- Ortega, R. (22 de agosto de 2001). *Fundació Fartor Humá*. Retrieved 27 de Octubre de 2012 from Fundació Fartor Humá: http://www.factorhumana.org/index.php?option=com_content&view=article&id=5423%3ALa+importancia+de+la+compensaci%C3%B3n+extrasalarial&Itemid=12&lang=ca
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. Mexico: Prentice Hall.
- Sánchez, S., Fuentes, F., & Artacho, C. (2008). *Rankings Internacionales de Satisfacción Laboral*. *Capital Humano* (219), 60-70.
- Savoldi, S. (17 de enero de 2011). *Retail Financiero*. Retrieved 14 de Julio de 2012 from El Comité de Retail Financiero: <http://www.retailfinanciero.org/site/noticias-del-dia/estudio-sobre-beneficios-laborales-35-de-las-empresas-tiene-alguna-flexibilidad-en-horarios-de-trabajo/>

- Sinclair, R., Leo, M., & Wirght, C. (2005). Benefit system effects on employees benefit knowledge, use, and organizational commitment. *Journal of Bussines and Psychology* , 3-29.
- Spector, P. (1997). *Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes and Consequences*. California: SAGE Publications.
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *El Proceso de la investigación Científica*. México D.F.: Limusa.
- Tamayo, M. (2004). *El Proceso de la Investigación Científica*. Mexico D.F, MEXico: Editorial Limusa.
- Urquijo, J., & Bonilla, J. (2008). *La Remuneración del Trabajo*. Caracas, Venezuela: UCAB.
- Werther Junior, W., & Davis, K. (2000). *Administración de Personal y Recursos Humanos: Satisfacción del Recurso Humano*. Mexico, D.F, Mexico: McGraw Hill.
- Wigodski, J. (2010 йил 14-Julio). Población y Muestra. Retrieved 2013 йил 5-Mayo from Metodología de la Investigación: <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Williams, M. (1995). Antecedents of Employee Benefit Level Satisfaction: A test of a Model. *Journal of Management* , 1097-1128.
- World at Work. (1 de Octubre de 2011). World at Work. Retrieved 15 de Julio de 2013 from World at Work The Total Rewards Association: <http://www.worldatwork.org/waw/home/html/home.jsp>
- Zariñana, R., & Vasconcelos, M. (2010). La Satisfacción Laboral y su relevancia en la vida de las personas y sus relaciones. *Revista Humanidades Fortaleza* , 294-313.

ANEXOS

Anexo A: Instrumento de Recolección de Datos

Encuesta de Nivel de Satisfacción de Beneficios

Datos del Encuestado:

- * **Edad:**
- * **Genero:**
 Masculino Femenino
- * **Años de Antigüedad:**
- * **Nivel de Instrucción:**
 Bachiller TSU
 Universitario Post grado
- * **Departamento:**
- * **Nivel de Cargo:**
 Supervisor No Supervisor

Estimado compañero,

En la siguiente encuesta encontrarás una serie de afirmaciones relacionadas con las características propias y de servicio que poseen los beneficios que la empresa otorga actualmente. Lee cuidadosamente cada frase y marca en la escala del 1 al 7, la opción que más se identifique con tu experiencia y la información que manejas. Marca el beneficio a evaluar en cada página. La encuesta es anónima y ha sido diseñada con la finalidad de obtener información específica de tu opinión sobre los beneficios que otorga la empresa.

!!!Agradecemos tu participación activa!!!

Nota: Todas las preguntas marcadas con (*) son de caracter obligatorio

*

Beneficio:

Vacaciones días de Disfrute

	1 = Totalmente en desacuerdo	2	3	4	5	6	7 = Totalmente de acuerdo
1. Obtengo lo que se ofrece sobre este beneficio en el tiempo y cantidad prometida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Obtengo información útil y oportuna sobre este beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Entiendo con claridad las ventajas, desventajas y utilidad del beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Obtengo soluciones oportunas a mis requerimientos asociados a este beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Percibo que la empresa hace lo necesario para solucionar mis requerimientos en cuanto a éste beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Las cantidades y las características que tiene el beneficio se ajustan a mis necesidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Este beneficio se encuentra en otras compañías en un nivel mas bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. El costo económico y no económico para acceder al beneficio es bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1 Insatisfecho	2	3	4	5	6	7 Satisfecho
En líneas generales, ¿cuán satisfecho te sientes con este beneficio que te ofrece la empresa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A la próxima página

* **Beneficio:**

Vacaciones días de Bono

* **1 = Totalmente en desacuerdo** **2** **3** **4** **5** **6** **7 = Totalmente de acuerdo**

1. Obtengo lo que se ofrece sobre este beneficio en el tiempo y cantidad prometida	<input type="radio"/>						
2. Obtengo información útil y oportuna sobre este beneficio	<input type="radio"/>						
3. Entiendo con claridad las ventajas, desventajas y utilidad del beneficio	<input type="radio"/>						
4. Obtengo soluciones oportunas a mis requerimientos asociados a este beneficio	<input type="radio"/>						
5. Percibo que la empresa hace lo necesario para solucionar mis requerimientos en cuanto a éste beneficio	<input type="radio"/>						
6. Las cantidades y las características que tiene el beneficio se ajustan a mis necesidades	<input type="radio"/>						
7. Este beneficio se encuentra en otras compañías en un nivel mas bajo	<input type="radio"/>						
8. El costo económico y no económico para acceder al beneficio es bajo	<input type="radio"/>						

* **1 Insatisfecho** **2** **3** **4** **5** **6** **7 Satisfecho**

En líneas generales, ¿cuán satisfecho te sientes con este beneficio que te ofrece la empresa?

<input type="radio"/>						
-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

* **Beneficio:**

Planes de Ahorro

* **1 = Totalmente en desacuerdo** **2** **3** **4** **5** **6** **7 = Totalmente de acuerdo**

1. Obtengo lo que se ofrece sobre este beneficio en el tiempo y cantidad prometida

2. Obtengo información útil y oportuna sobre este beneficio

3. Entiendo con claridad las ventajas, desventajas y utilidad del beneficio

4. Obtengo soluciones oportunas a mis requerimientos asociados a este beneficio

5. Percibo que la empresa hace lo necesario para solucionar mis requerimientos en cuanto a éste beneficio

6. Las cantidades y las características que tiene el beneficio se ajustan a mis necesidades

7. Este beneficio se encuentra en otras compañías en un nivel mas bajo

8. El costo económico y no económico para acceder al beneficio es bajo

* **1** **2** **3** **4** **5** **6** **7**

Insatisfecho **Satisfecho**

En líneas generales, ¿cuán satisfecho te sientes con este beneficio que te ofrece la empresa?

<<< A la próxima página

* **Beneficio:**
 Programa de Alimentación

	1 = Totalmente en desacuerdo	2	3	4	5	6	7 = Totalmente de acuerdo
1. Obtengo lo que se ofrece sobre este beneficio en el tiempo y cantidad prometida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Obtengo información útil y oportuna sobre este beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Entiendo con claridad las ventajas, desventajas y utilidad del beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Obtengo soluciones oportunas a mis requerimientos asociados a este beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Percibo que la empresa hace lo necesario para solucionar mis requerimientos en cuanto a éste beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Las cantidades y las características que tiene el beneficio se ajustan a mis necesidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Este beneficio se encuentra en otras compañías en un nivel mas bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. El costo económico y no económico para acceder al beneficio es bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 Insatisfecho	2	3	4	5	6	7 Satisfecho
En líneas generales, ¿cuán satisfecho te sientes con este beneficio que te ofrece la empresa?	<input type="radio"/>						

<<<

A la próxima página

* **Beneficio:**
 Planes Medicos

	1 = Totalmente en desacuerdo	2	3	4	5	6	7 = Totalmente de acuerdo
1. Obtengo lo que se ofrece sobre este beneficio en el tiempo y cantidad prometida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Obtengo información útil y oportuna sobre este beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Entiendo con claridad las ventajas, desventajas y utilidad del beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Obtengo soluciones oportunas a mis requerimientos asociados a este beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Percibo que la empresa hace lo necesario para solucionar mis requerimientos en cuanto a éste beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Las cantidades y las características que tiene el beneficio se ajustan a mis necesidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Este beneficio se encuentra en otras compañías en un nivel mas bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. El costo económico y no económico para acceder al beneficio es bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 Insatisfecho	2	3	4	5	6	7 Satisfecho
En líneas generales, ¿cuán satisfecho te sientes con este beneficio que te ofrece la empresa?	<input type="radio"/>						

<<<

A la próxima página

* **Beneficio:**

Seguro de Vida e Invalidez

*

	1 = Totalmente en desacuerdo	2	3	4	5	6	7 = Totalmente de acuerdo
1. Obtengo lo que se ofrece sobre este beneficio en el tiempo y cantidad prometida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Obtengo información útil y oportuna sobre este beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Entiendo con claridad las ventajas, desventajas y utilidad del beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Obtengo soluciones oportunas a mis requerimientos asociados a este beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Percibo que la empresa hace lo necesario para solucionar mis requerimientos en cuanto a éste beneficio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Las cantidades y las características que tiene el beneficio se ajustan a mis necesidades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Este beneficio se encuentra en otras compañías en un nivel mas bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. El costo económico y no económico para acceder al beneficio es bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*

	1 Insatisfecho	2	3	4	5	6	7 Satisfecho
En líneas generales, ¿cuán satisfecho te sientes con este beneficio que te ofrece la empresa?	<input type="radio"/>						

* **Beneficio:**

Provisión Mensual de Productos

* **1 = Totalmente en desacuerdo** **2** **3** **4** **5** **6** **7 = Totalmente de acuerdo**

1. Obtengo lo que se ofrece sobre este beneficio en el tiempo y cantidad prometida	<input type="radio"/>						
2. Obtengo información útil y oportuna sobre este beneficio	<input type="radio"/>						
3. Entiendo con claridad las ventajas, desventajas y utilidad del beneficio	<input type="radio"/>						
4. Obtengo soluciones oportunas a mis requerimientos asociados a este beneficio	<input type="radio"/>						
5. Percibo que la empresa hace lo necesario para solucionar mis requerimientos en cuanto a éste beneficio	<input type="radio"/>						
6. Las cantidades y las características que tiene el beneficio se ajustan a mis necesidades	<input type="radio"/>						
7. Este beneficio se encuentra en otras compañías en un nivel mas bajo	<input type="radio"/>						
8. El costo económico y no económico para acceder al beneficio es bajo	<input type="radio"/>						

* **1** **2** **3** **4** **5** **6** **7**

Insatisfecho **Satisfecho**

En líneas generales, ¿cuán satisfecho te sientes con este beneficio que te ofrece la empresa?