

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)

(Máximo 120 caracteres, incluyendo espacios y signos)

Título: **PREFERENCIAS RELATIVAS DE
COMPENSACIÓN EN HIPERINFLACIÓN EN
EMPRESAS UBICADAS EN CARACAS PARA
NOVIEMBRE 2018**

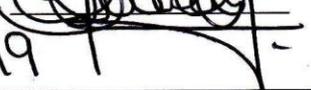
Realizado por: Omar Andrés Da Silva Da Silva

Profesor guía: Eduardo Quevedo Peñuela

RESULTADO DEL EXAMEN:

Este Trabajo de grado ha sido evaluado por el Jurado Examinador y ha obtenido la

Calificación de: Dieciséis 16 () puntos.

Nombre:	<u>Aura Sojo</u>	Firma:	
Nombre:	<u>Elizabeth Forneria</u>	Firma:	
Nombre:	<u>Eduardo Quevedo</u>	Firma:	
Caracas	<u>29</u> de <u>Julio</u>	de	<u>2019</u>



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA: RELACIONES INDUSTRIALES

TRABAJO DE GRADO

**PREFERENCIAS RELATIVAS DE COMPENSACIÓN EN HIPERINFLACIÓN EN
EMPRESAS UBICADAS EN CARACAS PARA NOVIEMBRE 2018**

Tesista: Omar Andrés Da Silva Da Silva

Tutor: Eduardo Quevedo Peñuela

Caracas 16 de junio del 2019

Dedicatoria

A dios...

A mis padres, por darme su apoyo incondicional y ser mis modelos a seguir, enseñándome que todo en la vida requiere de insistir, persistir y nunca desistir para lograr el éxito. Gracias por animarme constantemente a seguir adelante.

A mi hermano, por siempre estar cuando lo necesité.

A mi familia, por todo su apoyo, amor y preocupación, me ayudaron a alcanzar esta meta.

Agradecimientos

A Eduardo Quevedo por aceptar el compromiso de ser el tutor de este Trabajo de Grado, con todo su amplia asesoría y apoyo incondicional.

Especial agradecimiento a Manuela Dos Reis que fue nuestro enlace en las empresas, a Carlos Salazar por apoyar este proyecto, ambos dedicaron parte de su tiempo a facilitarnos la información requerida y sirviendo de intermediarios con el personal.

A los colaboradores que dedicaron parte de su tiempo para participar en el estudio, permitiéndonos así obtener la información necesaria para llevar a cabo esta investigación.

A todos los profesores que proporcionaron su conocimiento y experiencia, generadora de las herramientas necesarias para alcanzar esta meta.

Y para finalizar, a todas aquellas personas que, de una manera u otra, hicieron posible el desarrollo de este estudio.

A todos Muchas Gracias...

Índice

Dedicatoria.....	VIII
Agradecimientos.....	IX
Índice de Gráficas.....	XIV
Índice de Tablas.....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
OBJETIVOS.....	9
Objetivo general.....	9
Objetivos Específicos.....	9
MARCO TEÓRICO.....	10
Salario.....	10
- Tipos de salario.....	10
Inflación.....	11
- Tipos de Inflación.....	12
- Hiperinflación.....	13
- Estanflación.....	13
Compensación.....	14
- Modelos de Compensación.....	15
Generaciones.....	27
- Baby Boomers [1946-1964].....	28
- Generación X [1965-1980].....	28
- Generación Y o Millennials [1981-2000].....	29
- Generación Z o Nativos Digitales [nacidos a partir del 2000].....	29
Análisis Conjunto (Coinjoint analysis).....	30
- Tipologías.....	31
- Diseño Ortogonal.....	33

MARCO REFERENCIAL	34
BÁLTICO CONSULTORES C.A.....	34
- Misión	34
- Visión.....	34
- Valores	34
SUMINDÚ	34
- Historia.....	34
- Visión.....	35
- Misión	35
- Política	35
HIERROBECO.....	36
- Historia.....	36
- Misión	36
- Visión.....	36
- Valores	37
- Política	37
MARCO METODOLÓGICO	38
Tipo de investigación	38
Diseño de la investigación.....	38
Unidad de Análisis	39
- Población	39
- Muestra	39
- Descripción de la muestra.....	41
Definición de las variables	46
- Definición Conceptual de la variable “Compensación Total “	46
- Definición Operacional de la variable “Compensación Total”	46
- Definición Conceptual de las variables “Sociodemográficas”	47

- Definición Operacional de las variables “Sociodemográficas”	47
Cuadro de Operacionalización de las variables	48
- Tabla N°1: Operacionalización Variables-Modelo I Compensación Total	48
- Tabla N°2: Operacionalización Variables-Modelo 2 Compensación financiera..	50
- Tabla N°3: Operacionalización Variables Sociodemográficas	52
Procedimientos para la recolección y análisis de datos	55
- Instrumento de recolección de datos	55
- Prueba Piloto	57
- Procedimiento para la recolección de los datos	60
- Análisis de datos:	61
Factibilidad del proyecto	61
Consideraciones éticas	62
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	63
Total Modelo I “Compensación Total”	63
- Sexo Modelo I	71
- Generaciones Modelo I	75
- Nivel Organizacional Modelo I	81
- Estado Civil Modelo I	87
- EMPRESAS Modelo I	91
- Tiempo en la Organización Modelo I	97
- Carga Familiar Modelo I	107
Total Modelo II “Compensación Financiera”	113
- Sexo Modelo II	120
- Generaciones Modelo II	124
- Nivel Organizacional Modelo II	130
- Estado Civil Modelo II	136
- Empresas Modelo II	140

- Tiempo en la Organización Modelo II.....	146
- Carga Familiar Modelo II	157
Conclusiones.....	164
Recomendaciones	170
ANEXOS.....	175 176
Anexo A “Tarjetas instrumento de recolección de datos Modelo I: Compensación Total”	175 176
Anexo B “Tarjetas instrumento de recolección de datos Modelo II: compensación financiera”	181
Anexo C “Matriz combinaciones de Atributos MI”	187
Anexo D “Matriz combinaciones de Atributos MII”	188

Índice de Gráficas

GRÁFICA 1 RESUMEN IMPORTANCIA PRUEBA PILOTO MI.....	57
GRÁFICA 2 RESUMEN IMPORTANCIA PRUEBA PILOTO MII.....	59
GRÁFICA 3 RESUMEN DE UTILIDADES ATRIBUTO SALARIO BASE TOTAL MI.....	63
GRÁFICA 4 RESUMEN DE UTILIDADES ATRIBUTO PAGO EN DÓLARES TOTAL MI	64
GRÁFICA 5 RESUMEN UTILIDAD ATRIBUTO COMPENSACIÓN VARIABLE TOTAL MI.....	65
GRÁFICA 6 RESUMEN UTILIDAD ATRIBUTO BENEFICIOS TOTAL MI.....	65
GRÁFICA 7 RESUMEN UTILIDADES ATRIBUTO CAPACITACIÓN RECIBIDA TOTAL MI.....	66
GRÁFICA 8 RESUMEN UTILIDADES ATRIBUTO DESARROLLO DE CARRERA TOTAL MI	67
GRÁFICA 9 RESUMEN IMPORTANCIA TOTAL MI.....	67
GRÁFICA 10 RESUMEN IMPORTANCIA HOMBRES MI.....	71
GRÁFICA 11 RESUMEN IMPORTANCIA MUJERES MI.....	73
GRÁFICA 12 RESUMEN IMPORTANCIA BABY BOOMERS MI	75
GRÁFICA 13 RESUMEN IMPORTANCIA GENERACIÓN X MI.....	77
GRÁFICA 14 RESUMEN IMPORTANCIA GENERACIÓN Y MI.....	79
GRÁFICA 15 RESUMEN IMPORTANCIA ALTA GERENCIA MI.....	81
GRÁFICA 16 RESUMEN IMPORTANCIA GERENCIA MEDIA MI.....	83
GRÁFICA 17 RESUMEN IMPORTANCIA EMPLEADOS MI.....	85
GRÁFICA 18 RESUMEN IMPORTANCIA SOLTEROS MI	87
GRÁFICA 19 RESUMEN IMPORTANCIA CASADOS MI	89
GRÁFICA 20 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA A MI.....	91
GRÁFICA 21 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA B MI.....	93
GRÁFICA 22 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA C MI.....	95
GRÁFICA 23 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 0 AÑO MI	97
GRÁFICA 24 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 1 MI	99
GRÁFICA 25 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 2 MI	101
GRÁFICA 26 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 3 MI.....	103
GRÁFICA 27 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 4 MI.....	105
GRÁFICA 28 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 0 MI	107
GRÁFICA 29 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 1 MI	109
GRÁFICA 30 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 2 MI	111
GRÁFICA 31 RESUMEN DE UTILIDADES ATRIBUTO SALARIO BASE TOTAL MII.....	113
GRÁFICA 32 RESUMEN DE UTILIDADES ATRIBUTO PAGO EN DÓLARES TOTAL MII.....	114
GRÁFICA 33 RESUMEN UTILIDAD ATRIBUTO TICKET DE ALIMENTACIÓN MII.....	114
GRÁFICA 34 RESUMEN UTILIDAD ATRIBUTO CONTRIBUCIONES TOTAL MII.....	115

GRÁFICA 35 RESUMEN UTILIDADES ATRIBUTO BENEFICIOS NO SALARIALES TOTAL MII	116
GRÁFICA 36 RESUMEN UTILIDADES ATRIBUTO BONIFICACIONES PERIÓDICAS TOTAL MII.....	116
GRÁFICA 37 RESUMEN IMPORTANCIA TOTAL MII.....	117
GRÁFICA 38 RESUMEN IMPORTANCIA HOMBRES MII	120
GRÁFICA 39 RESUMEN IMPORTANCIA MUJERES MII	122
GRÁFICA 40 RESUMEN IMPORTANCIA BABY BOOMERS MII.....	124
GRÁFICA 41 RESUMEN IMPORTANCIA GENERACIÓN X MII	126
GRÁFICA 42 RESUMEN IMPORTANCIA GENERACIÓN Y MII	128
GRÁFICA 43 RESUMEN IMPORTANCIA ALTA GERENCIA MII.....	130
GRÁFICA 44 RESUMEN IMPORTANCIA GERENCIA MEDIA MII	132
GRÁFICA 0-45 RESUMEN UTILIDAD GERENCIA MEDIA MII....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
GRÁFICA 46 RESUMEN IMPORTANCIA EMPLEADOS MII.....	134
GRÁFICA 47 RESUMEN IMPORTANCIA SOLTEROS MII.....	136
GRÁFICA 48 RESUMEN IMPORTANCIA CASADOS MII	138
GRÁFICA 49 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA A MII	140
GRÁFICA 50 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA B MII.....	142
GRÁFICA 51 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA C MII.....	144
GRÁFICA 52 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 0 MII.....	146
GRÁFICA 53 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 1 MII.....	149
GRÁFICA 54 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 2 MII.....	151
GRÁFICA 55 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 3 MII.....	153
GRÁFICA 56 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 4 MII.....	155
GRÁFICA 57 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 0 MII.....	157
GRÁFICA 58 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 1 MII.....	160
GRÁFICA 59 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 2 MII.....	162

Índice de Tablas

TABLA 1: TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN	39
TABLA 2: TAMAÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA	41
TABLA 3: DISTRIBUCIÓN DE PORCENTAJE DE RESPUESTA POR EMPRESA	42
TABLA 4: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA FINAL POR GÉNERO	42
TABLA 5: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA FINAL POR GENERACIÓN	42
TABLA 6: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR ESTADO CIVIL	42
TABLA 7: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA FINAL POR NIVEL ORGANIZACIONAL	42
TABLA 8: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA FINAL POR CARGA FAMILIAR	43
TABLA 9: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA IDEAL POR ANTIGÜEDAD.....	43
TABLA 10: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR GÉNERO EMPRESA A	43
TABLA 11: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR GÉNERO EMPRESA B	43
TABLA 12: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR GÉNERO EMPRESA C	43
TABLA 13: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR GENERACIÓN EMPRESA A	43
TABLA 14: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR GENERACIÓN EMPRESA B	44
TABLA 15: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR GENERACIÓN EMPRESA C	44
TABLA 16: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR ESTADO CIVIL EMPRESA A	44
TABLA 17: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR ESTADO CIVIL EMPRESA B	44
TABLA 18: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR ESTADO CIVIL EMPRESA C	44
TABLA 19: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR NIVEL ORGANIZACIONAL EMPRESA A	44
TABLA 20: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR NIVEL ORGANIZACIONAL EMPRESA B.....	45
TABLA 21: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR NIVEL ORGANIZACIONAL EMPRESA C.....	45
TABLA 22: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR CARGA FAMILIAR EMPRESA A	45
TABLA 23: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR CARGA FAMILIAR EMPRESA B.....	45
TABLA 24: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR CARGA FAMILIAR EMPRESA C.....	45
TABLA 25: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR ANTIGÜEDAD EMPRESA A.....	46
TABLA 26: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR ANTIGÜEDAD EMPRESA B.....	46
TABLA 27: DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR ANTIGÜEDAD EMPRESA C	46
TABLA 28 RESUMEN IMPORTANCIA PRUEBA PILOTO MI	57
TABLA 29 VALORES CORRELACIONES PRUEBA PILOTO MI	58
TABLA 30 RESUMEN UTILIDADES PRUEBA PILOTO MI	58
TABLA 31 RESUMEN IMPORTANCIA PRUEBA PILOTO MII	59
TABLA 32 VALORES CORRELACIONES PRUEBA PILOTO MII.....	59
TABLA 33 RESUMEN UTILIDADES PRUEBA PILOTO MII.....	60
TABLA 34 RESUMEN DE UTILIDADES ATRIBUTO SALARIO BASE TOTAL MI	63
TABLA 35 RESUMEN DE UTILIDADES ATRIBUTO PAGO EN DÓLARES TOTAL MI.....	64

TABLA 36 RESUMEN UTILIDAD ATRIBUTO COMPENSACIÓN VARIABLE TOTAL MI.....	65
TABLA 37 RESUMEN UTILIDAD ATRIBUTO BENEFICIOS TOTAL MI	65
TABLA 38 RESUMEN UTILIDADES ATRIBUTO CAPACITACIÓN RECIBIDA TOTAL MI	66
TABLA 39 RESUMEN UTILIDADES ATRIBUTO DESARROLLO DE CARRERA TOTAL MI.....	67
TABLA 40 RESUMEN IMPORTANCIA TOTAL MI	67
TABLA 41 VALORES CORRELACIONES TOTAL MI	68
TABLA 42 RESUMEN UTILIDADES TOTAL MI	69
TABLA 43 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 TOTAL MI.....	70
TABLA 44 RESUMEN IMPORTANCIA HOMBRES MI	71
TABLA 45 VALORES CORRELACIONES HOMBRES MI	71
TABLA 46 RESUMEN UTILIDADES HOMBRES MI	72
TABLA 47 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 HOMBRES MI	72
TABLA 48 RESUMEN IMPORTANCIA MUJERES MI	73
TABLA 49 VALORES CORRELACIONES MUJERES MI	73
TABLA 50 RESUMEN UTILIDAD MUJERES MI	74
TABLA 51 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 MUJERES MI.....	74
TABLA 52 RESUMEN IMPORTANCIA BABY BOOMERS MI.....	75
TABLA 53 VALORES CORRELACIONES BABY BOOMERS MI.....	75
TABLA 54 RESUMEN UTILIDADES BABY BOOMERS MI.....	76
TABLA 55 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 6 BABY BOOMERS MI	76
TABLA 56 RESUMEN IMPORTANCIA GENERACIÓN X MI	77
TABLA 57 VALORES CORRELACIONES MI	77
TABLA 58 RESUMEN UTILIDAD GENERACIÓN X MI	78
TABLA 59 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 GENERACIÓN X MI	78
TABLA 60 RESUMEN IMPORTANCIA GENERACIÓN Y MI	79
TABLA 61 VALORES CORRELACIONES GENERACIÓN Y MI	79
TABLA 62 RESUMEN UTILIDAD GENERACIÓN Y MI	80
TABLA 63 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 GENERACIÓN Y MI	80
TABLA 64 RESUMEN IMPORTANCIA ALTA GERENCIA MI	81
TABLA 65 VALORES CORRELACIÓN.....	82
TABLA 66 RESUMEN UTILIDAD ALTA GERENCIA MI	82
TABLA 67 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 ALTA GERENCIA MI.....	82
TABLA 68 RESUMEN IMPORTANCIA GERENCIA MEDIA MI	83
TABLA 69 VALORES CORRELACIONES GERENCIA MEDIA MI	83
TABLA 70 RESUMEN UTILIDAD GERENCIA MEDIA MI	84
TABLA 71 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 GERENCIA MEDIA MI	84
TABLA 72 RESUMEN IMPORTANCIA EMPLEADOS MI	85

TABLA 73 VALORES CORRELACIONES EMPLEADOS MI	85
TABLA 74 RESUMEN UTILIDADES EMPLEADOS MI	86
TABLA 75 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 EMPLEADOS MI.....	86
TABLA 76 RESUMEN IMPORTANCIA SOLTEROS MI.....	87
TABLA 77 VALORES CORRELACIONES SOLTEROS MI.....	87
TABLA 78 RESUMEN UTILIDADES SOLTEROS MI.....	88
TABLA 79 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 SOLTEROS MI.....	88
TABLA 80 RESUMEN IMPORTANCIA CASADOS MI.....	89
TABLA 81 VALORES CORRELACIONES CASADOS MI.....	89
TABLA 82 RESUMEN UTILIDAD CASADOS MI.....	90
TABLA 83 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 CASADOS MI	90
TABLA 84 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA A MI	91
TABLA 85 VALORES CORRELACIONES EMPRESA A MI	92
TABLA 86 RESUMEN UTILIDAD EMPRESA A MI	92
TABLA 87 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 EMPRESA A MI.....	92
TABLA 88 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA B MI.....	93
TABLA 89 VALORES CORRELACIONES EMPRESA B MI	93
TABLA 90 RESUMEN UTILIDAD EMPRESA B MI	94
TABLA 91 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 EMPRESA B MI.....	94
TABLA 92 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA C MI.....	95
TABLA 93 VALORES CORRELACIONES EMPRESA C MI	95
TABLA 94 RESUMEN UTILIDAD EMPRESA C MI	96
TABLA 95 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 EMPRESA C MI.....	96
TABLA 96 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 0 AÑO MI.....	97
TABLA 97 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 0	97
TABLA 98 RESUMEN UTILIDADES ANTIGÜEDAD 0 MI.....	98
TABLA 99 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 ANTIGÜEDAD 0 MI.....	98
TABLA 100 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 1 MI.....	99
TABLA 101 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 1 MI.....	99
TABLA 102 RESUMEN UTILIDAD ANTIGÜEDAD 1 MI.....	100
TABLA 103 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 8 ANTIGÜEDAD 1 MI.....	100
TABLA 104 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 2 MI.....	101
TABLA 105 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 2 MI.....	101
TABLA 106 RESUMEN UTILIDAD ANTIGÜEDAD 2 MI	102
TABLA 107 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 ANTIGÜEDAD 2 MII	102
TABLA 108 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 3 MI.....	103
TABLA 109 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 3 MI.....	103

TABLA 110 RESUMEN UTILIDAD ANTIGÜEDAD 3 MI	104
TABLA 111 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 ANTIGÜEDAD 3 MI.....	104
TABLA 112 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 4 MI.....	105
TABLA 113 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 4 MI.....	105
TABLA 114 RESUMEN UTILIDAD ANTIGÜEDAD 4 MI	106
TABLA 115 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 ANTIGÜEDAD 4 MI.....	106
TABLA 116 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 0 MI.....	107
TABLA 117 VALORES CORRELACIONES CARGA 0 MI.....	108
TABLA 118 RESUMEN UTILIDAD CARGA 0 MI.....	108
TABLA 119 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 CARGA 0 MI.....	108
TABLA 120 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 1 MI.....	109
TABLA 121 VALORES CORRELACIONES CARGA 1 MI.....	109
TABLA 122 RESUMEN UTILIDAD CARGA 1 MI.....	110
TABLA 123 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 CARGA 1 MI.....	110
TABLA 124 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 2 MI.....	111
TABLA 125 VALORES CORRELACIONES CARGA 2 MI.....	111
TABLA 126 RESUMEN UTILIDAD CARGA 2 MI.....	112
TABLA 127 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 CARGA 2 MI.....	112
TABLA 128 RESUMEN DE UTILIDADES ATRIBUTO SALARIO BASE TOTAL MII	113
TABLA 129 RESUMEN DE UTILIDADES ATRIBUTO PAGO EN DÓLARES TOTAL MII	114
TABLA 130 RESUMEN UTILIDAD ATRIBUTO TICKET DE ALIMENTACIÓN MII.....	114
TABLA 131 RESUMEN UTILIDAD ATRIBUTO CONTRIBUCIONES TOTAL MII	115
TABLA 132 RESUMEN UTILIDADES ATRIBUTO BENEFICIOS NO SALARIALES TOTAL MII.....	116
TABLA 133 RESUMEN UTILIDADES ATRIBUTO BONIFICACIONES PERIÓDICAS TOTAL MII	116
TABLA 134 RESUMEN IMPORTANCIA TOTAL MII	117
TABLA 135 VALORES CORRELACIONES TOTAL MII.....	118
TABLA 136 RESUMEN UTILIDADES TOTAL MII.....	118
TABLA 137 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 TOTAL MII	119
TABLA 138 RESUMEN IMPORTANCIA HOMBRES MII.....	120
TABLA 139 VALORES CORRELACIONES HOMBRES MII.....	120
TABLA 140 RESUMEN UTILIDADES HOMBRES MII.....	121
TABLA 141 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 HOMBRES MII	121
TABLA 142 RESUMEN IMPORTANCIA MUJERES MII	122
TABLA 143 VALORES CORRELACIONES MUJERES MII.....	122
TABLA 144 RESUMEN UTILIDAD MUJERES MII.....	123
TABLA 145 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 MUJERES MII	123
TABLA 146 RESUMEN IMPORTANCIA BABY BOOMERS MII.....	124

TABLA 147 VALORES CORRELACIONES BABY BOOMERS MII	124
TABLA 148 RESUMEN UTILIDADES BABY BOOMERS MI.....	125
TABLA 149 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 BABY BOOMERS MII.....	125
TABLA 150 RESUMEN IMPORTANCIA GENERACIÓN X MII.....	126
TABLA 151 VALORES CORRELACIONES MII.....	126
TABLA 152 RESUMEN UTILIDAD GENERACIÓN X MII.....	127
TABLA 153 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 GENERACIÓN X MII.....	127
TABLA 154 RESUMEN IMPORTANCIA GENERACIÓN Y MII.....	128
TABLA 155 VALORES CORRELACIONES GENERACIÓN Y MII.....	128
TABLA 156 RESUMEN UTILIDAD GENERACIÓN Y MII.....	129
TABLA 157 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 GENERACIÓN Y MII.....	129
TABLA 158 RESUMEN IMPORTANCIA ALTA GERENCIA MII	130
TABLA 159 VALORES CORRELACIÓN ALTA GERENCIA MII.....	130
TABLA 160 RESUMEN UTILIDAD ALTA GERENCIA MII.....	131
TABLA 161 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 ALTA GERENCIA MII	131
TABLA 162 RESUMEN IMPORTANCIA GERENCIA MEDIA MII.....	132
TABLA 163 VALORES CORRELACIONES GERENCIA MEDIA MII.....	132
TABLA 164 RESUMEN UTILIDAD GERENCIA MEDIA MII.....	133
TABLA 165 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 GERENCIA MEDIA MII	133
TABLA 166 RESUMEN IMPORTANCIA EMPLEADOS MII	134
TABLA 167 VALORES CORRELACIONES EMPLEADOS MII	134
TABLA 168 RESUMEN UTILIDADES EMPLEADOS MII	135
TABLA 169 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 4 EMPLEADOS MII	135
TABLA 170 RESUMEN IMPORTANCIA SOLTEROS MII	136
TABLA 171 VALORES CORRELACIONES SOLTEROS MII	136
TABLA 172 RESUMEN UTILIDADES SOLTEROS MII	137
TABLA 173 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 SOLTEROS MII	137
TABLA 174 RESUMEN IMPORTANCIA CASADOS MII	138
TABLA 175 VALORES CORRELACIONES CASADOS MII	138
TABLA 176 RESUMEN UTILIDAD CASADOS MII	139
TABLA 177 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 CASADOS MII.....	139
TABLA 178 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA A MII.....	140
TABLA 179 VALORES CORRELACIONES EMPRESA A MII.....	140
TABLA 180 RESUMEN UTILIDAD EMPRESA A MII.....	141
TABLA 181 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 3 EMPRESA A MII	141
TABLA 182 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA B MII	142
TABLA 183 VALORES CORRELACIONES EMPRESA B MII	142

TABLA 184 RESUMEN UTILIDAD EMPRESA B MII.....	143
TABLA 185 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 4 EMPRESA B MII	143
TABLA 186 RESUMEN IMPORTANCIA EMPRESA C MII	144
TABLA 187 VALORES CORRELACIONES EMPRESA C MII.....	144
TABLA 188 RESUMEN UTILIDAD EMPRESA C MII.....	145
TABLA 189 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 EMPRESA C MII	145
TABLA 190 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 0 MII	146
TABLA 191 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 0	147
TABLA 192 RESUMEN UTILIDADES ANTIGÜEDAD 0 MII	147
TABLA 193 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 4 ANTIGÜEDAD 0 MII	148
TABLA 194 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 1 MII	149
TABLA 195 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 1 MII	149
TABLA 196 RESUMEN UTILIDAD ANTIGÜEDAD 1 MII	150
TABLA 197 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 ANTIGÜEDAD 1 MII	150
TABLA 198 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 2 MII	151
TABLA 199 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 2 MII	151
TABLA 200 RESUMEN UTILIDAD ANTIGÜEDAD 2 MII	152
TABLA 201 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 ANTIGÜEDAD 2 MII	152
TABLA 202 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 3 MII	153
TABLA 203 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 3 MII	153
TABLA 204 RESUMEN UTILIDAD ANTIGÜEDAD 3 MII	154
TABLA 205 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 ANTIGÜEDAD 3 MII	154
TABLA 206 RESUMEN IMPORTANCIA ANTIGÜEDAD 4 MII	155
TABLA 207 VALORES CORRELACIONES ANTIGÜEDAD 4 MII	155
TABLA 208 RESUMEN UTILIDAD ANTIGÜEDAD 4 MII	156
TABLA 209 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 4 ANTIGÜEDAD 4 MII	156
TABLA 210 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 0 MII	157
TABLA 211 VALORES CORRELACIONES CARGA 0 MII	158
TABLA 212 RESUMEN UTILIDAD CARGA 0 MII	158
TABLA 213 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 9 CARGA 0 MII.....	159
TABLA 214 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 1 MII	160
TABLA 215 VALORES CORRELACIONES CARGA 1 MII	160
TABLA 216 RESUMEN UTILIDAD CARGA 1 MII	161
TABLA 217 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 2 CARGA 1 MII.....	161
TABLA 218 RESUMEN IMPORTANCIA CARGA 2 MII	162
TABLA 219 VALORES CORRELACIONES CARGA 2 MII	162
TABLA 220 RESUMEN UTILIDAD CARGA 2 MII	163

TABLA 221 MEJOR COMBINACIÓN DE ATRIBUTOS TARJETA 4 CARGA 2 MII.....	163
---	-----

Índice de Figura

FIGURA 1: MODELO DE COMPENSACIÓN TOTAL DE WORLD AT WORK.....	20
FIGURA 2: MODELO MORALES Y VELANDIA SISTEMA SALARIAL (2005)	22
FIGURA 3: MODELO DE REMUNERACIÓN TOTAL DE CHIAVENATO	24
FIGURA 4: ESQUEMA TIPOS DE RECOMPENSAS CHIAVENATO	25
FIGURA 5: MODELO DE MILKOVICH Y NEWMAN.....	26

RESUMEN

En la actualidad con la globalización del mercado laboral y la crisis económica por la cual está atravesando Venezuela, es imperativo que las organizaciones conozcan las preferencias relativas de sus colaboradores con respecto a la compensación, ya que, les permitirá diseñar e implementar planes de compensación, los cuales estarán ajustados a la realidad del mercado laboral y a las características demográficas de los empleados de la organización. La presente investigación tiene como objetivo determinar las preferencias relativas de compensación en el contexto hiperinflacionario venezolano. Por ello, se utilizó la técnica de Análisis Conjunto, la cual busco determinar la importancia relativa que los colaboradores otorgan a los atributos sobresalientes de la compensación total y la compensación financiera, así como su utilidad. En una misma sintonía, la investigación es de tipo descriptiva, enmarcada en un diseño no experimental transeccional, como instrumento metodológico para recabar información se utilizó el cuestionario, este se aplicó por medio de modelos de tarjetas, bajo la metodología del Análisis Conjunto. La población de las tres empresa está compuesta por personal base, gerencial y directivo, en total 152 personas para noviembre 2018, por motivos logísticos se tomó en cuenta sólo a los que laboraban en el área metropolitana de Caracas para la fecha, siendo un total 107 personas la muestra ideal. Se logró recabar el 85% de dicha muestra, siendo el saldo restante mortalidad de la población, al no lograr localizarlos y por incumplimiento de los estándares de tiempo, establecidos para la recolección de la información. Los datos se analizaron a través de SPSS, generando los estadísticos descriptivos de Utilidad y de Importancia relativa del Análisis Conjunto. Se concluyó que los atributos que obtuvieron mayor peso relativo son: el Salario Base en la Compensación Total (Modelo I) y el Ticket de Alimentación en la Compensación Financiera (Modelo II).

Palabras Clave: Preferencias Relativas, Compensación Financiera, Compensación Total, Análisis Conjunto, Hiperinflación.

INTRODUCCIÓN

En un mundo que presenta cambios tan acelerados y constantes, los responsables de recursos humanos estaban en la obligación de adaptarse a ellos, para lograr atraer y retener la fuerza laboral del siglo XXI. Además, de los cambios como la globalización del mercado, la robótica, entre otros, existen factores como los económicos y sociales que pueden ser desfavorables para la empresa, obligándolas a reinventarse para poder reducir los costos en términos de compensación y a la vez mantener motivado el capital humano.

Una de estas situaciones desfavorables que en la actualidad tiene el mayor impacto para el caso venezolano según Torres (2015) es la hiperinflación. González (2018) analiza las diversas situaciones hiperinflacionarias que ha vivido la región latinoamericana y la contrasta con la venezolana, y si aunado a esto tomamos las declaraciones del Fondo Monetario Internacional (apartir de ahora FMI) y la Asamblea Nacional (en adelante AN), la crisis venezolana esta rompiendo récords en términos hiperinflacionarios sin precedentes en la región. Lo que tiene como consecuencia un aumento de la rotación de personal en la empresa y una creciente migración del talento en búsqueda de mejores oportunidades laborales para salir adelante.

Por ello es de vital importancia que las organizaciones y empresas que se mantienen en el país tengan presente las preferencias relativas de la compensación de sus colaboradores, para generar mejores planes de compensación que garanticen la continuidad de la empresa en el mercado y sobre todo el bienestar de sus colaboradores ante tan difícil situación.

Para lograr dicho fin, se abordará la investigación en la siguiente secuencia:

1. Planteamiento del Problema: Se procederá a realizar una breve descripción acerca del entorno que rodea la problemática del estudio, así mismo, se plasmará la información preliminar mínima relevante acerca de los trabajos previos que antecedieron esta investigación. Adicionalmente se presenta la pregunta de investigación y los objetivos.

2. Marco teórico: Está conformado por las bases teóricas sobre las cuales se soporta la investigación y su objetivo es aportar los conceptos y conocimientos necesarios para la comprensión del tema estudiado.
3. Marco Referencial: Este capítulo actúa como una breve introducción de las empresas participantes en el estudio.
4. Marco Metodológico: Está compuesto por el tipo y diseño de la investigación, al igual que la unidad de análisis, población y la muestra a estudiar. También se encuentra desarrollado la operacionalización de las variables, el instrumento de recolección y el procedimiento para salir a campo. Y por último, se incluyen la utilidad del estudio y las consideraciones éticas.
5. Presentación y análisis de los resultados: Se presentan los resultados obtenidos, así como, también los resultados producto del cruce entre las variables sociodemográficas y los modelos.
6. Conclusiones: Se darán a conocer las conclusiones individuales y generales luego del análisis de los resultados logrados durante la investigación.
7. Recomendaciones: Se presentan una serie de sugerencias y recomendaciones tanto para las empresas participantes en el estudio, como para futuras investigaciones.
8. Referencias Bibliográficas: Despliega la bibliografía consultada a lo largo de la investigación.
9. Anexos: Se encontrará material que permitirá ampliar, confirmar y sustentar la información que se desarrolló en toda la investigación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En una era de cambios constantes, las organizaciones y específicamente los responsables del área de Recursos Humanos, están obligados a reescribir las reglas de juego en cuanto a la organización, contratación, desarrollo y gestión, para de esta manera realizar la labor titánica de atraer, seleccionar y retener a la fuerza laboral del siglo XXI. Esta era es conocida como la Cuarta Revolución Industrial o la era del Gran Cambio, esto debido a los acelerados avances tecnológicos que estamos presenciando, ejemplos de ello son la robótica y la nanotecnología. Todo esto origina que la fuerza laboral sea cada vez más digital, diversa, global y eficiente con los medios sociales y la automatización. (Deloitte, 2017)

Ocasionando que la atracción, retención y motivación de esta fuerza laboral se convierta en la base de todo recurso humano independientemente de la naturaleza de la empresa o rama a la cual pertenezca. Es evidente que uno de los elementos utilizados para cumplir con esta tarea, es el otorgar la debida compensación y beneficios a los trabajadores, de manera que se sientan motivados para trabajar en la empresa y logren la consecución de sus objetivos. (Deloitte, 2017)

Hay que resaltar que, desde sus principios, el trabajo es la fuente de ingreso que le ha permitido a los seres humanos satisfacer sus necesidades básicas. A pesar de esto, a medida que el sistema laboral evoluciona, otros factores se ven involucrados en el ámbito del trabajo, como lo son los aspectos no monetarios los cuales han ido tomando en las últimas décadas mayor importancia en la vida del trabajador, consiguiendo que este aspecto determine la preferencia del trabajador a la hora de escoger por una empresa u otra. (Deloitte, 2017)

Adicionalmente, hay que tomar en consideración los casos en que, los factores económicos, sociales y políticos sean adversos a los recursos financieros de las empresas, los cuales son limitados, por lo que ésta se vea obligada a buscar alternativas de compensación que reduzca sus costos y a su vez mantengan al recurso humano motivado y satisfecho. La conclusión de la Teoría de las Relaciones Humanas de la Empresa es que los individuos no sólo son motivados por incentivos económicos, sino que también por otros distintos, como los estímulos sociales y psicológicos. (Torres, 2015)

En relación con lo anterior Torres (2015) afirma que en el 2005 el sociólogo Iván de la Vega publicó el libro “Mundo en movimiento”. En donde describe a la sociedad global por su libertad de movimiento, gracias a los patrones de conducta que tienden a reafirmarse, como por ejemplo los incentivos para la búsqueda de oportunidades. Esto explica la tendencia global de la migración calificada, y la cual es más notoria en el caso particular venezolano, ya que, se encuentran presentes factores estructurales tales como: la inseguridad, inestabilidad política, recesión económica, falta de oportunidades laborales y el factor que más impacto tiene en la actualidad, la hiperinflación o pérdida del poder adquisitivo, que a su vez presenta otro fenómeno económico conocido como la estanflación.

En otro orden de ideas, Rubio (2017) asevera que “la inflación es el crecimiento sostenido del nivel general de precios durante un período de tiempo concreto”. Asimismo, expone algunas definiciones; en primer lugar tenemos, la teoría económica Clásica, la cual se define como el aumento de los precios que depende de la oferta monetaria existente, es decir, cuando hay exceso de liquidez los precios tienden a subir y, por lo contrario, si no existe suficiente dinero disponible, los precios bajan.

Luego tenemos la definición Keynesiana, la cual expresa que la inflación está estrechamente unida a la curva de oferta y demanda, en otras palabras, en cuanto más demanda exista de un producto concreto, la oferta tenderá a ser superior o viceversa. Según esta teoría, el punto de equilibrio es la intersección entre ambas curvas (oferta y demanda), la demanda no es rigurosamente estática por lo que fluctuará sobre ambos lados del punto de equilibrio, por esta razón, cuando la demanda sea superior, el precio aumenta lo que produce inflación, y viceversa, cuando la demanda es inferior se produce deflación. (Rubio, 2017)

Por último tenemos al premio Nobel de economía Milton Friedman, condensa de forma breve y clara el concepto de inflación en la siguiente expresión “la inflación es un impuesto sin legislación”. Según él, los estímulos del gobierno son una intromisión más del Estado en la vida de los ciudadanos, lo que lleva eventualmente a una subida de los precios, y por consiguiente, a una subida proporcional de los impuestos sin tener que arrojar mano de una política fiscal. (Torres, 2015)

En el otro orden de ideas, Urquijo & Bonilla (2008) afirma que la inflación es “la pérdida de valor adquisitivo de la moneda, es decir, de su valor de compra en el mercado,

que se suele manifestar en un acelerado aumento del precio de los productos más esenciales” (p. 56).

Según Sindeyev (2015) un artículo del portal RT describe que en la historia mundial han existido 5 hiperinflaciones que se destacan por encima de todas las demás, en primer lugar, tenemos la de Hungría en 1946 donde la inflación mensual llegó a ser de los 13.600 billones por ciento, producto de la ocupación alemana y la destrucción de la mitad su capacidad productiva. En segundo lugar, la más reciente de todas la de Zimbabue en 2008 donde la inflación mensual se colocó en 79.600 millones por ciento, producto de la expropiación de tierras de productores aptos a gente sin experiencia. En tercer lugar, la del Estado fracasado de Yugoslavia en 1993 con una inflación mensual del 313 millón por ciento, fruto de la división de la Unión Soviética y la impresión masiva de dinero. En cuarto lugar, la de Alemania en 1923 con una inflación mensual del 29.500 por ciento, ocasionado por la derrota de la primera guerra mundial y las sanciones impuestas al país. Y en último lugar la de Grecia en 1943 con una inflación mensual del 13.800 por ciento, producto de la ocupación alemana. Se observa que los peores casos de hiperinflación en la historia son producto de guerras y de malas políticas económicas tomadas por el gobierno.

En una misma sintonía, González (2018) en un artículo publicado en el portal web de Finanzas Digitales, analiza las seis (6) hiperinflaciones vividas en Latinoamérica antes de la venezolana, la menos conocida sería la de Chile en 1973 luego del golpe militar que derroco a Allende, la inflación mensual se ubicó en 88%. Luego la de Bolivia la cual tuvo una duración de 18 meses durante los años 1984-1985, el mes con mayor inflación fue el de febrero de 1985 con 183% de inflación. En 1986 fue el turno de Nicaragua hasta 1991 la cual rompió los récords de la hiperinflación más larga documentada del mundo (con 58 meses), la inflación llegó a ser del 261% mensual. En 1988 fue Perú siendo hito el mes de agosto cuando su tasa se ubicó en 397% (siendo las más alta registrada en Latinoamérica). En 1989-1990 Argentina, la cual se pudo ubicar en 197% en el mes de julio. Y finalmente Brasil en 1989-1990 con una inflación mensual de 82%. Se puede concluir que los episodios de hiperinflación en Latinoamérica fueron y son producto de malas políticas económicas por parte de los gobiernos.

En el caso particular venezolano se puede señalar que la inflación ha sido fiel acompañante de los venezolanos en los últimos 35 años como lo establece González (2018) en su artículo “Hiperinflaciones en América Latina”. Hay que remontarse a 1983

para contemplar la última inflación con un dígito la cual fue del 6.2%. Entre 1984 y 2012 el promedio de la tasa de inflación ha sido del 32%. Pero en los últimos años la tasa inflacionaria promedio ha pasado a tener tres dígitos.

El Nacional WEB (2018) publicó un artículo en el cual la Asamblea Nacional asevera que Venezuela cerró el 2017 con el 2.616% de inflación, siendo diciembre la tasa más elevada con el 85%, datos presentados por Rafael Guzmán miembro de la comisión de finanzas de la AN en rueda de prensa. Asimismo, Agence France-Presse o AFP (2018) informó que el FMI prevé para Venezuela una inflación anualizada de hasta un 13.000% y una reducción del PIB de un 15%, en ocasión al informe presentado por el economista jefe del FMI para América Latina Alejandro Werner. Adicionalmente, Werner expresa que Venezuela ya cerró con caída del 16,5% en 2016 y 14% en 2017, lo que representa una caída constante del PIB durante tres años consecutivos (AFP, 2018).

Así mismo, El Nacional (2019), en un artículo publicado el 10 de Enero, afirma que la inflación acumulada de Venezuela para el cierre de 2018 se ubicó en 1.698.488,2%, situándola entre las tres hiperinflaciones más altas del mundo, todo esto según el presidente de la Comisión de Finanzas y Desarrollo Económico de la AN Rafael Guzmán.

Esto causa una pérdida muy acelerada del valor de la moneda de circulación nacional, en otras palabras, una pérdida del valor adquisitivo de los sueldos y salarios, repercutiendo de forma negativa en la gerencia de compensación o de administración de salarios, mediante la imposibilidad de diseñar e implementar planes de retención competitivos en el mercado nacional y global.

Con respecto a lo antes mencionado, a continuación, se presentarán estudios que antecedieron a este, en materia de preferencias relativas de compensación:

La investigación de Becerra & Merlos (2005) titulada "*preferencias relativas de las recompensas financieras y no financieras de empleados con base en el análisis conjunto*", la investigación se realizó en cuatro empresas del sector tecnológico en Venezuela, se efectuó a través de un diseño descriptivo-transversal y con la técnica de análisis conjunto la cual permite determinar la importancia relativa que los empleados le otorgan a los atributos sobresalientes de las recompensas financieras y no financieras así como su utilidad. De las dos variables: recompensas extrínsecas financieras y no financieras se derivan cinco atributos (Compensación, Seguridad en el trabajo, Relaciones con el supervisor, Oportunidades de Crecimiento y Oportunidades de trabajo en el

exterior), adicionalmente se evaluaron en conjunto con cinco variables personales (Nivel Jerárquico, Sexo, Estado Civil, Edad y Antigüedad en la organización) las cuales enriquecieron aún más el estudio. Como resultado encontraron una mayor preferencia relativa hacia el atributo de compensación (30,89%), sin embargo, el (69,11%) restante pertenece a las recompensas no financieras, revelando un resultado opuesto a estudios típicos de preferencias absolutas en ambientes socioeconómicos semejantes.

En el mismo orden de ideas, la investigación de Cabrera & Davis (2009) titulada *“Preferencias relativas de compensación total y diversidad generacional en la zona metropolitana de Caracas”*, tuvo como objetivo determinar los elementos de compensación total preferidos en función de la diversidad generacional en empresas pertenecientes al sector Retail (Ventas al detal o minorista), ubicadas en la zona metropolitana de Caracas. Se enmarcaron bajo el esquema de compensación total de World at Work y en la recopilación de teorías de diversidad generacional. Para lograr los objetivos se utilizó la técnica de Análisis Conjunto, para medir las preferencias relativas de los sujetos con respecto a los elementos de compensación total. La investigación fue de tipo exploratoria-descriptiva, la cual se desarrolló en campo a través de entrevistas y la aplicación de un instrumento metodológico a empleados pertenecientes a la muestra seleccionada. Como resultados llegaron a que los Millennials presentaba marcadas diferencias con respecto a los Baby Boomers, X y, debido a que su orden de preferencias en cuanto a la compensación total está compuesto en primer lugar por el atributo Beneficios seguido de Compensación, Reconocimiento y Desempeño, Balance Vida-Trabajo y el último lugar Desarrollo y oportunidades de carrera.

Al igual que, la investigación de Bravo & Ferreira (2013) titulada *“Razones para renunciar y atributos de recompensa total para la retención del talento medido con análisis conjunto”*, la cual tiene como propósito comprobar si existe relación entre las razones para renunciar expresadas por los empleados y los atributos que ellos mismos identificaron como importantes al momento de retenerlos, medido a través del análisis conjunto. El diseño de la investigación es no-experimental y transversal. Se utilizó la técnica de Análisis Conjunto para determinar las preferencias relativas de los empleados y la técnica de entrevista de salida que tiene como objetivo identificar las razones de renuncia de sus empleados. La población está compuesta por los empleados que renunciaron y participaron en las entrevistas de salida pertenecientes a una empresa de telecomunicaciones en el área metropolitana de Caracas en el periodo comprendido entre

los meses de abril-septiembre del 2013. Como conclusión se llegó a que los sujetos presentan mayor preferencia por el atributo compensación al momento de mantenerse en la organización, mientras que los resultados de las entrevistas de salida, la principal razón de renuncia fue la mudanza al exterior.

Por otra parte, la investigación de Laya & Ochoa (2017) titulada “*preferencias de profesionales en TIC Millennials sobre recompensas totales en una empresa de aplicaciones móviles*”, el objetivo de esta investigación consistió en evaluar las preferencias en cuanto a los elementos de compensación total en la generación Millennials de profesionales de tecnologías de información en la empresa Synergy-GB, se realizó a través de un diseño de tipo descriptivo no-experimental. Se empleó una encuesta para recolectar la información de la muestra seleccionada, que consistió en 15 profesionales que laboran en el departamento de tecnología de la empresa. Como resultados se obtuvo que los Millennials prefieren el elemento de compensación en primer lugar, seguido por beneficios, Balance vida-trabajo, desarrollo de carrera, reconocimiento y en última instancia gestión del rendimiento.

Es importante resaltar que, si bien los estudios anteriores a este han indagado sobre el fenómeno de las preferencias personales de compensación, dichas investigaciones no han sido en un contexto hiperinflacionario, el cual es de difícil aparición y más raro aún con la prolongación que actualmente está padeciendo Venezuela, por dichos motivos este estudio se encargará de analizar las preferencias personales de compensación en un ambiente hiperinflacionario. Por lo cual, dadas las consideraciones antes presentadas, se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuáles serían las preferencias relativas de compensación en hiperinflación en empresas ubicadas en Caracas, a través del Análisis Conjunto (Conjoint Analysis), para noviembre 2018?

OBJETIVOS

Objetivo general

- Determinar las preferencias relativas de compensación en empresas ubicadas en Caracas, a través del Análisis Conjunto (Conjoint Analysis), para noviembre del 2018.

Objetivos Específicos

- Identificar, las preferencias relativas de compensación total para los empleados de empresas ubicadas en Caracas a través del Análisis Conjunto.
- Identificar, las preferencias relativas de compensación financiera para los empleados de empresas ubicadas en Caracas a través del Análisis Conjunto.
- Determinar las utilidades (“utilities”) para cada uno de los niveles de los atributos, a través del Análisis Conjunto.
- Establecer la mejor combinación de atributos, para cada modelo y sus respectivos segmentos sociodemográficos, a través del Análisis Conjunto.
- Identificar las preferencias relativas de la compensación según las variables sociodemográficas (sexo, estado civil, carga familiar, generación, nivel jerárquico, antigüedad) a través del Análisis Conjunto.

MARCO TEÓRICO

A continuación, abordaremos cinco temáticas, como lo son: Salario (a), Inflación (b), Modelos de Compensación (c), Generaciones (d) y Análisis conjunto (e). Es imperativo revisar dicha temática, ya que, este capítulo representa las bases teóricas de la tesis, las cuales consecuentemente se abordarán para dar sentido al trabajo.

Salario

El origen de la palabra salario proviene de un cultismo que es usado desde el siglo XV, el cual proviene del latín “*Salarium*” que significa sal. Para el imperio Romano este mineral era de suma importancia, ya que, se usaba para múltiples tareas como: desinfectar heridos, conservar alimentos, forma de pago y de símbolo social, por ello empleaban a cientos de soldados para su transporte y como recompensa recibían pequeñas bolsas de sal (Jaramillo, 2014).

Ahora según DRAE ó Diccionario de la Real Academia Española (2018), el salario tiene como connotación en primer lugar “paga o remuneración regular” y en su segunda acepción “cantidad de dinero con que se retribuye a los trabajadores por cuenta ajena”.

En este orden de ideas La Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT, 2012) en su artículo 104 plantea el siguiente concepto de salario:

Se entiende por salario la remuneración, provecho o ventaja, cualquiera fuere su denominación o método de cálculo, siempre que pueda evaluarse en moneda de curso legal, que corresponde al trabajador o trabajadora por la prestación de su servicio y, entre otros comprende las comisiones, primas, gratificaciones, participación en los beneficios o utilidades, sobresueldos, bono vacacional, así como recargos por días feriados, horas extraordinarias o trabajo nocturno, alimentación y vivienda.

- Tipos de salario

Según la LOTTT (2012) el salario se podrá estipular de tres formas:

1. Salario por unidad de tiempo: Se entenderá por unidad de tiempo, cuando se toma en cuenta el trabajo que se realiza en un determinado tiempo, sin usar como medida el resultado de este.
2. Salario por unidad de obra, por pieza o a destajo: Se entenderá por unidad de obra, por pieza o destajo cuando se toma en cuenta la obra realizada por el trabajador sin usar como medida el tiempo empleado por el trabajador.
3. Salario por tarea: Será así cuando se tome en cuenta la duración del trabajo, pero con la obligación de dar un rendimiento determinado dentro de la jornada.

Otros autores afirman que el valor del salario se puede categorizar en nominal y real. El salario nominal es la remuneración recibida por el trabajador en un tiempo determinado, como resultado de la prestación de su servicio. Por otra parte, salario real está representado por todos aquellos bienes que el trabajador puede obtener con la cantidad de dinero correspondiente al poder adquisitivo (Urquijo & Bonilla, 2008).

Inflación

Bierman (c.p. Rodríguez, 2011) señala que el concepto de inflación es el aumento continuo de los precios bienes y servicios que se mueven en un sistema económico. Por otro lado, Purroy (2006) define la inflación como un proceso de alza persistente del nivel general de precios. Desde la perspectiva monetaria, la inflación corresponde a un descenso continuo del valor del dinero. La medida generalizada e indiscutible que utilizan los economistas que usan para reflejar la inflación, es la tasa de cambio porcentual del índice de precios al consumidor (IPC) de un país. El IPC recoge los precios ponderados de la canasta de bienes de consumo que se consideran representativos del consumo típico de una familia en el país.

En ese mismo orden de ideas Faria & Sabino (c.p. Rodríguez, 2011) manifiestan que:

La inflación es un proceso económico caracterizado por alzas generalizadas y sostenidas de precios en el tiempo. Por alzas generalizadas de precios se entiende que aumentan todos los precios. Así los precios de los bienes y servicios, el precio del servicio del trabajo. En otras palabras, sueldos y salarios. En adición, sube también el precio de las

monedas extranjeras, es decir, el bolívar se deprecia frente al dólar, el marco alemán y el yen japonés, lo que significa que debemos entregar mayor número de bolívars para comprar las monedas de otros países”.

Por otro lado, Urquijo & Bonilla (2008) aseveran que la inflación es la pérdida del valor adquisitivo de la moneda, es decir, de su valor de compra en el mercado, que suele manifestarse en un acelerado aumento del precio de los productos esenciales.

- **Tipos de Inflación**

Urquijo & Bonilla (2008) realizan una recopilación que resalta los diferentes tipos de inflación:

- **Inflación latente**: Cuando el equilibrio entre las presiones inflacionarias y las fuerzas deflacionarias se traduce en un crecimiento moderado del costo de vida.
- **Inflación declarada**: Cuando las presiones inflacionarias se manifiestan abiertamente, superando el umbral inflacionario.
- **Inflación galopante**: Cuando las presiones inflacionarias alcanzan unos grados de intensidad muy elevados.
- **Inflación reprimida**: Frente a un proceso inflacionario se pueden establecer controles estatales, como controles de precios y salarios, medidas de política fiscal y monetaria, que pudiese tener un relativo éxito. Esta sería un signo distinto, aunque de efectos parecidos a la inflación latente.
- **Inflación no declarada o, de hecho**: Cuando frente a las presiones inflacionarias las autoridades estatales no establecen controles, dado que no detectan la acción abrumadora de dichas presiones frente a las fuerzas que las neutralizan, y por el contrario continúan tratándola durante un tiempo largo como si se tratara de una inflación latente, neutralizada.

Aparte de los tipos ya mencionados de inflación existen dos clasificaciones que explicaremos más en detalle a continuación:

- **Hiperinflación**

León (2016) expresa que “la hiperinflación es el resultado de un largo período de elevada inflación, en la que los precios aumentan sin control y la moneda pierde valor” (...) Este escenario se puede ver agravado por la incapacidad del Banco Central de recoger la gran cantidad de dinero inyectada durante la crisis (p.1).

En otro orden de ideas Philip Cagan (c.p. Reinhart & Savastano, 2003) afirma que un episodio de hiperinflación da inicio en el mes donde los aumentos de los precios supera el 50% y finaliza en el mes anterior al cual ese aumento cae por debajo de esa tasa y permanece con ese comportamiento por lo menos un año.

Asimismo International Accounting Standard Board (IASB) (c.p León, 2016) definen a la hiperinflación como la tasa de inflación acumulada en tres años cercana al 100%, es decir, 26% por año compuesto.

- **Estanflación**

Conocida también como inflación con estancamiento, supone una subida notable y sostenida de los precios, combinado con el aumento progresivo de los niveles de paro (Gutiérrez & Zurita, 2006).

En esta línea de ideas P. Samuelson (c.p. Gutiérrez & Zurita, 2006) afirma que la estanflación es un fenómeno típico de las economías mixtas, debido a factores diversos, y no sólo económicos, debido a que tenemos una sociedad que ante el desempleo y la recesión económica no disminuye los precios, ni los salarios, a lo que se suma un relajamiento laboral de la sociedad, muchas veces precedentes de la prosperidad anterior del país, la aparición de diversos mecanismos institucionales, como los subsidios de desempleo, salarios mínimos, segmentación del mercado laboral, cambios profundos en las expectativas y actitudes de los agentes económicos en muchos ámbitos.

Compensación

Existen numerosos aportes de los conceptos compensación, remuneración o recompensas. Como lo hacen Milkovich & Boudreau (1994) los que definen a la compensación como una herramienta que “incluye las retribuciones financieras y los servicios y beneficios tangibles que reciben los empleados como parte de una relación de empleo”.

Por otro lado, Morales & Velandia (1999) emplean el término sistema de compensación y lo definen como un “conjunto de políticas, técnicas y objetivos de compensación” compuesto por salarios, prestaciones legales, sociales y beneficios.

En cambio, Werther y Davis (c.p. Cabrera & Davis , 2009) expresan que la compensación puede ser considerado como una gratificación recibida por los empleados a cambio de su labor.

En ese mismo orden de ideas Chiavenato (2009) expone que la remuneración constituye todo lo que el empleado recibe como consecuencia del trabajo que realiza en una organización, es decir, significa una retribución, premio o reconocimiento por los servicios de la persona.

Ahora, Urquijo & Bonilla (2008) desde la perspectiva del lenguaje económico plantean que “se entiende por remuneración el total de pagos que recibe un trabajador por la prestación de sus servicios” (p.25).

Tomando en consideración todo lo anterior, podemos concluir que, de acuerdo con la contribución de los empleados en los objetivos de la organización, estos son compensados de varias maneras, conformado así lo que se conoce como un sistema de Compensación Total, el cual según World at Work, “es el retorno monetario y no monetario entregado a los empleados como intercambio por su tiempo, talento, esfuerzo y resultados” (Urquijo & Bonilla, 2008, p.19).

- **Modelos de Compensación**

Los modelos de compensación total esquematizan y ayudan a comprender la compensación de la retribución percibida por el empleado, a través de un análisis integrado de recursos humanos y sus estrategias (Cabrera & Davis , 2009).

Con la finalidad de ampliar la visión sobre este tema, a continuación, se abordarán diferentes modelos de compensación total.

I. Modelo de Compensación Total de World at Work

Durante la última década, la noción de la compensación total se ha desarrollado de una manera importante, todo gracias a los diversos autores que se han dedicado a la construcción de modelos de compensación, los cuales esquematizan y ayudan a comprender la retribución percibida por el colaborador, a través de la visión sistemática.

World at Work es una asociación sin fines de lucro líder en compensación y recompensas totales (a partir de ahora RT). Su misión es ayudar a sus miembros y otros profesionales a influir en el éxito de sus organizaciones. A parte de proporcionar un liderazgo reflexivo en la disciplina de compensación total de los expertos más respetados del mundo y una gran comunidad de profesionales, también cumple con su misión a través de un marco estratégico para atraer, retener, motivar y animar a los empleados.

Las RT abarcan seis componentes: compensación, beneficios, efectividad de la vida laboral, reconocimiento, gestión del desempeño y desarrollo del talento, los cuales definen colectivamente la estrategia de una organización para atraer, motivar, retener y comprometer a los empleados. Estos componentes representan un conjunto de herramientas que la organización ofrece y alinea una propuesta de valor que da como resultado empleados satisfechos, comprometidos y productivos que, a su vez, crean el rendimiento y los resultados empresariales deseados.

Las organizaciones exitosas entienden que las RT deben diseñarse y administrarse en el contexto no sólo del entorno interno (donde la organización tiene el control directo), sino también de las influencias externas a la organización (para las cuales hay poco o nulo control).

Influencias externas

Económico

El panorama económico global tiene un profundo efecto en las organizaciones en general, y en las RT en particular. Los costos asociados a las RT se encuentran entre los mayores gastos incurridos por el negocio. En consecuencia, estos costos deben ser monitoreados y, si es necesario, ajustarlos para garantizar la continua viabilidad financiera. Las condiciones económicas pueden tener un rápido aumento o una caída, en cualquier momento, desde los niveles globales hasta los industriales, por ello requiere respuestas paulatinas y medidas por parte de los profesionales de RT que ayuden a ajustar los programas a las condiciones cambiantes.

Mercado Laboral

Las RT es la forma casi universal de intercambiar el talento, esfuerzo y las habilidades de un empleado y la capacidad del empleador para atraer y retener las habilidades necesarias para cumplir con su misión. Por lo tanto, las RT se convierten en la intersección crucial entre la oferta y la demanda de mano de obra. Los profesionales de RT deben comprender las tendencias y los movimientos del mercado laboral para alcanzar el punto óptimo de atraer al talento necesario a un costo que sea asequible y sostenible.

Normas Culturales

Las normas culturales y sociales son otro de los componentes críticos relacionados con las influencias externas. Las recompensas que son valoradas y apreciadas en una cultura pueden ser menos valiosas en otras. Los profesionales de RT deben tener una comprensión de las costumbres y los impulsores del mercado, y las expectativas de la fuerza de trabajo para poder adaptar los programas de manera efectiva para su máxima eficacia.

Regulación

Las cuestiones reglamentarias relativas de las RT son muy amplias según el país y la región, estas leyes afectan el diseño y la implementación de las reglas de pago,

beneficios y trabajo. Los programas organizacionales deben evaluarse para garantizar que puedan aplicarse legalmente a nivel local. Esto puede requerir adaptación de estos o incluso programas alternativos para garantizar el cumplimiento. Además, las infracciones legales y reglamentarias pueden dar lugar a sanciones, publicidad negativa y posibles restricciones que pueden disminuir la capacidad de una organización para realizar negocios.

Estas influencias externas impactan directamente con la Estrategia Empresarial, la Cultura Organizacional y la Estrategia de Recursos Humanos.

Estrategia Empresarial

Los profesionales de Recursos Humanos (de ahora en adelante RR. HH) acuerdan que las estrategias de recursos humanos y recompensas a los empleados deben basarse en la estrategia comercial de la organización. Una estrategia de negocios puede poner su énfasis en una de las siguientes áreas claves:

Excelencia Operacional: Una combinación de precio, calidad, confiabilidad y facilidad de compra que los competidores no pueden igualar. La corporativa normalmente se esfuerza por minimizar el desperdicio y recompensar la eficiencia.

Liderazgo de Producto/Servicio: Innovación, desarrollo de productos y explotación de mercado. La cultura corporativa fomenta la imaginación y una mentalidad impulsada por la perspectiva de crear el futuro.

Relaciones con los Clientes: Crea resultados para clientes cuidadosamente seleccionados. La cultura corporativa fomenta relaciones profundas y duraderas con los clientes.

Cultura Organizacional

Cada empresa tiene una cultura organizacional única que está conformada no sólo por las influencias externas en el mundo, sino también por el liderazgo de la directiva, la demografía de los empleados e incluso la propia estrategia de negocios.

Estrategia de Recursos Humanos

Si bien la estrategia empresarial y la cultura organizacional se basan en influencias externas, estos son los componentes que impulsan el diseño y la ejecución del enfoque integral que una organización toma en relación con cada faceta de su capital humano o la estrategia de recursos humanos. A su vez, la estrategia de recursos humanos impulsa el desarrollo y la administración de la estrategia de recompensa total.

Ahora bien, la Estrategia del Negocio, la de Recursos Humanos y la Cultura Organizacional, definirán:

La Estrategia de Compensación Total

Hay seis elementos de recompensas totales, cada uno de los cuales incluye programas, prácticas, elementos y dimensiones que definen colectivamente la estrategia de una organización para atraer, motivar, retener y comprometer a los empleados:

Compensación

Paga provista por un empleador a un empleado por servicios prestados (es decir, tiempo, esfuerzo, habilidad). Esto incluye pagos fijos y variables vinculados a niveles de rendimiento.

Beneficios

Programas que el empleador utiliza para complementar la compensación en efectivo que reciben los empleados. Estos programas de salud, protección de ingresos, ahorros y jubilación brindan seguridad a los empleados y sus familias.

Balance vida-trabajo

Un conjunto específico de prácticas organizacionales, políticas y programas, además de una filosofía que apoya activamente los esfuerzos para ayudar a los empleados a lograr el éxito tanto en el trabajo como en el hogar.

Reconocimiento

Reconocer o dar especial atención a la acción, los esfuerzos, el comportamiento o el desempeño de los empleados y respalda la estrategia empresarial reforzando ciertos comportamientos (por ejemplo, logros extraordinarios) que contribuyen al éxito de la organización. Estos programas pueden ser formales o informales.

Gestión del rendimiento

La alineación de los esfuerzos de la organización, el equipo y el individuo hacia el logro de los objetivos comerciales y el éxito de la organización. Incluye establecer expectativas, demostración de habilidades, evaluación, retroalimentación y mejora continua.

Desarrollo de talento

Proporciona la oportunidad y las herramientas para que los empleados avancen sus habilidades y competencias en sus carreras a corto y largo plazo. Las organizaciones respaldan las oportunidades de carrera para desplegar eficazmente a los empleados con talento, ayudándolos a que entreguen el valor más alto en su trabajo.

La reflexión de una organización sobre las influencias externas, la estrategia empresarial, la cultura organizacional, la estrategia de RR.HH. y, en última instancia, su propia estrategia de recompensas culmina en una fuerza de trabajo que tiene a las personas adecuadas en los empleos adecuados motivados y comprometidos para hacer las cosas correctas. y se sienta leal a la organización y su éxito.

El modelo de Compensación total World at Work demuestra la relación dinámica entre el empleador y los empleados. Para las organizaciones, el resultado deseado es el rendimiento del negocio y los resultados a través del trabajo de los empleados comprometidos que contribuyen con su volumen, talento y esfuerzos.



Figura 1: Modelo de Compensación Total de World At Work

(Fuente: World atWork, 2018)

II. Modelo de Morales y Velandia (Sistema Salarial o de Compensaciones)

Se entiende como sistema salarial o de compensación según Morales y Velandia (1999): “el conjunto de políticas, técnicas y objetivos de compensación traducidos en las retribuciones financieras, prestaciones o beneficios tangibles que se otorgan a los empleados como parte de la relación laboral (p.9).

Los cimientos de este sistema están conformados por las políticas de la organización, las cuales son traducidas en técnicas en la práctica, que a su vez apuntan a los resultados deseados que son los objetivos (Morales & Velandia, 2005).

Morales y Velandia (1999) manifiestan que estas políticas deben ser enmarcadas en los conceptos de equidad interna y competitividad externa.

La primera hace referencia a la comparación entre los puestos de trabajo, niveles de habilidad o productividad dentro de una organización. Tiene como base el contenido del trabajo, las habilidades para desempeñarlo, la relativa contribución del trabajo a los objetivos de la organización además enfatiza el desempeño de la persona. Por otro lado, la segunda se refiere a la posición relativa de los salarios de la organización con relación a otra. Existen tres alternativas posibles según los autores: superar a la competencia, igualarla, o encontrarse por debajo de la competencia (Morales & Velandia, 2005).

Ahora bien, los autores parten de una distinción entre compensación directa e indirecta (Camiña & Goncalves, 2009):

En la compensación directa, encontramos en primer lugar el salario base, el cual hace referencia a la retribución por el tiempo que un empleado recibe regularmente, es necesario que la gerencia contemple el nivel de complejidad del puesto, a través de la descripción del trabajo, de esta se puede obtener información confiable sobre la organización, unidades de trabajo y empleados. Teniendo la descripción, se procederá a valorarlos, para finalmente asignarle una remuneración que este directamente correlacionada con la complejidad de la tarea, este es el modo más objetivo y eficaz para cumplir con el principio de equidad interna.

En segundo lugar los incrementos por mérito y los incentivos, son los elementos variables que forman parte de la remuneración, son variables porque tienen relación directa con el desempeño, esto es así, ya que, se busca recompensar e impulsar el desempeño, para que a su vez la equidad interna se vea reforzada, ya que, quienes aporten más a la organización, por ende deben ser recompensados (Morales & Velandia, 2005).

Ahora la compensación indirecta, se refiere a los beneficios o prestaciones en la organización, estos son el complemento de los programas salariales tradicionales, en otras palabras, no forman parte por el servicio prestado, en cambio se otorga por el simple hecho de pertenecer a la organización, estas incluyen los conceptos de protección de salud, servicios al empleado, pensiones de jubilación, entre otros. Esta parte de la compensación existe y tiene la finalidad de proteger el bienestar del colaborador. Los beneficios deben estar guiados por la misión, visión y valores de la empresa, y a su vez, la organización debe buscar el equilibrio entre la compensación directa e indirecta, mediante un análisis de capacidad financiera y de administración del programa, para hacer la distinción de que beneficios puede o no ofrecer la organización (Morales & Velandia, 2005).

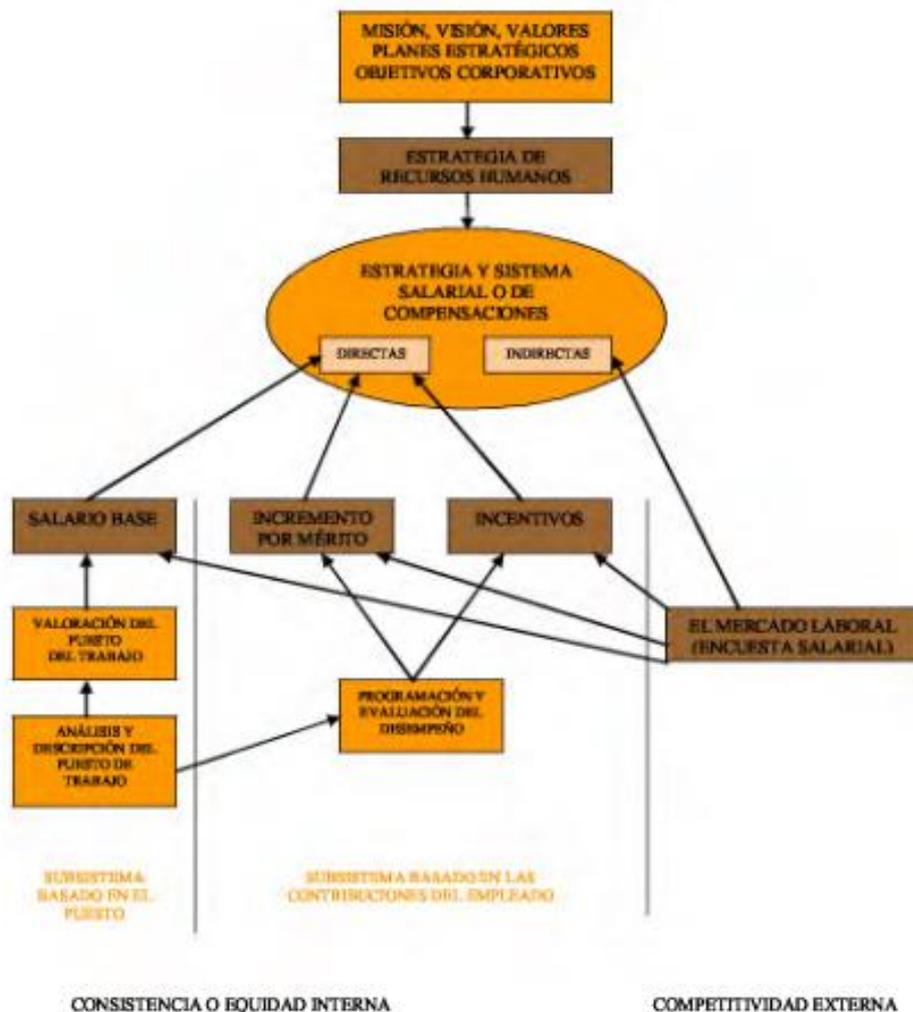


Figura 2: Modelo Morales y Velandia Sistema Salarial (2005)

(Fuente: Morales & Velandia, 2005)

Entonces teniendo la valoración de los puestos, las recompensas por rendimiento y el conocimiento del mercado laboral (competitividad), las organizaciones cuentan con información suficiente para estructurar su sistema salarial de manera eficiente (Camiña & Goncalves, 2009).

III. Modelo de Remuneración Total de Chiavenato

Manifiesta que nadie trabaja gratis, los trabajadores son asociados de la organización, por lo cual, cada trabajador tiene el interés de invertir su trabajo, dedicación y esfuerzo, conocimientos y habilidades; siempre y cuando reciba una gratificación conveniente. Por otra parte, a las organizaciones también les interesa invertir en recompensas para los colaboradores, siempre y cuando aporten a la consecución de los objetivos planteados. De aquí se deriva la remuneración total, las cuales se dividen en tres componentes principales (Chiavenato, 2009):

Remuneración Básica

En la mayoría de las organizaciones, este es el principal componente de su paquete de remuneración total, es decir, la paga fija que devenga de forma regular el trabajador en forma de sueldo mensual o salario por hora.

Incentivos Salariales

Los cuales son programas de recompensas diseñados para que los trabajadores generen un buen desempeño. Se pagan de diversas maneras, puede ser por medio de bonos y participación en los objetivos, recompensas por los resultados, entre otros mecanismos.

Prestaciones

Son el tercer componente de la remuneración total y, usualmente, pueden presentar con el nombre de remuneraciones indirectas. Se otorgan a través de distintos planes, como lo son el seguro de vida y salud, subsidio de comida y transporte, entre otros.

Expone a su vez, que la proporción relativa de uno de los componentes tendrá a variar por organización (Chiavenato, 2009).

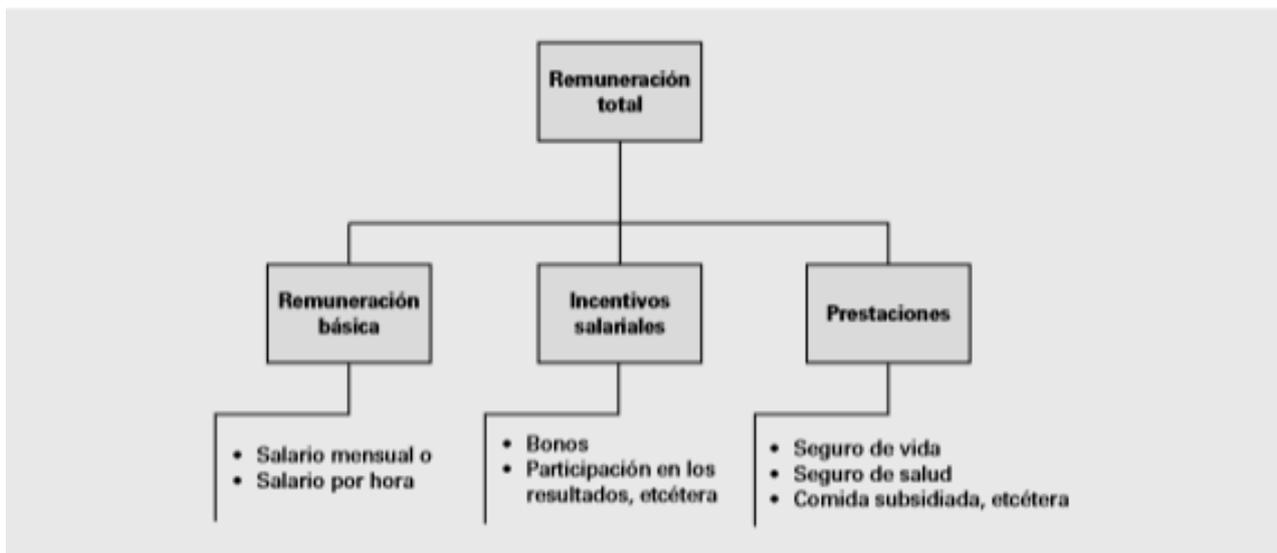


Figura 3: Modelo de Remuneración Total de Chiavenato

(Fuente: Chiavenato, 2009)

Adicionalmente plantea una división de las recompensas en dos categorías (Chiavenato, 2009):

Recompensas Financieras: Consiste en el estipendio que cada colaborador recibe en forma de salarios, bonos, premios y comisiones. Esto se entiende como salario, y es el elemento más importante, este se presenta en forma de dinero o equivalentes, el cual es pagado al empleado por su empleador en función del puesto que tiene asignado y los servicios que presta durante un determinado periodo (Chiavenato, 2009). Puede presentarse en dos formas:

Directo: Chiavenato (2009) afirma: “es lo que se percibe como contraprestación del servicio en el puesto ocupado. Se puede referir al mes o a las horas que se han trabajado”(p.284).

Indirecto: Las recompensas indirectas se derivan de las cláusulas del contrato colectivo y del plan de prestaciones y servicios que la empresa ofrece. Este incluye: vacaciones, gratificaciones, participación en los resultados, horas extras, así como el equivalente monetario que la organización ofrece (alimentación y transporte subsidiado, seguro de vida colectivo, entre otros)(Chiavenato, 2009, p. 285).

Recompensas No Financieras: Son las recompensas que ofrece la organización, como seguridad de empleo, oportunidades de desarrollo, reconocimiento, entre otros.

Estas afectan la satisfacción que las personas derivan del sistema de remuneración (Chiavenato, 2009).

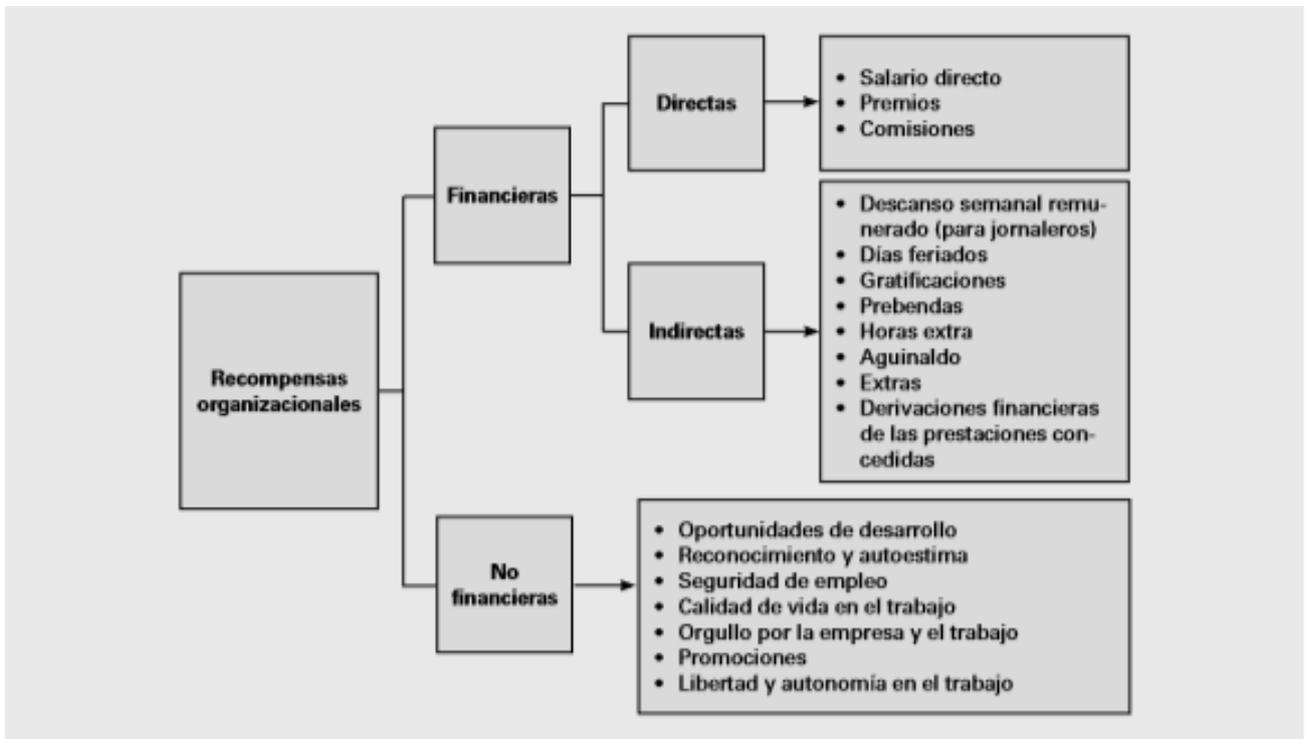


Figura 4: Esquema Tipos de Recompensas Chiavenato

(Fuente: Chiavenato, 2009)

IV. Modelo de Milkovich y Newman

Milkovich y Newman (1999) manifiestan en su modelo que la compensación total es un proceso donde la organización debe completar ciertas estrategias, esto para lograr sus objetivos. Cada estrategia propuesta por el modelo posee ciertas técnicas para su cumplimiento.

Consistencia Interna: Se refiere a las comparaciones entre los puestos de trabajo o niveles de calificación dentro de la organización, esto para lograr el principio de equidad interna, la cual plantea “igual salario, por igual trabajo”. Las técnicas para desarrollar esta estrategia son el análisis del trabajo, las descripciones de cargo y su codificación, y la clasificación de estos (Milkovich & Newman, 1999).

Competitividad Externa: Reseña la forma en que el empleador paga sus posiciones en contraste con sus competidores, interviene toda la información pertinente del mercado laboral, entre sus técnicas se encuentra la definición y encuestas del mercado, los lineamientos y políticas de las organizaciones (Milkovich & Newman, 1999).

Contribución del empleado: Es el desempeño demostrado por los colaboradores de la organización, las técnicas que interceden son la antigüedad, el desempeño y el mérito que tiene cada uno de los trabajadores (Milkovich & Newman, 1999).

Administración: Esta última estrategia, consiste en el cuidado de todo el sistema de compensación desarrollado por los autores, las técnicas son planificación, el presupuesto y la comunicación dentro y fuera de la empresa (Milkovich & Newman, 1999).

Cumpliendo con estas cuatro estrategias se logra cumplir los tres objetivos principales, los cuales son eficiencia, equidad y legalidad (Camiña & Goncalves, 2009).

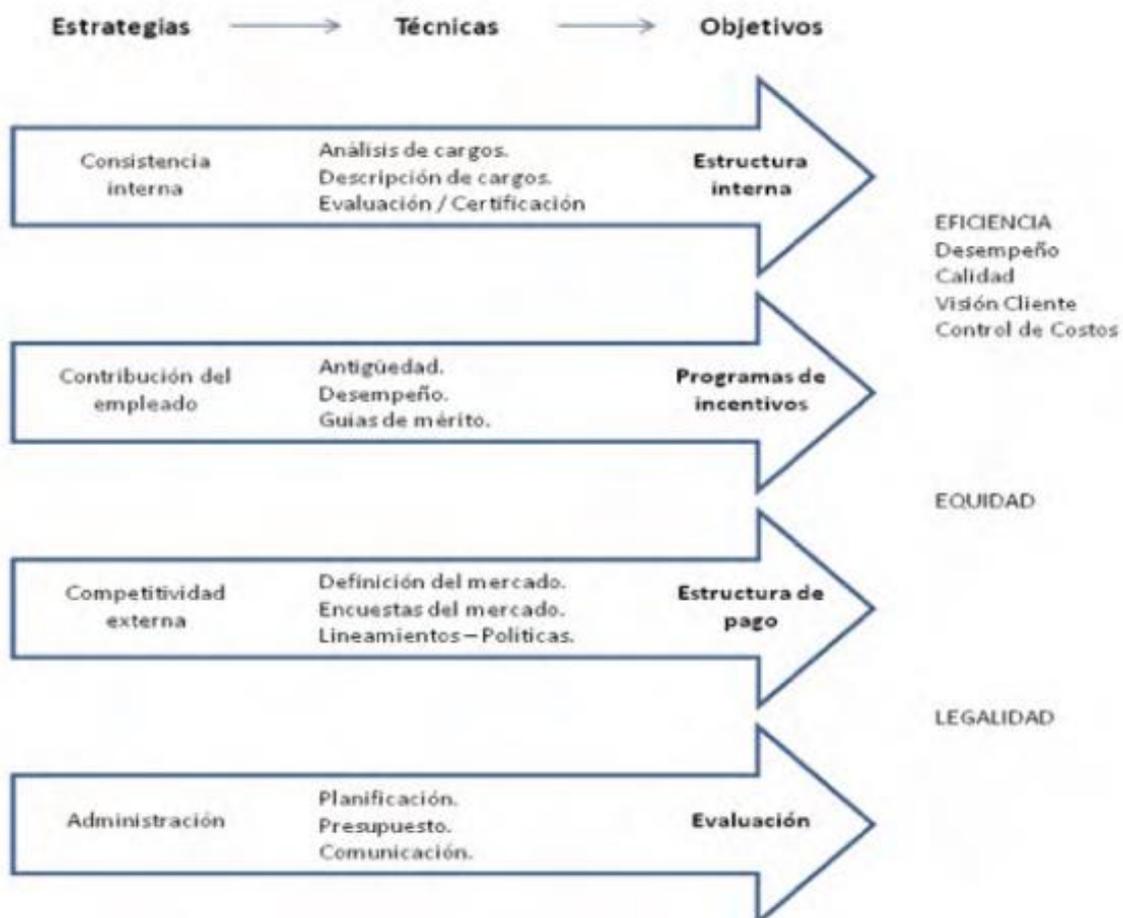


Figura 5: Modelo de Milkovich y Newman

(Fuente: Milkovich & Newman, 1999)

Generaciones

Antes de comenzar a explorar la temática de generación, es indispensable abordar en primer lugar el concepto de esta. El DRAE (2018) en su quinta acepción la delimita como el “conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación”.

Ahora el sociólogo Karl Mannheim (c.p. Dutra, 2017) “define generación como un grupo de jóvenes que comparten una atmósfera histórica y social similar, donde se dan acontecimientos que marcan un antes y un después en la vida colectiva” (p.4). Apoyándose en este concepto Howe y Strauss (1991) la definen generación social como el grupo de sujetos nacidos en un mismo período de tiempo, los cuales comparten acontecimientos históricos, comportamientos y creencias, manteniendo un sentimiento de pertenencia a ese momento en común. Estos autores se destacan por establecer tres atributos para diferenciar a las generaciones: las creencias y los comportamientos en común, la ubicación compartida histórica y el sentimiento generacional de pertenencia. Apartir de estos atributos Dutra (2017) afirma que se establecen las categorías y denominaciones que facilitan el estudio teórico.

Por otra parte, Pitcher (c.p Dutra, 2017) precisa el concepto de generación como “una agrupación de personas que en la etapa de maduración vivencian eventos significativos que influyen, aún inconscientemente, en sus actitudes y comportamientos” (p. 5). En esa misma sintonía Martínez & Novo (2015) destacan que los eventos significativos pueden ser guerras, crisis económicas, caídas de paradigmas, innovación tecnológica, cambios climáticos, entre otros. Por esta razón, hacen hincapie en que estos marcaron a cada generación en lo particular y fueron claves al momento de delimitar a cada grupo debido a sus variantes socioeconómicas y geográficas propias de cada tiempo y lugar.

Otro punto que es destacable es que Simón Allard (2007) afirman que la conexión global de los acontecimientos, la tecnología y la comunicación influyen en la contracción del intervalo de tiempo que caracteriza la definición de una generación. Gardner y Davis (2014) coinciden que la tecnología actualmente define las generaciones y que el alcance

de cada generación dependerá directamente de la longevidad de una innovación tecnológica particular (Dutra, 2017, p.5).

Si bien existen cinco generaciones para los fines de este estudio se tomaran solamente cuatro, las cuales se encuentran activamente trabajando en las organizaciones, estas son:

- **Baby Boomers [1946-1964]**

Martínez & Novo (2015) afirman que Baby Boomers (BB) es el término usado para describir a las personas que nacieron durante el Boom de natalidad (baby boom), que ocurrió en países anglosajones luego de la Segunda Guerra Mundial, son los nacidos entre los años 1946 y 1964. Los BB vivieron los movimientos de protesta juvenil (mayo francés), la llegada del hombre a la luna, las rupturas familiares y la turbulencia social.

Por lo tanto, para los BB, su aprendizaje es lineal y práctico, respetan la jerarquía y las normas institucionales, empiezan a surgir alta competitividad en conjunto con los sentimientos de individualismo y la tecnología se asoma como una herramienta. Gran parte de su vida profesional de los BB se desarrolló en una misma empresa (Martínez & Novo, 2015).

- **Generación X [1965-1980]**

Se utiliza ese término normalmente para referirse a los sucesores de los BB, han vivido bajo la presión de obtener el éxito a cualquier precio y escalar profesionalmente hasta lo más alto posible. Son los nacidos entre los años 1965 y 1980, pero debido a los retrasos tecnológicos de ciertos países (latinoamericanos) el rango de la clasificación puede extenderse varios años (Martínez & Novo, 2015).

Se caracterizan por haber vivido en su adolescencia hitos históricos como la caída del Muro de Berlín, la Explosión del Challenger, la globalización económica y el desempleo de los padres. Presenciaron la irrupción de la tecnología en la vida y el trabajo, un ejemplo de ello es de la tv. blanco y negro, hasta la llegada del LED de alta definición y los equipos de recreación electrónica (consolas de juego). Han sido educados en

familias divididas, y vivido una importante fragmentación social. Valoran más las estructuras horizontales y flexibles que la autoridad jerárquica, el aprendizaje y el conocimiento son necesarios para el cambio, el desarrollo y la innovación, en consecuencia, aprenden rápido. Valoran la autoridad por meritocracia y no la autoridad jerárquica. Buscan el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, tal vez en un intento de recuperar los valores familiares perdidos (Martínez & Novo, 2015).

- **Generación Y o Millennials [1981-2000]**

Se denominan generación Y o Millennials a los nacidos en los últimos veinte años del milenio, se identifican por vivir en un mundo conectado, viven en un universo competitivo autoimpuesto y en la velocidad de la información. La independencia, flexibilidad y las ganas de emprender son sus principales rasgos (Martínez & Novo, 2015).

Se determinan por haber presenciado el 11 de septiembre Estados Unidos (a partir de ahora EE. UU), el cambio climático, varios eventos trágicos aleatorios que han dado un sentimiento de gran inseguridad imprevisibilidad laboral, vivieron la pérdida del trabajo de sus padres, por lo que se han vuelto grandes críticos del sistema laboral. Fueron educados en múltiples configuraciones familiares. Tienen gran respeto por la diversidad, son auténticos, flexibles y les motiva trabajar en ambientes multiculturales. La tecnología irrumpe fuertemente en la vida cotidiana, siempre están conectados. Más que planificar y organizar, coordinan y gestionan la cotidianidad. El aprendizaje se da a través de redes en un ambiente multimedia y de simulación (Martínez & Novo, 2015).

- **Generación Z o Nativos Digitales [nacidos a partir del 2000]**

Llamados también Nativos Digitales, iGen o Generación Web, todavía no existe un acuerdo sobre las fechas límites de esta generación, el rango varía desde los 1990 hasta mediados de los 2000. Nacidos después del auge digital, hace que estos se adapten extraordinariamente rápido a futuras tecnología. Son impacientes, producto del internet, desean resultados inmediatos. La velocidad y el cambio son otra de las características de estos jóvenes. (Martínez & Novo, 2015).

Son individualistas, curiosos y ansiosos, no creen vivir de acuerdo con las normas sociales actuales. Su sociedad existe en la red, donde expresan sus opiniones y abren su mente. Están siempre predispuestos a la acción, buscan retos y respuestas inmediatas. Esperan recompensas continuas, no esperarán años para un ascenso o un aumento (Martínez & Novo, 2015).

Naranjo (2018) manifiesta que cada generación tipificada tiene intereses, y valores clasificados de una manera específica a las cuales hay que atender. En otras palabras “No es el cómo le doy a mis trabajadores, sino lo que ellos necesitan o requieren dentro de su escala de preferencias”

Análisis Conjunto (Coinjoint analysis)

La génesis de los fundamentos del análisis conjunto o modelo composicional multi-atributo data de la década de 1920, pero fueron Luce & Tukey en 1964 los pioneros en el estudio y aplicación de las teorías de conjunto al área de marketing (Rao, 2014). Para 1990, el análisis conjunto experimentó un gran crecimiento en su investigación, al igual, que en la aplicación y desarrollo en diversas áreas. Ya para la década del 2000, se utiliza para desarrollar modelos más complejos, a los cuales se les incorporan nuevas variables, diseñando ambientes de posibles situaciones a cualquier área, interrelacionando las múltiples influencias que ejercen presión sobre las decisiones y ayudando a adaptar productos y servicios o ideas a las preferencias o necesidades de los consumidores (Cabrera & Davis , 2009).

El análisis conjunto o modelo composicional multi-atributo es una técnica multivariable que se utiliza específicamente para entender cómo los encuestados desarrollan preferencias para productos y servicios. Está basado en la premisa de que los encuestados le asignan un valor de utilidad a un producto o servicio que resulta de la combinación de las cantidades parciales de utilidad suministrada a cada atributo del producto. La investigación consiste en presentar a los individuos encuestados un objeto (producto/servicio/idea), el cual estará caracterizado por una serie de atributos, los cuales deben puntuar según el orden de importancia (preferencia) que ellos le otorguen. Esto tiene como producto unos niveles de preferencias que se establecen, por escogencia consciente o inconscientemente por parte del entrevistado (Cabrera & Davis , 2009).

Ahora bien, se tienen dos estrategias que explican las preferencias de los sujetos según Ferreira (2011):

1. La estrategia de Composición: “Consiste en preguntarle a los sujetos cuál es la importancia de cada atributo. Se pretende estimar la utilidad global de diversas configuraciones de un producto o servicio, e implica el uso de las habituales escalas de Likert” (Ferreira , 201, p.344).
2. La estrategia de Descomposición: la cual recurre a la tarea de ordenar una serie de estímulos, lo que resulta en un mayor realismo.

Para los fines de esta investigación se utilizará la estrategia de descomposición, siendo el investigador quien suministre a los sujetos una serie de tarjetas, las cuales les pedirá que las ordenen. Estas tarjetas tienen asignado unos niveles de atributos que constituyen un producto. A partir de la ordenación de las tarjetas y así como los niveles de los atributos, se calcula la importancia de cada atributo (utilidad) y utilidad parcial que se encuentra asociada a cada nivel de atributo de los productos estudiados. En consecuencia, se puede saber la configuración de los niveles de los atributos que suman o restan atractivo a un producto (Ferreira , 2011).

Es imperativo diferenciar entre las “características” del producto y “atributos” del producto. A grandes rasgos las “características” según Rao (2014) “son descripciones objetivamente medidas del producto y los “atributos” son evaluaciones subjetivas de este” (p.5.). Adicionalmente Roa manifiesta el siguiente ejemplo, con respecto a un chocolate, la cantidad de azúcar en un chocolate de un tamaño dado es una característica objetivamente medible, mientras que el juicio de cuán dulce es el chocolate corresponde con el atributo de “dulzura” desde luego que subjetivo.

- **Tipologías**

El análisis conjunto consta de diferentes métodos que determinan el procedimiento utilizado para el levantamiento de la información. Rao (2014) asevera que esencialmente hay cuatro tipos de métodos de análisis conjunto:

Método tradicional Conjoint Analysis (CA): recopila las preferencias para el perfil de los productos hipotéticos, cada uno descrito en el conjunto completo de atributos seleccionados para el estudio conjunto. Cuando se concatenan los niveles de todos los atributos, el conjunto completo de los perfiles en general será muy grande. Un encuestado tendrá una carga excesiva cuando se le pida proporcionar juicios de dichas preferencias en todos los perfiles, comúnmente se utiliza un conjunto más pequeño de los perfiles completos en el estudio, las preferencias declaradas generales de un individuo se descomponen en valores de utilidad separados y compatibles correspondientes a cada atributo que normalmente utiliza métodos basados en regresión, estas funciones separadas se denominan “partworth” específicas del atributo (Rao , 2014).

Método Choise-based Conjoint Analysis (CBCA): si bien el enfoque tradicional implica perfiles completos de conceptos de productos descritos en múltiples atributos, a lo largo de los años han surgido varios formatos nuevos de recopilación de datos. Un desarrollo significativo es el uso de datos sobre elecciones establecidas obtenidas en escenarios hipotéticos que imitan el mercado y estiman las funciones “partworth” a partir de dichos datos utilizando principalmente métodos logísticos multi-nomiales, los cuales se hicieron populares a principios de la década de los noventa y probablemente son los más utilizados actualmente (Rao , 2014).

Método Adaptive Conjoint Analysis (ACA): implica primero una tarea de auto explicación seguida de calificaciones de preferencias para un conjunto de descripciones de perfiles parciales, dos al mismo tiempo, utilizando una escala de comparación pareada y calificada. Las descripciones parciales se adaptan a cada encuestado en función de los datos recopilados en la tarea auto explicación. Este enfoque es considerado un método híbrido (Rao , 2014).

Método Auto explicativo (Self-explicated): este enfoque de composición basado en los modelos de actitud de atributos múltiples estima las preferencias a partir de los valores juzgados, a los individuos se les pide que evalúen la conveniencia de cada nivel de todos los atributos, así como la importancia relativa asignada a los atributos. Entonces la preferencia por cualquier concepto de producto se estima como la suma ponderada de las conveniencias para los niveles específicos de atributos que describen ese concepto: las ponderaciones con las importancias relativas. Los estudios revelan que este método es bastante robusto (Rao , 2014).

- **Diseño Ortogonal**

Según el manual de uso SPSS Conjoint de la IBM, es la técnica que permite generar los subconjuntos de diseños factoriales. Se utiliza este procedimiento para generar una matriz ortogonal que suele ser el punto de partida para el análisis conjunto, en esta se listan las variables con sus respectivos atributos y los niveles de cada uno de ellos. Luego de eso se determina la cantidad de tarjetas que constituye el plan (arrojadas por el programa SPSS), en ella estarán representadas todas las combinaciones de los atributos y sus diferentes niveles (IBM, 2013).

El principal inconveniente de este metodo es que la gran cantidad de perfiles que se generán, por ello muchos de los estudios de esta índole utilizan las llamadas series ortogonales. Es decir, que el número de perfiles resultantes de todas las combinaciones posibles de los niveles, se hace tan grande que impide que los encuestados clasifiquen con sentido. Por ello, se utiliza un subconjunto de todos los perfiles posibles en el estudio (IBM, 2013).

Es importante destacar que esta técnica permite determinar la importancia relativa de los atributos, ya que, se fuerza de alguna manera al sujeto a decidir en funcion de observaciones reales y no establece las preferencias absolutas, a través de las cuales los individuos expresan su deseo sin tomar en cuenta las variables del entorno (Becerra & Merlos, 2005)

MARCO REFERENCIAL

Con el fin de situar al lector en el contexto bajo el cual se desarrolló el estudio, se expondrá a continuación una breve reseña de las empresas participantes en el estudio.

BÁLTICO CONSULTORES C.A

- **Misión**

Prestar servicios de consultoría, operación y gestión empresarial aportando soluciones confiables e innovadoras que fortalezcan al cliente para el logro de sus objetivos.

- **Visión**

Ser la empresa consultora de servicios integrales que ofrezcan las mejores soluciones a los clientes.

- **Valores**

Báltico Consultores busca mantener y desarrollar su actividad con fundamento en sus valores esenciales, como lo son:

- Compromiso
- Servicio
- Confiabilidad

Fuente: Portal Web Báltico Consultores (Báltico Consultores C.A., 2018)

SUMINDÚ

- **Historia**

Fue fundada el 23 de junio de 1969, por iniciativa de capitales privados y en el año de 1986, luego de la reestructuración de la gerencia, objetivos y metas se encaminó a ser la primera empresa en la distribución de aceros especiales, inoxidable y aleaciones no ferrosas del país; haciendo énfasis en el servicio y el respeto a sus clientes y proveedores.

Iniciaron sus operaciones en la ciudad de Caracas y a lo largo del tiempo fueron expandiéndose para prestar sus servicios a nivel nacional. En la actualidad se encuentran ubicados en Caracas, Valencia, Barquisimeto, Barcelona, Puerto Ordaz, Maracaibo y San Cristóbal, para así prestar el mejor servicio en la atención y entrega.

Han invertido en equipos de corte, manipulación de materiales y transporte para prestar el mejor servicio a sus clientes.

Además, cuentan con un sistema de gestión de calidad, bajo el modelo COVENIN 9001:2008, lo cual contribuye a mejorar cada día la gestión que realizan y a generar en sus clientes la confianza en la calidad de los productos y el servicio que ofrecen.

Cuentan con más de 170 trabajadores con una filosofía de trabajo en equipo, servicio y calidad. Los cuales siguen permanentemente programas de adiestramiento y mejoramiento profesional para lograr llevar adelante el buen funcionamiento de la organización.

- **Visión**

Ser la mejor empresa del país en la distribución de aceros especiales, inoxidable y materiales no ferrosos, suministrando productos y servicios de primera calidad que les proporcionen a nuestros clientes ventajas comparativas y competitivas.

- **Misión**

Comercializar aceros especiales, inoxidable y materiales no ferrosos de la más alta calidad, producidos por proveedores de trayectoria reconocida, con la contribución de personal calificado, instalaciones, equipos adecuados para el manejo de los productos y el apoyo de recursos tecnológicos que permitan satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes en pro de su desarrollo, para así consolidar una empresa rentable, eficiente y confiable, capaz de adaptarse a las exigentes condiciones del mercado y generar bienestar a nuestros colaboradores y accionistas.

- **Política**

Sumindú tiene como compromiso de prestar servicio eficiente y confiable en la compra, venta, almacenamiento y distribución de Aceros Especiales, Inoxidable y Materiales No Ferrosos de calidad internacional, con la participación de personal calificado, y el mejoramiento continuo de la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad, para así satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes.

Fuente: Portal Web Sumindú (Sumindú, 2018)

HIERROBECO

- **Historia**

Es una empresa constituida en el año 1972. Desde su inicio se estableció como principal objetivo, distribuir productos siderúrgicos, dirigidos a los sectores de la industria metalmecánica, construcción y ferretero; logrando formar una trayectoria y participación en el mercado de productos siderúrgicos, reconocida a través de la satisfacción de sus clientes.

Cuenta con cuatro instalaciones, una sede principal que canaliza la administración y control, las sucursales operan como oficinas de venta y depósito. Atendiendo comercialmente todo el Territorio Nacional, a través de una flota de transporte propio y particulares.

Comercializa una amplia gama de productos siderúrgicos, entre los que se puede mencionar: cabillas, perfiles, planchones, mallas, bobinas, platinas, ángulos, rejillas, varillas estriadas, barras, cerchas, alambres, láminas, tubos estructurales, de origen tanto nacional e importado.

También cuenta con un equipo humano capacitado, lo cual nos permite llevar a nuestros clientes el mejor servicio, partiendo de la cotización de productos que este requiera, hasta entregar el producto en instalaciones y obras del cliente.

- **Misión**

HIERROBECO, C.A está centrada en ofrecer insumos para la construcción y servicios de calidad que satisfagan las necesidades de nuestros clientes internos y externos, apoyados en el mejoramiento continuo, la participación y compromiso de todos los niveles de la organización, con el fin de lograr un rendimiento en el patrimonio de sus accionistas y el bienestar de sus trabajadores.

- **Visión**

Ser una empresa líder en la comercialización de insumos para la construcción y servicios de calidad que fomenten y apoyen las expectativas de nuestros clientes y de la organización.

- **Valores**

HIERROBECO, C.A. distingue como valores fundamentales para el logro de nuestros objetivos y el desempeño de nuestra labor diaria, los siguientes aspectos:

- Responsabilidad
- Honestidad
- Lealtad
- Trabajo en Equipo
- Respeto

- **Política**

Somos un equipo de personas comprometidas a ofrecer insumos para la construcción y servicios de calidad adecuada: haciendo nuestro trabajo con entusiasmo y dedicación, procurando satisfacer a nuestros clientes y relacionados, mediante el mejoramiento continuo.

Fuente: Portal Web Hierrobeco (Hierrobeco, 2018)

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de investigación

El tipo de investigación, a la cual corresponde el presente proyecto es de carácter descriptivo realizado en su ambiente natural, Tamayo (2014) afirma que “Comprende la descripción, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos”, son estudios que únicamente buscan describir situaciones o acontecimientos, no se interesan en comprobar explicaciones. El presente proyecto pretende conocer las realidades sobre las preferencias relativas de los empleados ubicados en empresas del área metropolitana de Caracas sobre la compensación en el contexto hiperinflacionario para el mes de noviembre del año 2018.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación, para este caso es una investigación no experimental la cual es definida por Hernández, Fernández, & Baptista (2010) como aquellos estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

La investigación no experimental se divide en dos; transeccional y longitudinal, para este trabajo se considera idónea la investigación no experimental transeccional (o transversal) la cual es definida como “diseño de investigación en donde se recolectan los datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p.152).

Unidad de Análisis

- **Población**

Una población según Selltiz (1980) (citado Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 174).

En este orden de ideas, la población está conformada por todo aquel personal de la nómina activa de las empresas Báltico Consultores, Hierrobeco y Sumindú.

El principal criterio de selección de estas empresas corresponde a la posibilidad de acceso a las tres, producto de un contacto clave en una de las empresas, lo que facilitó el acercamiento en estas empresas y posteriormente el desarrollo del estudio.

Ahora bien, la nómina nacional de las tres empresas conforma una población de 152 personas, pero tomando en cuenta las condiciones en materia de seguridad y vialidad del país, al momento de plantear esta investigación, se decidió sólo tomar como población al personal que desempeña funciones en las oficinas del área metropolitana de Caracas, dejando el cálculo de la población en un total de 107. En base a esto se obtuvo la siguiente clasificación por empresa:

Tabla 1: Tamaño y Distribución de la Población

Empresa	Población
A	26
B	46
C	35
Total	107

- **Muestra**

Hernández, Fernández, & Baptista, (2010) afirman que la muestra es “un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población” (p. 173). Se pasará a realizar una muestra probabilística donde “Todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p.176).

Tamaño de la muestra, calculada mediante la fórmula de poblaciones finitas por Sierra-Bravo (1991) (cp. Cabrera & Davis , 2009):

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(e^2 * (N-1)) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

p= probabilidad de éxito

Z= nivel de confianza

q= probabilidad de fracaso

N= tamaño de la población

e= nivel de error

Tomando en cuenta la formula anterior, en el presente estudio los valores asignados a cada componente fueron:

p= 0.5

q= 0.5

Z= 1.96

e= 0.05

N= 107

Obteniendo como resultado un tamaño de muestra ideal (n) de 84 colaboradores.

En ocasiones como la del presente trabajo es necesario realizar una muestra probabilística estratificada, ya que, es de interés comparar resultados entre los segmentos, grupos o nichos de la población, lo que resulta difícil de determinar, si la muestra es aleatoria simple. (Hernández, Fernández, & Baptista , 2010, p.180). Cabe destacar que según Morillas (s/f) afirma que cada estrato tiene elementos homogéneos entre sí y heterogéneos respecto a los demás estratos. Y se garantiza que todos los estratos están representados con este método.

En este caso se procederá a calcular el tamaño de la muestra para cada estrato, conformados por las diferentes empresas con sede en el área metropolitana de Caracas, como lo son las Empresas A, B y C. Para realizar el cálculo de los respectivos coeficientes para la estratificación de la muestra, se utilizó la fórmula de Hernández, Fernández, & Baptista (2010):

$$fn = \frac{n}{N}$$

fn= fracción de cada estrato

n= tamaño de la muestra total

N= tamaño de la población

Tomando en cuenta la formula anterior, los valores asignados a cada complemento fueron:

n= 84

N= 107

Dando como resultado una fracción de estrato (fn) de 0.78. Multiplicando este coeficiente por el total de población de cada empresa, origina la siguiente distribución de la muestra por empresa:

Empresa	Población	n/N	Muestra Ideal
A	26	0.78	20
B	46	0.78	36
C	35	0.78	27
Total	107		84

Tabla 2: Tamaño y Distribución de la Muestra

Durante el proceso de la aplicación del instrumento, se logró recolectar de la Empresa A el 85% de la muestra ideal, de la Empresa B el 83% y con respecto a la Empresa C el 89% de la muestra correspondiente. En esta sintonía. El 15%, 17% y 11% restante de los sujetos de las empresas A, B y C respectivamente, son ostentados como mortalidad de la población, debido a que dichos sujetos no estuvieron disponibles o no contestaron la encuesta, por lo tanto, si se calcula la muestra total de la misma se obtuvo el 85% de las encuestas contestadas. En base a esto, la muestra final de sujetos estuvo conformada por 71 sujetos, de los cuales de la empresa A, B y C se adquirió 17, 30 y 24 respuestas respectivamente.

- **Descripción de la muestra**

La muestra final estuvo conformada por 71 sujetos, de los cuales a continuación se presenta la distribución demográfica de la muestra final:

Empresa	Trabajadores	(%) de Respuesta
A	17	23,94
B	30	42,25
C	24	33,80
Total	71	100

Tabla 3: Distribución de porcentaje de respuesta por empresa

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	38	53.52
Masculino	33	46.48
Total	71	100

Tabla 4: Distribución de la muestra final por Género

Generación	Frecuencia	Porcentaje
BB	14	19,72
X	24	33,80
Y	33	46,48
Total	71	100

Tabla 5: Distribución de la muestra final por Generación

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	27	38,03
Soltero	40	56,34
Viudo	1	1,41
Divorciado	3	4,23
Toral	71	100

Tabla 6: Distribución de la muestra por Estado Civil

Nivel Organizacional	Frecuencia	Porcentaje
Alta Gerencia	4	5,63
Gerencia Media	18	25,35
Empleados	49	69,01
Total	71	100

Tabla 7: Distribución de la muestra final por Nivel Organizacional

Carga Familiar	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	16	22,54
1 o 2	41	57,75
3 o más	14	19,72
Total	71	100

Tabla 8: Distribución de la muestra final por Carga Familiar

Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	12	16,90
De 1 a 3 años	20	28,17
De 4 a 7 años	5	7,04
De 8 a 11 años	10	14,09
Mas de 12 años	24	33,80
Total	71	100

Tabla 9: Distribución de la muestra ideal por Antigüedad

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	7	41,18
Masculino	10	58,82
Total	17	100

Tabla 10: Distribución de la muestra por género Empresa A

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	17	56,67
Masculino	13	43,33
Total	30	100

Tabla 11: Distribución de la muestra por género Empresa B

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	14	58,33
Masculino	10	41,67
Total	24	100

Tabla 12: Distribución de la muestra por género Empresa C

Generación	Frecuencia	Porcentaje
BB	1	5,88
X	6	35,29
Y	10	58,82
Total	17	100

Tabla 13: Distribución de la muestra por generación Empresa A

Generación	Frecuencia	Porcentaje
BB	9	30
X	12	40
Y	9	30
Total	30	100

Tabla 14: Distribución de la muestra por generación Empresa B

Generación	Frecuencia	Porcentaje
BB	4	16,67
X	6	25
Y	14	58,33
Total	24	100

Tabla 15: Distribución de la muestra por generación Empresa C

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	5	29,41
Soltero	11	64,71
Divorciado	1	5,88
Toral	17	100

Tabla 16: Distribución de la muestra por estado civil Empresa A

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	14	46,67
Soltero	13	43,33
Viudo	1	3,33
Divorciado	2	6,67
Toral	30	100

Tabla 17: Distribución de la muestra por estado civil Empresa B

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado	8	33,33
Soltero	16	66,67
Toral	24	100

Tabla 18: Distribución de la muestra por estado civil Empresa C

Nivel Organizacional	Frecuencia	Porcentaje
Alta Gerencia	3	17,65
Gerencia Media	5	29,41
Empleados	9	52,94
Total	17	100

Tabla 19: Distribución de la muestra por nivel organizacional Empresa A

Nivel Organizacional	Frecuencia	Porcentaje
Gerencia Media	5	16,67
Empleados	25	83,33
Total	30	100

Tabla 20: Distribución de la muestra por nivel organizacional Empresa B

Nivel Organizacional	Frecuencia	Porcentaje
Alta Gerencia	1	4,17
Gerencia Media	8	33,33
Empleados	15	62,50
Total	24	100

Tabla 21: Distribución de la muestra por nivel organizacional Empresa C

Carga Familiar	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	4	23,53
1 o 2	10	58,83
3 o más	3	17,65
Total	17	100

Tabla 22: Distribución de la muestra por carga familiar Empresa A

Carga Familiar	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	5	16,67
1 o 2	15	50
3 o más	10	33,33
Total	30	100

Tabla 23: Distribución de la muestra por carga familiar Empresa B

Carga Familiar	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	7	29,17
1 o 2	16	66,67
3 o más	1	4,17
Total	24	100

Tabla 24: Distribución de la muestra por carga familiar Empresa C

Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	7	41,18
De 1 a 3 años	8	47,06
De 8 a 11 años	1	5,88
Mas de 12 años	1	5,88
Total	17	100

Tabla 25: Distribución de la muestra por antigüedad Empresa A

Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	4	13,33
De 1 a 3 años	5	16,67
De 1 a 7 años	2	6,67
De 8 a 11 años	1	3,33
Mas de 12 años	18	60
Total	30	100

Tabla 26: Distribución de la muestra por antigüedad Empresa B

Antigüedad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	1	4,17
De 1 a 3 años	7	29,17
De 1 a 7 años	3	12,50
De 8 a 11 años	8	33,33
Mas de 12 años	5	20,83
Total	24	100

Tabla 27: Distribución de la muestra por antigüedad Empresa C

Definición de las variables

Definición Conceptual de la variable “Compensación Total “

La compensación total son todas las herramientas disponibles que el empleador puede usar con el fin de atraer, motivar y retener a los colaboradores. Esta compensación total es todo lo que el empleado percibe como valioso resultado de la relación laboral. (WorldatWork, 2018)

Definición Operacional de la variable “Compensación Total”

Esta variable se mide a través de las siguientes dimensiones:

Compensación Directa: “Agrupan a todos aquellos costos financieros que resultan de los pagos a los empleados por el tiempo trabajado” (Urquijo & Bonilla, 2008, p.28).

Compensación Indirecta: “Agrupan a todos aquellos costos financieros generados o derivados por el otorgamiento de beneficios para los empleados” (Urquijo & Bonilla, 2008, p.28)

- **Definición Conceptual de las variables “Sociodemográficas”**

Agrupación de algunas características personales como sexo, estado civil, carga familiar, generación, nivel en la organización y antigüedad en la empresa.

- **Definición Operacional de las variables “Sociodemográficas”**

Estas variables se miden a través de:

- Sexo: Género del individuo.
- Estado Civil: Condición de una persona en relación con su nacimiento, nacionalidad, filiación o matrimonio, que se hace constar en el registro civil y que delimitan el ámbito propio de poder y responsabilidad que el derecho reconoce a las personas naturales (DRAE, 2018).
- Carga Familiar: Número de personas que dependen directamente del trabajador para su subsistencia.
- Generación: Conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación (DRAE, 2018)
- Nivel Organizacional: Se refiere a la posición que ocupa el cargo de la persona dentro de la estructura jerárquica de la organización.
- Antigüedad en la Empresa: Tiempo de servicio que se le contabiliza al trabajador desde su ingreso a la organización hasta el presente.

Cuadro de Operacionalización de las variables

- **Tabla N°1: Operacionalización Variables-Modelo I Compensación Total**

Variables	Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores	Definición	Niveles
<p>Compensación Total <i>“son todas las herramientas disponibles que el empleador puede usar con el fin de atraer, motivar y retener a los colaboradores. Esta compensación total es todo lo que el empleado percibe como valioso como resultado de la relación laboral”.</i></p>	<p>Compensación Directa: <i>“Agrupan a todos aquellos costos financieros que resultan de los pagos a los empleados por el tiempo trabajado”.</i></p>	Salario base mensual	Salario pagado en Bolívares	Corresponde a la suma que recibe el trabajador a cambio de su prestación de servicio de carácter mensual.	<ul style="list-style-type: none"> • 50% por debajo del mercado. • Igual al promedio. • 50% por encima del mercado.
		Pago en dólares	Pago en dólares	Pago de algún concepto del paquete de compensación en moneda extranjera.	<ul style="list-style-type: none"> • Sin compensación en dólares. • 50\$ Mensuales. • 100\$ Mensuales.
		Compensación variable	Pago Variable	Pago asociado al cumplimiento de objetivos en un periodo determinado, que a su vez se verá afectado proporcionalmente al nivel de cumplimiento de este.	<ul style="list-style-type: none"> • 50% por debajo del mercado. • Igual al promedio del mercado. • 50% por encima del mercado.

	<p>Compensación Indirecta <i>“Agrupan a todos aquellos costos financieros generados o derivados por el otorgamiento de beneficios para los empleados”</i></p>	Beneficios	Beneficios no salariales	Es la suma de los componentes de carácter salarial de la compensación que se le otorga al colaborador por la prestación de su servicio.	<ul style="list-style-type: none"> • 50% por debajo del promedio. • Igual al promedio. • 50% por encima del promedio.
		Capacitación	Capacitación recibida durante el año.	Programas que las organizaciones proporcionar cuyo objetivo es aumentar las habilidades, conocimientos y competencias de sus colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> • Un curso al año. • Dos cursos al año. • Tres cursos al año.
		Desarrollo de carrera	Promociones recibidas durante un periodo de tiempo.	Programa de desarrollo profesional, cuya finalidad es incentivar la permanencia de los colaboradores en la organización.	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción cada cuatro años. • Promoción cada dos años. • Promoción cada año.

- **Tabla N°2: Operacionalización Variables-Modelo 2 Compensación financiera**

Variables	Dimensiones	Subdimensiones	Indicadores	Definición	Niveles
<p>Compensación Total <i>“son todas las herramientas disponibles que el empleador puede usar con el fin de atraer, motivar y retener a los colaboradores. Esta compensación total es todo lo que el empleado percibe como valioso como resultado de la relación laboral”.</i></p>	<p>Compensación Directa: <i>“Agrupan a todos aquellos costos financieros que resultan de los pagos a los empleados por el tiempo trabajado”.</i></p>	Salario base mensual.	Salario pagado en Bolívares.	Corresponde a la suma que recibe el trabajador a cambio de la prestación de servicio de carácter mensual.	<ul style="list-style-type: none"> • 50% por debajo del mercado. • Igual al promedio del mercado. • 50% por encima del mercado.
		Pago en dólares.	Pago en dólares.	Pago de algún concepto del paquete de compensación en moneda extranjera.	<ul style="list-style-type: none"> • Sin compensación en dólares. • 50\$ Mensuales. • 100\$ Mensuales.
		Ticket de Alimentación.	Ticket de Alimentación.	Pago del beneficio de alimentación de acuerdo con lo establecido en la ley del cesta ticket socialista.	<ul style="list-style-type: none"> • Igual a la ley. • Dos veces el pago legal. • Tres veces el pago legal.

		Bonificaciones periódicas.	Bonificaciones no salariales recibidas periódicamente.	Bonificaciones no salariales recibidas frecuentemente como complemento del salario.	<ul style="list-style-type: none"> • Sin bonificación. • Con bonificación.
<p>Compensación Indirecta</p> <p><i>Agrupan a todos aquellos costos financieros generados o derivados por el otorgamiento de beneficios para los empleados”</i></p>	Contribuciones.	Contribución para la adquisición de artículos de primera necesidad.	Contribución de la organización, con el objetivo de ayudar a sus colaboradores a adquirir artículos de primera necesidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Provisión Semestral. • Provisión Trimestral. • Provisión mensual. 	
	Beneficios no Salariales.	Aporte de la empresa al pago de seguros.	Porción que la empresa aporta a la prima de los seguros colectivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Seguros 50% pagado por la empresa. • Seguros 75% pagado por la empresa. • Seguros 100% pagado por la empresa. 	

- **Tabla N°3: Operacionalización Variables Sociodemográficas**

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores
Sexo	Género del individuo	Datos Personales	1. Hombres 2. Mujeres
Carga Familiar	Número de personas que dependen directamente del trabajador para su subsistencia.	Datos Personales	1. Ninguno 2. Uno a dos 3. Tres o más
Estado Civil	“Condición de una persona en relación con su nacimiento, nacionalidad, filiación o matrimonio, que se hace constar en el registro civil y que delimitan el ámbito propio de poder y responsabilidad que el derecho reconoce a las personas naturales”. (RAE)	Datos Personales	1. Solteros 2. Casados 3. Divorciados 4. Viudos 5. Concubinato (unión de hecho)
Generación	“Conjunto de personas que, habiendo nacido en fechas próximas y recibido educación e influjos culturales y sociales semejantes, adoptan una actitud en cierto modo común en el ámbito del pensamiento o de la creación”. (RAE).	Datos Personales	1. Generación BB. 2. Generación X. 3. Generación Y. 4. Generación Z.

<p>Antigüedad en la Empresa</p>	<p>Tiempo de servicio que se le contabiliza al trabajador desde su ingreso a la organización hasta el presente.</p>	<p>Datos Personales</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menos de un año 2. De 1 a 3 años. 3. De 4 a 7 años. 4. De 8 a 11 años. 5. Más de 12 años
<p>Nivel Organizacional</p>	<p>Se refiere a la posición que ocupa el cargo de la persona dentro de la estructura jerárquica de la organización.</p>	<p>Gerente: "Quien tiene a su cargo un área de responsabilidad, desde toda la organización tomada en conjunto hasta un pequeño sector o proyecto de la organización y que debe lograr resultados inherentes a esa responsabilidad con y por medio de sus subordinados".</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presidente 2. Gerente General 3. Gerentes Departamentales
		<p>Empleado: "Cualquier persona que realice tareas para una empresa o en su nombre, que están bajo la subordinación del nivel gerencial".</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Supervisores y Coordinadores 2. Consultores 3. Especialistas 4. Analistas 5. Asistentes 6. Auxiliares 7. Recepcionistas

Procedimientos para la recolección y análisis de datos

- Instrumento de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos consiste en dos modelos de perfiles o tarjetas (ver Anexos A y B), los cuales tendrán que ser ordenadas según la preferencia de los participantes, el primer modelo se denomina Compensación Total y está compuesta por una serie de 18 tarjetas, así como, el segundo modelo que tiene por nombre Compensación Financiera, igualmente compuesta por 18 tarjetas, en una matriz de doble entrada donde se anotarán los resultados de la ordenación.

A continuación, se presentan los atributos seleccionados con sus respectivos niveles:

✓ **Modelo I: Compensación Total**

Salario base:

- 50% por debajo del promedio del mercado
- Igual al promedio del mercado
- 50% por encima del promedio del mercado

Pago en dólares

- Sin pago en dólares
- Recibir 50\$ mensuales
- Recibir 100\$ mensuales

Compensación variable

- 15% del paquete total anual
- 30% del paquete total anual
- 50% del paquete total anual

Beneficios

- 50% por debajo del promedio del mercado
- Igual al promedio del mercado
- 50% por encima del promedio del mercado

Capacitación recibida

- Recibir 1 curso al año
- Recibir 2 cursos al año
- Recibir 3 cursos o más al año

Desarrollo de Carrera

- Ser promovido cada año
- Ser promovido cada 2 años
- Ser promovido cada 4 años

✓ **Modelo II: Compensación Financiera**

Salario base

- 50% por debajo del promedio del mercado
- Igual al promedio del mercado
- 50% por encima del promedio del mercado

Pago en dólares

- Sin pago en dólares
- Recibir 50\$ mensuales
- Recibir 100\$ mensuales

Ticket de alimentación

- Cestaticket igual a la ley
- Cestaticket el doble al pago de ley
- Cestaticket tres veces al pago de ley

Bonificaciones periódicas

- Sin bono extraordinario
- Con bono extraordinario

Contribuciones

- Recibir provisión semestral
- Recibir provisión trimestral
- Recibir provisión mensual

Beneficios no salariales

- Seguros 50% pagados por la empresa
- Seguros 75% pagados por la empresa
- Seguros 100% pagados por la empresa

La validación de este modelo se efectuó por el experto en la materia Eduardo Quevedo, quien tiene una amplia experiencia en estudios de mercados, procesos de compensación y consultoría especializada.

- Prueba Piloto

Se procede inicialmente con una prueba piloto a 10 miembros de la población para garantizar una correlación y validez entre las respuestas y los modelos, a través de los estadísticos correspondientes. Luego se pasará a aplicar los modelos de la muestra ya establecida.

La prueba piloto para el modelo I Compensación Total, arrojó los siguientes resultados:

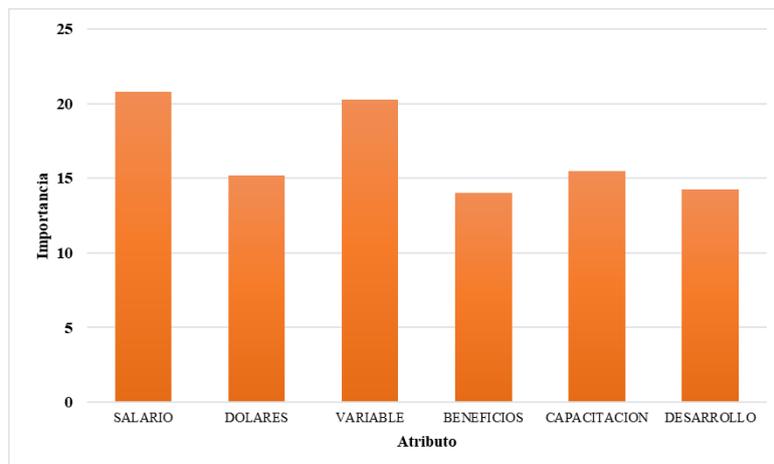


Tabla 28 Resumen Importancia Prueba Piloto MI

Los colaboradores participantes en la prueba piloto del modelo I, manifestaron una mayor preferencia relativa al atributo *Salario Base* (20,78%), le sigue *Compensación Variable* (20,28%) con una diferencia poco significativa de 0,49. En tercer lugar se ubica el *Pago en Dólares* (15,68%), luego se encuentra la *Capacitación Recibida* (15,48%) y para cerrar el ranking de importancia relativa en los últimos lugares están *Desarrollo de Carrera* (14,28%) y *Beneficios* (14,01%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.869
Tau de Kendall	0.643

Tabla 29 Valores Correlaciones Prueba Piloto MI

Los valores del coeficiente de Pearson (86,9%) y Kendall (64,3%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos.

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.811
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.844
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.656
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	.200
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.322
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.522
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.544
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.400
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.144
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	.067
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.811
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.878
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.722
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	-0.222
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.500
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.433
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.722
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.156

Tabla 30 Resumen Utilidades Prueba Piloto MI

La prueba piloto para el modelo II Compensación Total, arrojó los siguientes resultados:

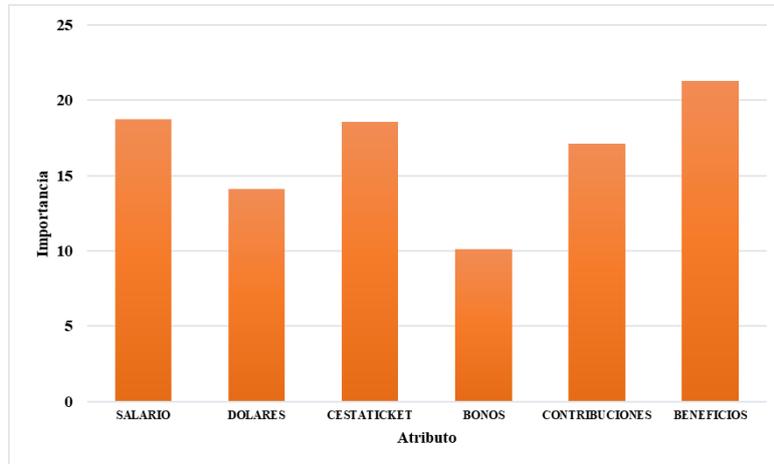


Tabla 31 Resumen Importancia Prueba Piloto MII

Los sujetos participantes en la prueba piloto del modelo II, tienen una mayor importancia relativa al atributo *Beneficios No Salariales* (21,30%). En las siguientes tres posiciones con una diferencia poco significativa se encuentran los atributos *Salario Base* (18,76%), *Ticket de alimentación* (18,58%) y *Contribuciones* (17,14%). En las últimas posiciones se encuentran los atributos *Pago en Dólares* (14,10%) y *Bonificaciones Periódicas* (10,13%), los cuales presentan una diferencia porcentual de 3.97.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.866
Tau de Kendall	0.761

Tabla 32 Valores Correlaciones Prueba Piloto MII

Los valores del coeficiente de Pearson (86,6%) y Kendall (76,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos.

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.658
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.658
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.411
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.289
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.7
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.411
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.722
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.311
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-1.111
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.211
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	1.322
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.033
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.533
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.5
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.711
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.467
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	1.178

Tabla 33 Resumen Utilidades Prueba Piloto MII

- **Procedimiento para la recolección de los datos**

El “Conjoint Analysis”, se basa en establecer combinaciones de una serie de atributos valorados por los encuestados, de acuerdo con su preferencia relativa a las características del objeto a investigar. Los atributos serán escogidos y ordenados por los entrevistados, basándose en la importancia relativa del mismo, entendiéndose que es el individuo quien decide cuáles características son importantes o no. En este sentido, se les solicitó a los sujetos que ordenen los perfiles desde el más preferido al menos preferido de ambos modelos, se registró en la base de datos el número de la tarjeta que aparece primero, y así sucesivamente hasta completar el orden de las dieciocho tarjetas.

El instrumento se aplicó a los sujetos en su lugar de trabajo, estando presente el tesista para dar instrucciones, resolver cualquier inquietud en el proceso y recabar la información concerniente a las características de la unidad de análisis (sexo, generación, estado civil, nivel organizacional, empresa y carga familiar). En todo momento se brindó

un trato cortés y respetuoso para garantizar la obtención de información confiable y precisa.

En este estudio se aplicaron dos Conjoint Analysis, el primero para determinar las preferencias relativas de los colaboradores hacia la Compensación Total (Modelos I) y el segundo para determinar la importancia relativa del sujeto hacia la Compensación Financiera (Modelo II)

- **Análisis de datos:**

Para analizar los resultados, se procedió a construir bases de datos para cada uno de los modelos, igualmente para cada combinación de modelo y segmento muestral, para posteriormente vaciar dicha data en SPSS. Luego se pasó a formular la sintaxis para cada uno de ellos, de esta manera el mismo modelo de SPSS (Conjoint Analysis) arrojó los estadísticos correspondientes al estudio, como lo son: el resumen de utilidades por sujeto, atributo, importancia relativa de los atributos y finalmente, los coeficientes de correlación de Pearson y Tau de Kendall. Por otra parte, se realizaron cálculos comparativos de diferencias y variaciones porcentuales para cada uno de los modelos (muestra total) y segmentos muestrales (variables sociodemográficas). También se realizó un contraste entre los segmentos muestrales de cada modelo a través de un ranqueo de los atributos según su nivel de importancia relativa.

Factibilidad del proyecto

La ejecución del proyecto se considera factible, ya que, se cuenta con los recursos económicos, tecnológicos y humanos para llevar adelante el estudio, también se tienen acceso a las fuentes de información, debido que se pretende acceder a representantes y responsables del área de compensación y beneficios de la empresa donde se desenvolverá el estudio, lo cual constituye como una fuente directa y confiable de información la cual proporcionará la data necesaria a los fines de la investigación.

Consideraciones éticas

Se garantiza en todo momento de la investigación y posterior a ella la confidencialidad de los datos, se aplicará un conjunto de códigos para identificar la data de los participantes, con la finalidad de garantizar el anonimato. Estipulado en el código de ética profesional como futuro profesional de esta casa de estudio

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Una vez terminado la recolección de los datos en las tres empresas seleccionadas para el estudio, se procedió a efectuar el análisis de los resultados, el cual es el fin de este capítulo.

A través de la interpretación de los resultados, se pudo determinar la preferencia relativa que los encuestados le asignaron a cada uno de los atributos, mediante el cálculo del peso relativo, medido en porcentaje (%), otorgados a los mismos. Lo que permite establecer comparaciones entre las preferencias generales por cada Modelo (Modelo I Compensación Total y MII Compensación Financiera), así como, para cada una de las variables sociodemográficas (Sexo, Generación, Estado Civil, Carga Familiar, Nivel Organizacional, Antigüedad y Empresa).

Se procesaron los resultados obtenidos de la muestra total, conformada por 71 encuestados y los resultados a los que se llegaron son:

Total Modelo I “Compensación Total”

Al realizar el análisis de los resultados obtenidos por la muestra total para el Modelo I, obtenemos lo siguiente:

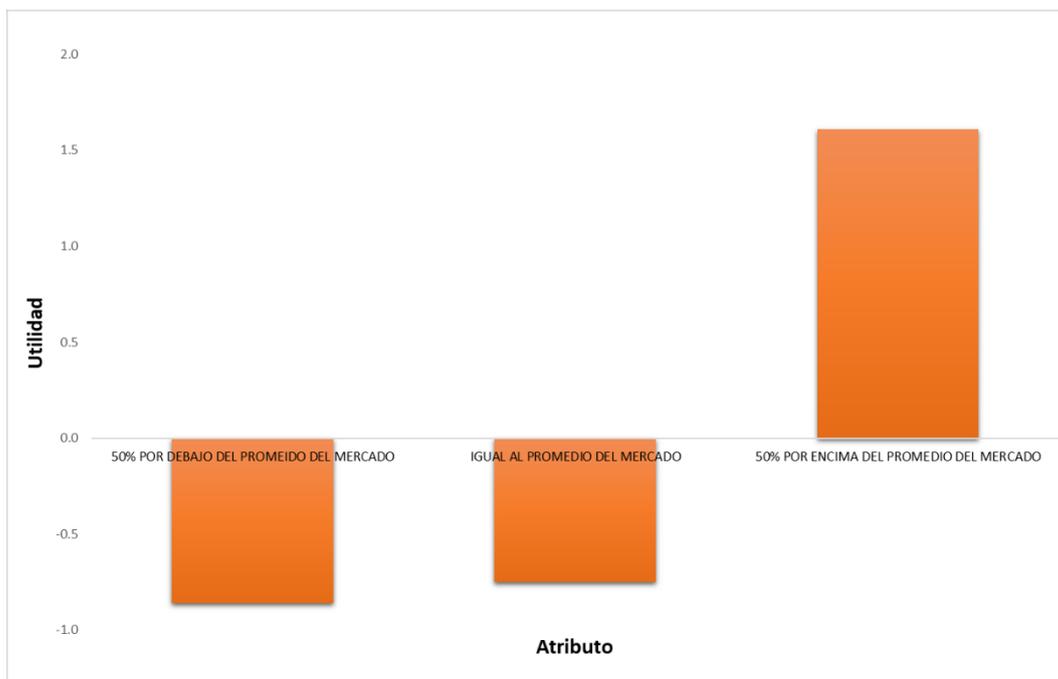


Tabla 34 Resumen de Utilidades Atributo Salario Base TOTAL MI

Para el atributo Salario Base de la muestra total modelo I, el nivel que obtuvo mayor utilidad entre los encuestados es “50% por encima del promedio del mercado” con una utilidad neta de 1.61, así mismo, tenemos utilidades negativas “igual al promedio del mercado” y “50% por debajo del promedio del mercado”, las cuales tiene una utilidad de -0.75 y -0.86 respectivamente; es decir, los encuestados prefieren sacrificar o intercambiar estos niveles del atributo para obtener otros (niveles) en otra variable que se ajuste más a sus preferencias.

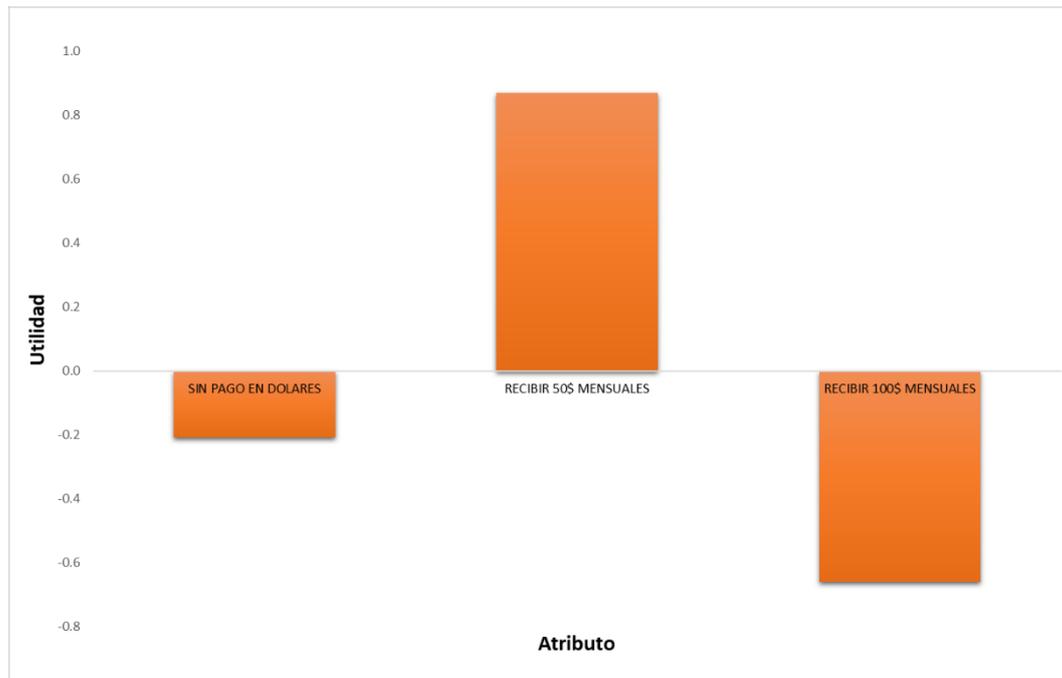


Tabla 35 Resumen de Utilidades Atributo Pago en Dólares TOTAL MI

Observamos en el atributo pago en dólares, que el nivel con mayor preferencia por los encuestados de esta población muestral es el de “recibir 50\$ mensuales” con una utilidad de 0.87, mientras que los niveles “sin pago en dólares” y “recibir 100\$ mensuales” presentan utilidades negativas de -0.21 y -0.66 respectivamente.

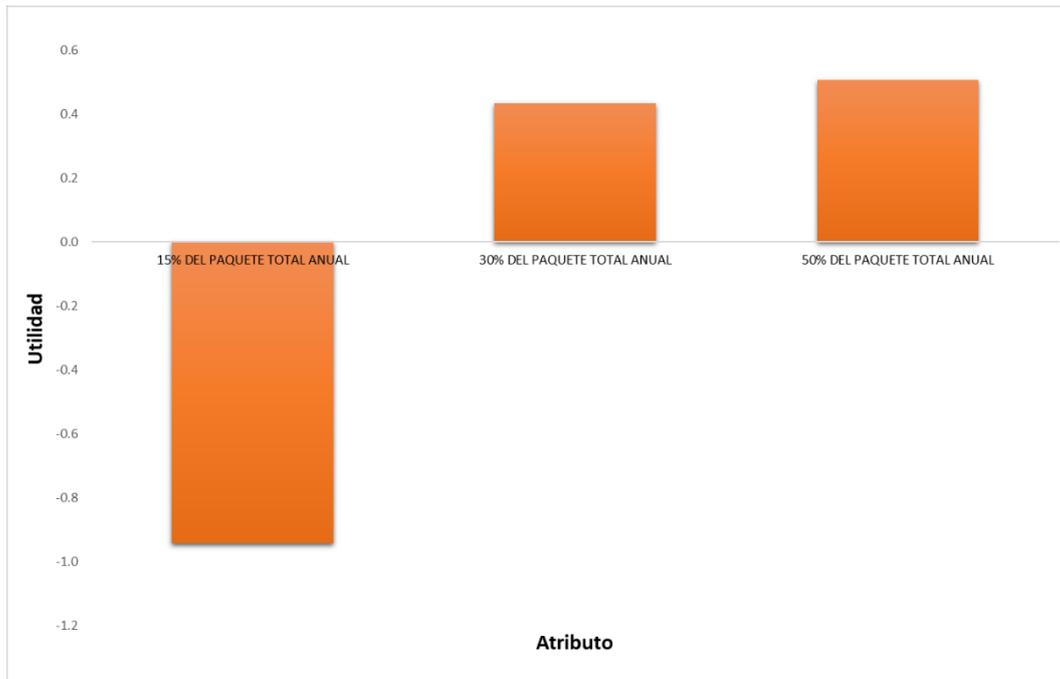


Tabla 36 Resumen Utilidad Atributo Compensación Variable TOTAL MI

En el atributo Compensación Variable los participantes manifiestan su preferencia en primer lugar hacia el nivel “50% del paquete total anual” y en segundo lugar el nivel “30% del paquete total anual” con utilidades de 0.51 y 0.43 respectivamente. Así mismo, en último lugar se ubicó el nivel “15% del paquete anual” con una utilidad negativa de -0.94.

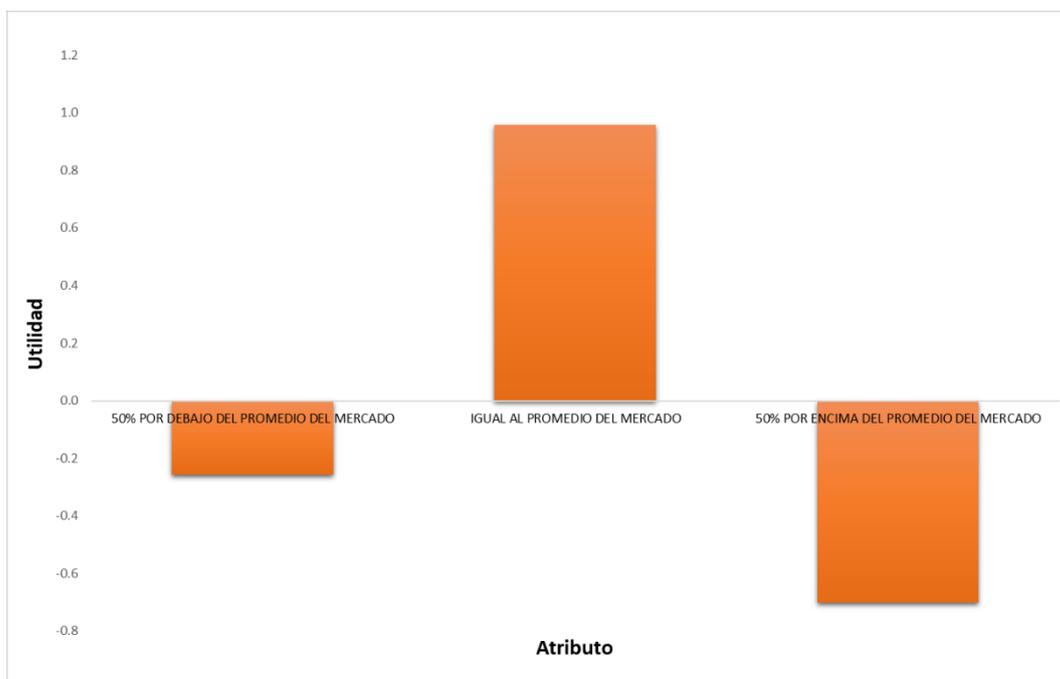


Tabla 37 Resumen Utilidad Atributo Beneficios TOTAL MI

Ahora en el atributo Beneficios podemos observar que el nivel con la mayor preferencia es el “Igual al promedio del mercado” con 0.96 de utilidad y los otros dos niveles “50% por debajo del promedio del mercado” y “50% por encima del promedio del mercado” con una utilidad negativa de -0.26 y -0.70 correspondientemente.

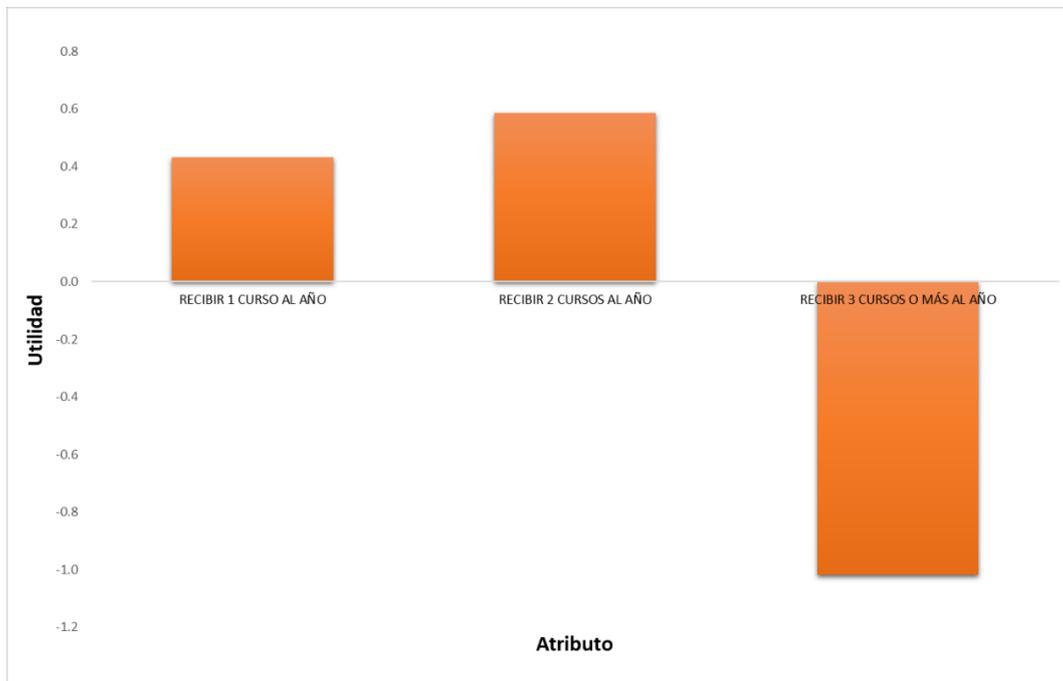


Tabla 38 Resumen Utilidades Atributo Capacitación Recibida TOTAL MI

En el atributo Capacitación Recibida se manifiestan dos niveles positivos de utilidad, como lo son “recibir 2 cursos al año” con 0.59 de utilidad y “recibir 1 curso al año” con 0.43 de utilidad. Como menor preferencia se encuentra el nivel “recibir 3 cursos o más al año” con -1.02 de utilidad.

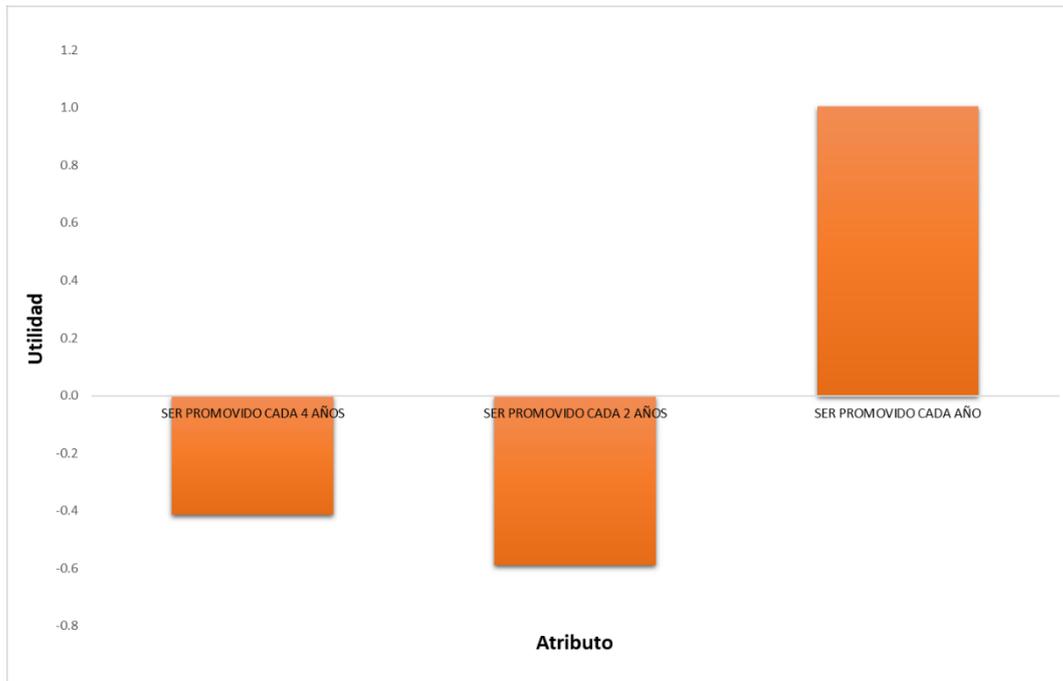


Tabla 39 Resumen Utilidades Atributo Desarrollo de Carrera TOTAL MI

En cuanto al atributo desarrollo de carrera, se muestra únicamente un valor de preferencia positivo como lo es “ser promovido cada año” con una utilidad de 1.01 y los otros dos niveles con utilidad negativa de -0.42 y -0.59, siendo estos “ser promovido cada 4 años” y “ser promovido cada 2 años”

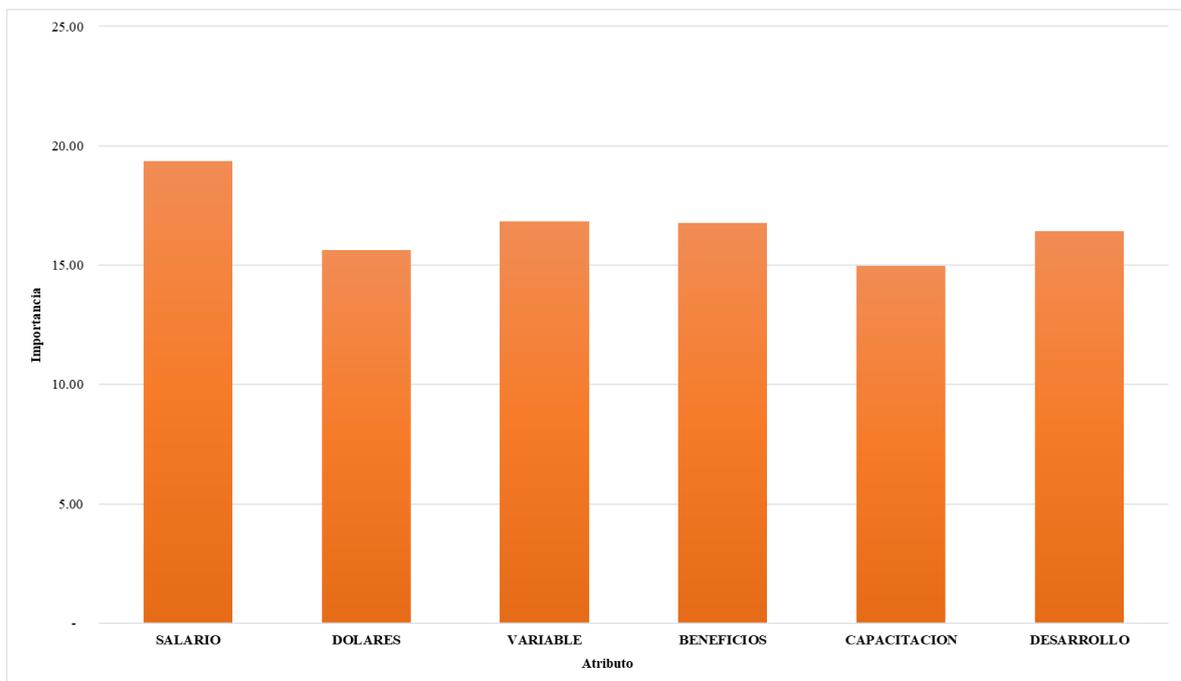


Tabla 40 Resumen Importancia TOTAL MI

Ahora bien, al analizar los resultados de importancia que arroja el Análisis Conjunto podemos observar que el atributo al cual los colaboradores asignaron mayor importancia relativa es al *Salario Base* con un porcentaje de 19.36%. Estos resultados son respaldados por los “utilities” o “utilidad” derivados de este atributo, ya que, los mismos indican que el nivel “50% por encima del promedio del mercado” es el de mayor preferencia por los encuestados.

A este le siguen en cuanto a importancia relativa *Compensación Variable* (16.83%) 0.05% y 0.41% por encima de *Beneficios* (16.78%) y *Desarrollo de Carrera* (16.42%) respectivamente, exponiendo que no existe diferencia significativa entre ellos. Los resultados de los atributos concuerdan con los valores alcanzados por los “utilities”, con lo que se puede determinar que, en relación con estos, los integrantes de la muestra tienen una preferencia relativa a obtener “50% del paquete anual” como compensación variable, tener beneficios “iguales al promedio del mercado” y ser “promovidos cada año”.

En penúltimo y último lugar en importancia relativa tenemos *Pago en Dólares* (15.63%) y *Capacitación Recibida* (14.98%), los cuales tiene una diferencia porcentual de 0.65%. Una vez más, los “utilities” indican que las preferencias relativas de los colaboradores están orientadas hacia recibir 50\$ como *Pago en dólares* y recibir por lo menos dos cursos al año.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.973
Tau de Kendall	0.804

Tabla 41 Valores Correlaciones TOTAL MI

Cabe destacar, el valor obtenido por el coeficiente de Pearson (97.3%) y Kendall (80,4%), los cuales indica una gran confiabilidad en los resultados obtenidos en el presente estudio, relacionados con las preferencias relativas de los sujetos.

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.859
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.749
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.608
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.209
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.869
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.660
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.941
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.434
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.507
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.258
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.958
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.700
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.432
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.587
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.019
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.415
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.589
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.005

Tabla 42 Resumen Utilidades TOTAL MI

Para obtener la combinación de tarjetas que mejor se ajuste al total de la muestra del modelo I, tomaremos y sumaremos todas las “utilidades” por número de tarjeta. Siendo la mejor combinación la tarjeta que presente el valor más elevado en la sumatoria. Siendo esto así, hay que destacar que independientemente de la combinación que se establezca, aquella con mayor sumatoria será la más preferida por los sujetos, ya que, entre más alto sea el valor obtenido mayor es la importancia relativa hacia el nivel del atributo. Para más detalle ver Anexo C (matriz combinaciones de tarjetas MI)

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.608
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.209
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.507
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.958
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.019
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.005
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.35

Tabla 43 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 TOTAL MI

La mejor combinación para el total de la muestra del Modelo I es la tarjeta n°9 siendo la primera con un total 12.35 en la sumatoria de la “Utilidad”, en segundo lugar, tenemos la tarjeta n°2 (12.012) y en tercer lugar la tarjeta n°3 (10.992).

Esto le permite al departamento de compensación diseñar e implementar planes de compensación que se encuentren mejor ajustados a la realidad, ya que, la mejor combinación de atributos permite observar cuales componentes de la compensación son los más valorados, lo que podría generar niveles más elevados de retención y compromiso organizacional, en poblaciones similares en un contexto hiperinflacionario.

- **Sexo Modelo I**

▢ **Hombres Modelo I**

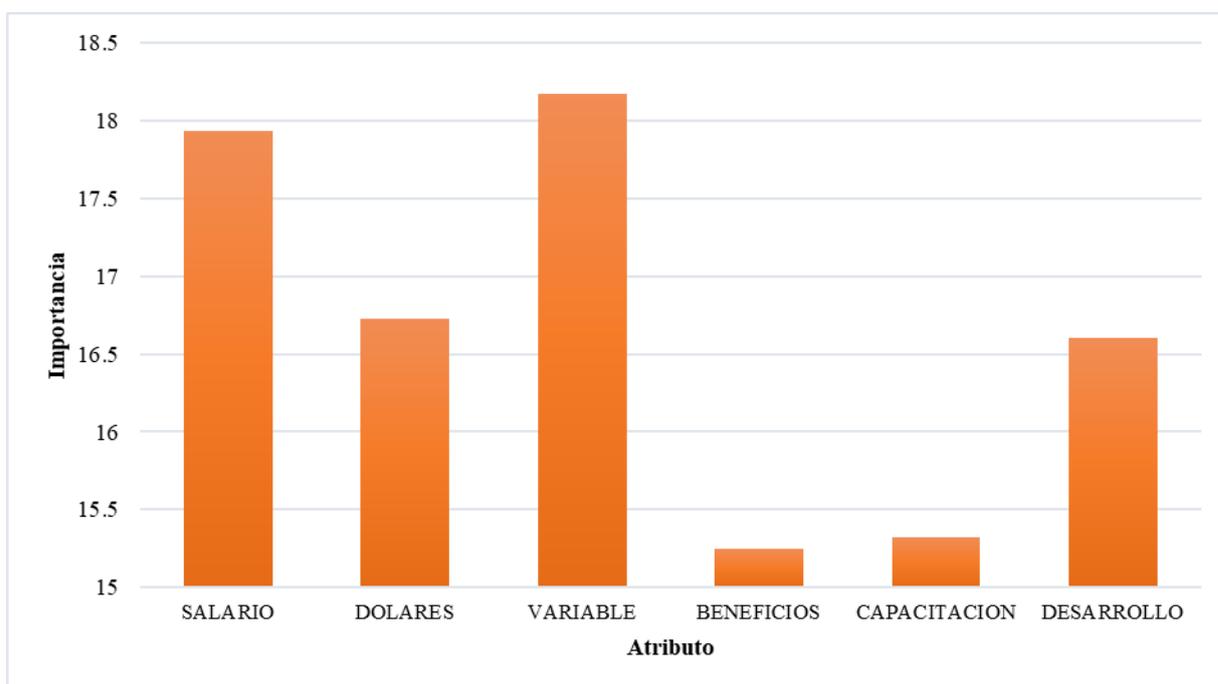


Tabla 44 Resumen Importancia Hombres MI

A diferencia de los resultados obtenidos en la muestra total del modelo I, los hombres otorgan un mayor peso relativo al atributo *Compensación Variable* (18,18%) siendo un 1,35% más elevado en comparación a la muestra total, dejando en segundo lugar el *Salario Base* (17,93%) un 1,43% menos que la muestra total

Subiendo del penúltimo al tercer lugar ubicamos el *Pago en Dólares* (16,72%), manteniéndose en cuarta posición en peso relativo de importancia se ubica *Desarrollo de Carrera* (16,6%), siendo un 0.18% más elevado que el Total.

Y para cerrar las últimas posiciones tenemos *Capacitación Recibida* y *Beneficios* con 15,32% y 15,25% respectivamente.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.985
Tau de Kendall	0.908

Tabla 45 Valores Correlaciones Hombres MI

Los valores del coeficiente de Pearson (98.5%) y Kendall (90,8%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Hombres MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.662
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.965
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.626
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.197
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.980
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.783
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.005
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.672
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.333
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.227
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.944
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.717
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.520
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.641
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.162
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.192
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.495
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.687

Tabla 46 Resumen Utilidades Hombres MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.626
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.783
COMPENSACION VARIABLE	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.672
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.944
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.641
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-0.192
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.408

Tabla 47 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Hombres MI

▯ **Mujeres Modelo I**

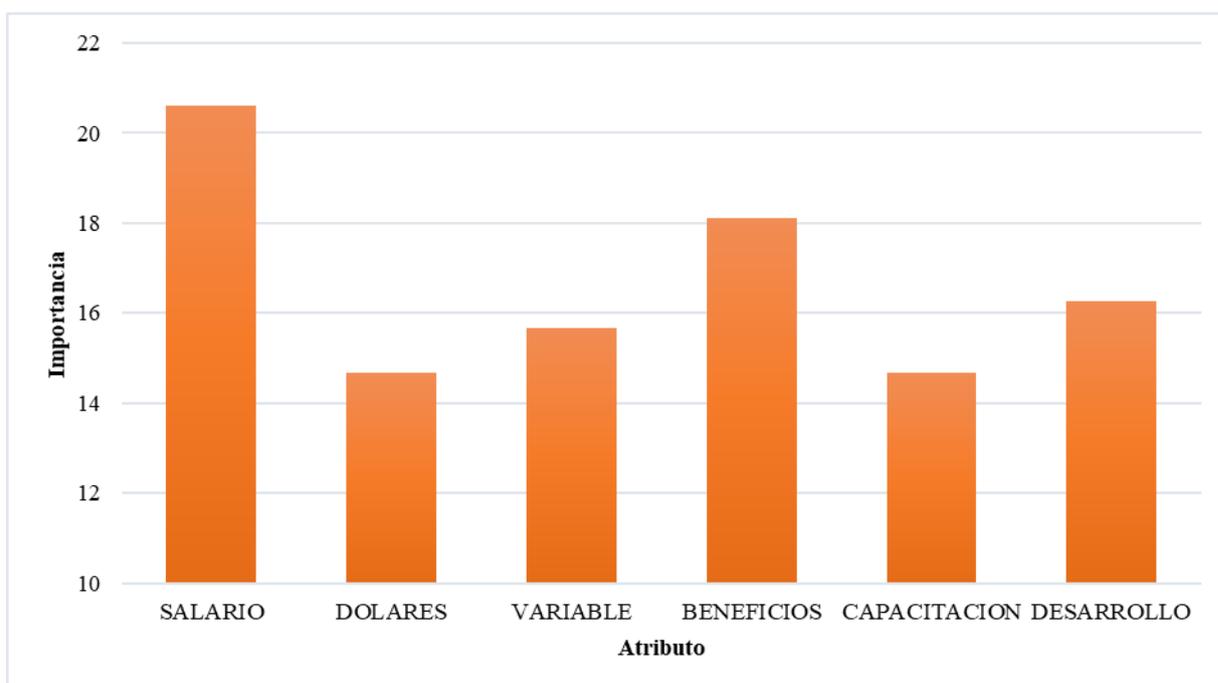


Tabla 48 Resumen Importancia Mujeres MI

Las mujeres otorgan mayor peso relativo al atributo *Salario Base* (20,60%) semejante a los resultados obtenidos en la muestra total del modelo I, en segundo orden de importancia se colocan los *Beneficios* (18,12%) una diferencia importante con respecto a los hombres, los cuales ubicaron este atributo como el menos preferido.

Desarrollo de Carrera (16,26%) se desplaza una posición por encima con respecto a sus pares de sexo colocándola en tercer lugar. En cuarta posición se encuentra *Compensación Variable* (la preferida de los hombres) con un 15,66%.

Y en las dos últimas posiciones siendo las menos preferidas y siguiendo las tendencias de los resultados mostrados en la muestra total, se ubican el *Pago en Dólares* (14,69%) y *Capacitación Recibida* (14,68%) siendo las diferencias de los valores porcentuales entre ambos poco significativa.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.973
Tau de Kendall	0.804

Tabla 49 Valores Correlaciones Mujeres MI

Los valores del coeficiente de Pearson (97,3%) y Kendall (80,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Mujeres MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.031
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.561
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.592
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.219
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.772
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.553
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.886
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.228
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.658
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.285
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.969
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.684
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.355
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.539
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.895
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.610
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.671
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.281

Tabla 50 Resumen Utilidad Mujeres MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.592
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.219
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.658
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.969
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.895
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.281
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.886

Tabla 51 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Mujeres MI

- **Generaciones Modelo I**

▢ **Baby Boomers Modelo I**

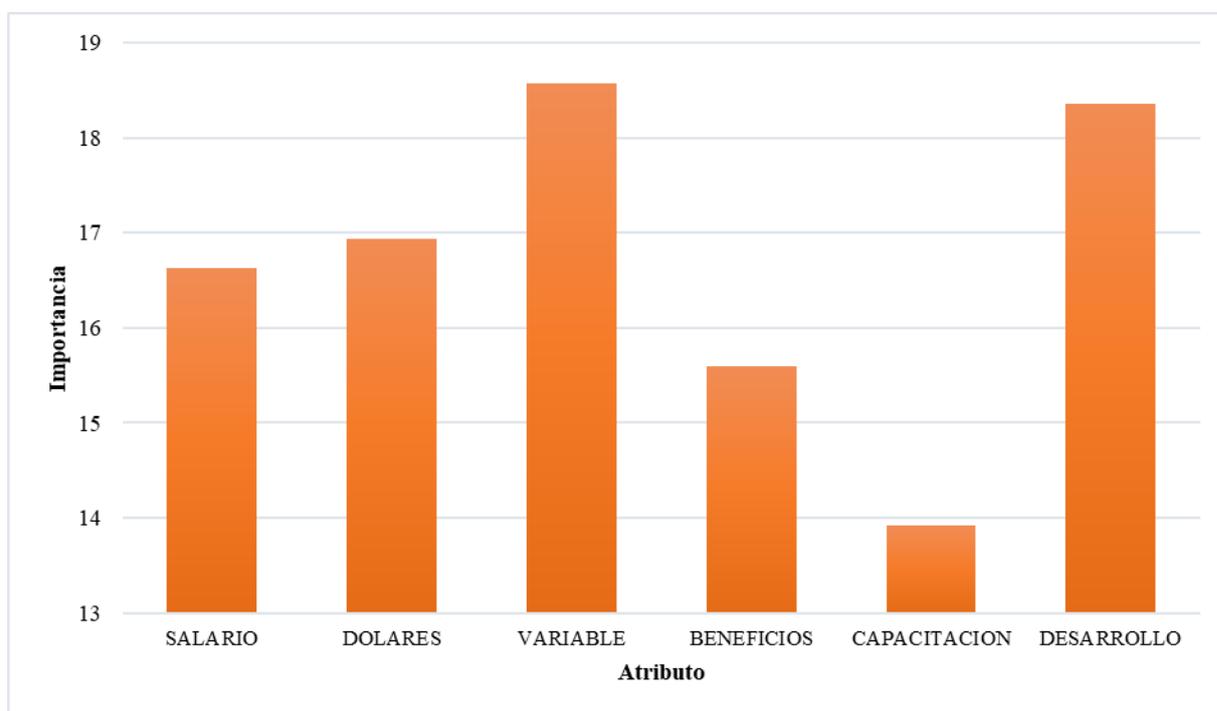


Tabla 52 Resumen Importancia Baby Boomers MI

La Generación BB otorga mayor importancia relativa a la *Compensación Variable* (18,57%) presentando una variación porcentual de 10% con respecto a los resultados obtenidos en la muestra total del modelo I. En segundo lugar, siguiendo la tendencia (Total MI) se ubica el *Desarrollo de carrera* (18,36%).

La diferencia porcentual asignada al *Pago en Dólares* y el otorgado al *Salario Base* no son relevantes, siendo dichos valores 16,93% y 16,62%. Los siguientes atributos en el orden son los *Beneficios* (15,60%) y la *Capacitación Recibida* ambos con una variación porcentual de -7% en relación con los resultados de la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.932
Tau de Kendall	0.826

Tabla 53 Valores Correlaciones Baby Boomers MI

Los valores del coeficiente de Pearson (93,2%) y Kendall (82,6%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Baby Boomers MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.631
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.405
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.036
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.321
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.607
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.286
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.952
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.798
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.155
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.250
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.738
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.488
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.452
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.369
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.821
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.750
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.893
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.643

Tabla 54 Resumen Utilidades Baby Boomers MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.405
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.607
COMPENSACION VARIABLE	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.798
BENEFICIOS	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.488
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	0.452
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.643
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.107

Tabla 55 Mejor combinación de atributos tarjeta 6 Baby Boomers MI

↳ **Generación X Modelo I**

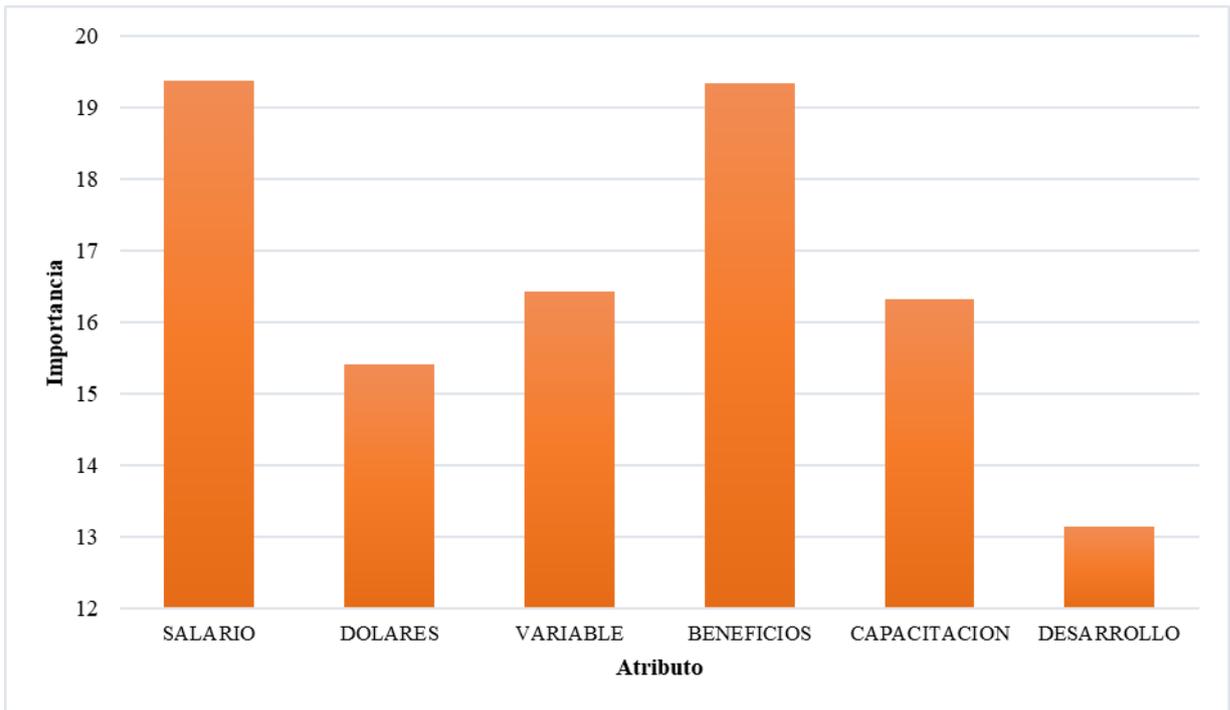


Tabla 56 Resumen Importancia Generación X MI

Los miembros pertenecientes a la generación X asignan mayor importancia relativa al *Salario Base* (19,37%) manteniendo la tendencia de los resultados de la muestra total del modelo I. Así mismo, invierten posiciones con respecto a la muestra total al ubicar los *Benéficos* (19,34%) por encima de la *Compensación Variable* (16,43%).

Con una variación poco significativa de 0,92% se coloca por encima el atributo *Capacitación Recibida* (16,32%) en cuanto a *Pago en Dólares* (15,40%).

Cerrando las posiciones se sitúa el atributo *Desarrollo de Carrera* presentando una diferencia porcentual de -20% con respecto a la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.928
Tau de Kendall	0.778

Tabla 57 Valores Correlaciones MI

Los valores del coeficiente de Pearson (92,8%) y Kendall (77,8%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Generación X MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.076
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.875
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.951
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.118
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.715
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.597
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.535
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-0.007
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.542
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.569
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.306
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.736
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.806
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.465
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.271
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.681
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.083
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.764

Tabla 58 Resumen Utilidad Generación X MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.951
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.118
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.542
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.306
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.271
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.764
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.674

Tabla 59 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Generación X MI

▢ Generación Y Modelo I

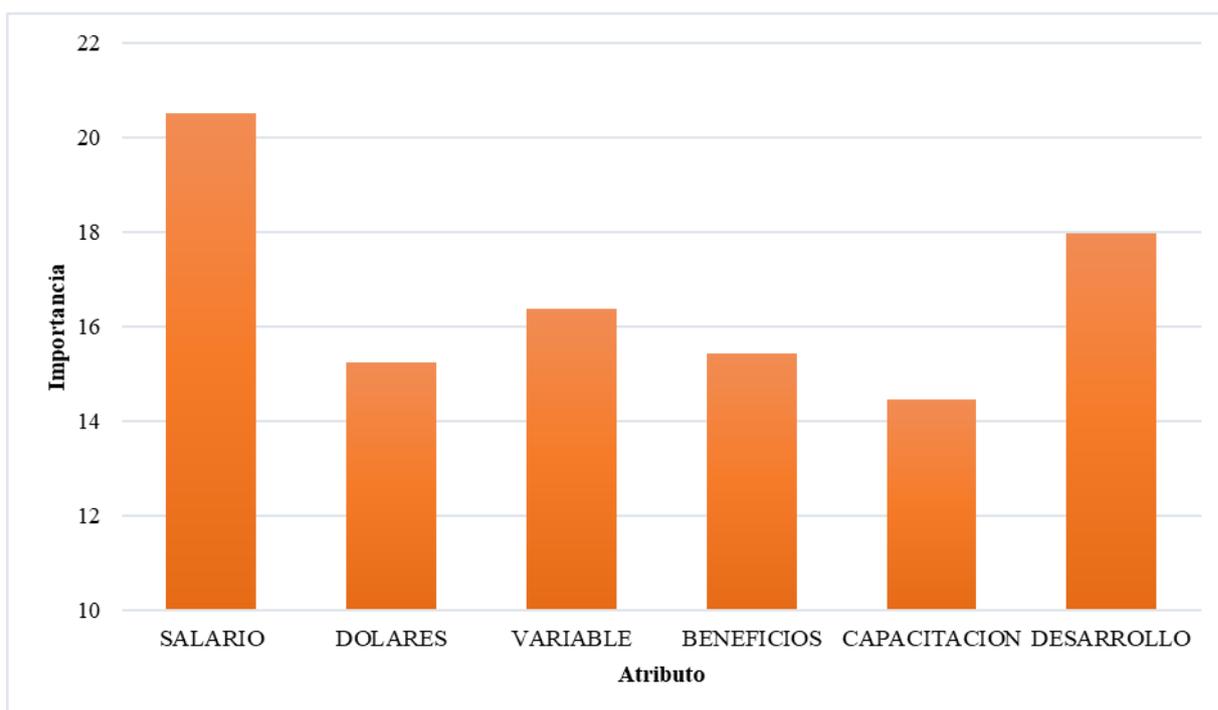


Tabla 60 Resumen Importancia Generación Y MI

Los sujetos de la generación Y fija mayor preferencia relativa al atributo *Salario Base* (20,51%) reafirmando la tendencia de la muestra total del modelo I y de la Generación X, y a su vez presenta un incremento porcentual del 6% con ambos grupos muestrales.

Se observa una coincidencia con los BB en el segundo orden de preferencia con el *Desarrollo de Carrera* (17,98%). Le siguen en orden *Compensación Variable* (16,38%), *Beneficios* (14,46%), *Pago en Dólares* (15,25%) y *Capacitación Recibida* (14,46%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.947
Tau de Kendall	0.739

Tabla 61 Valores Correlaciones Generación Y MI

Los valores del coeficiente de Pearson (94,7%) y Kendall (73,9%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Generación X MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.798
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.803
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.601
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.227
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.091
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.864
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.232
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.601
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.631
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.035
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.798
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.763
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.152
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.768
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.919
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.081
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.828
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.909

Tabla 62 Resumen Utilidad Generación Y MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.601
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.864
COMPENSACION VARIABLE	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.601
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.798
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.768
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-0.081
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.323

Tabla 63 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Generación Y MI

- **Nivel Organizacional Modelo I**

▫ **Alta Gerencia Modelo I**

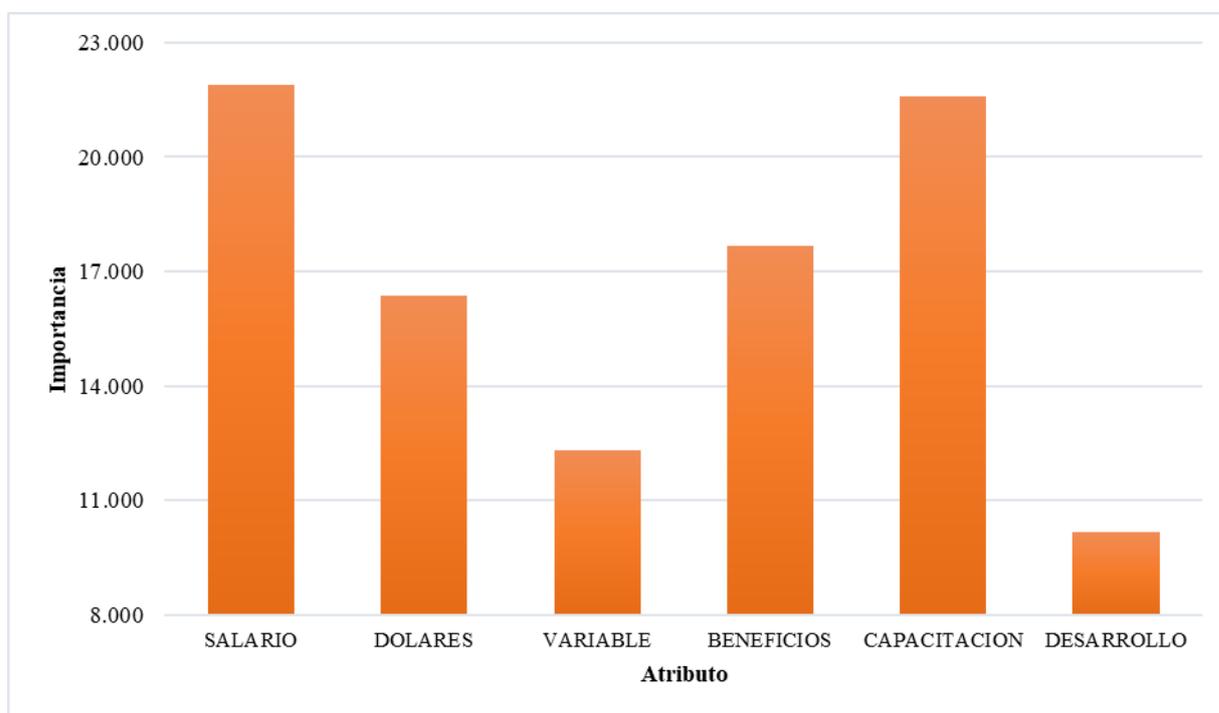


Tabla 64 Resumen Importancia Alta Gerencia MI

La alta gerencia le asigna mayor importancia al *Salario Base* (21,88%) al igual que la muestra total del modelo I, igualmente presenta una variación porcentual de un 13%. Con un 0,27% de diferencia porcentual le sigue muy de cerca el atributo *Capacitación Recibida* (21,60%), hay que destacar la valoración que este segmento de la población le asigna a la capacitación, ya que, aparece con normalidad en el último escaño para la gran parte de la muestra.

En tercer y cuarto lugar de importancia con una diferencia porcentual poco significativa de un 1,33% se encuentran *Beneficios* (17,68%) y *Pago en Dólares* (16,35%), en su respectivo orden. En quinto lugar, se ubica *Compensación Variable* con un 12,31%.

Y en último orden de preferencia se encuentra el *Desarrollo de carrera* (10,18%) siendo esta una de las pocas veces que veremos a este atributo al final del posicionamiento.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.924
Tau de Kendall	0.770

Tabla 65 Valores Correlación

Los valores del coeficiente de Pearson (92,4%) y Kendall (77%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Alta Gerencia MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.042
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.750
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	2.792
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	.000
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.583
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.583
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.000
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.917
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.083
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.125
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	2.417
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.292
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	1.583
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.708
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-2.292
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	.458
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.333
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	-0.125

Tabla 66 Resumen Utilidad Alta Gerencia MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	2.792
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.583
COMPENSACION VARIABLE	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.917
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	2.417
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.708
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	0.458
CONSTANTE		9.5
TOTAL		16.209

Tabla 67 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Alta Gerencia MI

▢ **Gerencia Media Modelo I**

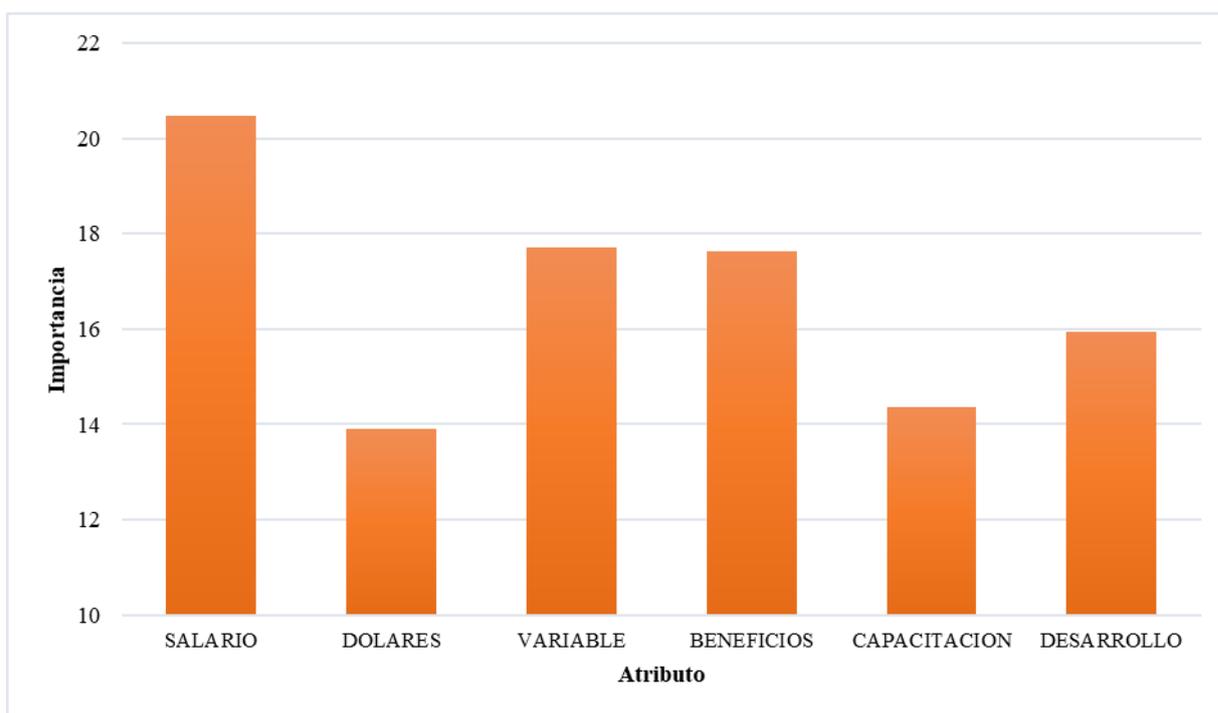


Tabla 68 Resumen Importancia Gerencia Media MI

La gerencia media coincide con la muestra total del modelo I, siendo las posiciones uno, dos, tres y cuatro iguales, con los atributos *Salario Base* (20,46%), *Compensación Variable* (17,71%), *Beneficios* (17,62%) y *Desarrollo de Carrera* (15,95%).

En la quinta se dispone de la *Capacitación Recibida* (14,36%), la cual presenta una variación de -34% con respecto a la Alta gerencia (atributo preferido) y en sexta posición Pago en *Dólares* (13,90%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.936
Tau de Kendall	0.709

Tabla 69 Valores Correlaciones Gerencia Media MI

Los valores del coeficiente de Pearson (93,6%) y Kendall (70,9%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Alta Gerencia MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.120
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.796
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.917
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.259
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.130
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.870
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.352
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.472
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.880
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.796
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.444
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.648
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.231
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.741
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.972
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.843
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.009
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.852

Tabla 70 Resumen Utilidad Gerencia Media MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.917
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.259
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.88
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.444
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.972
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.852
CONSTANTE		9.5
TOTAL		13.362

Tabla 71 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Gerencia Media MI

▯ Empleados Modelo I

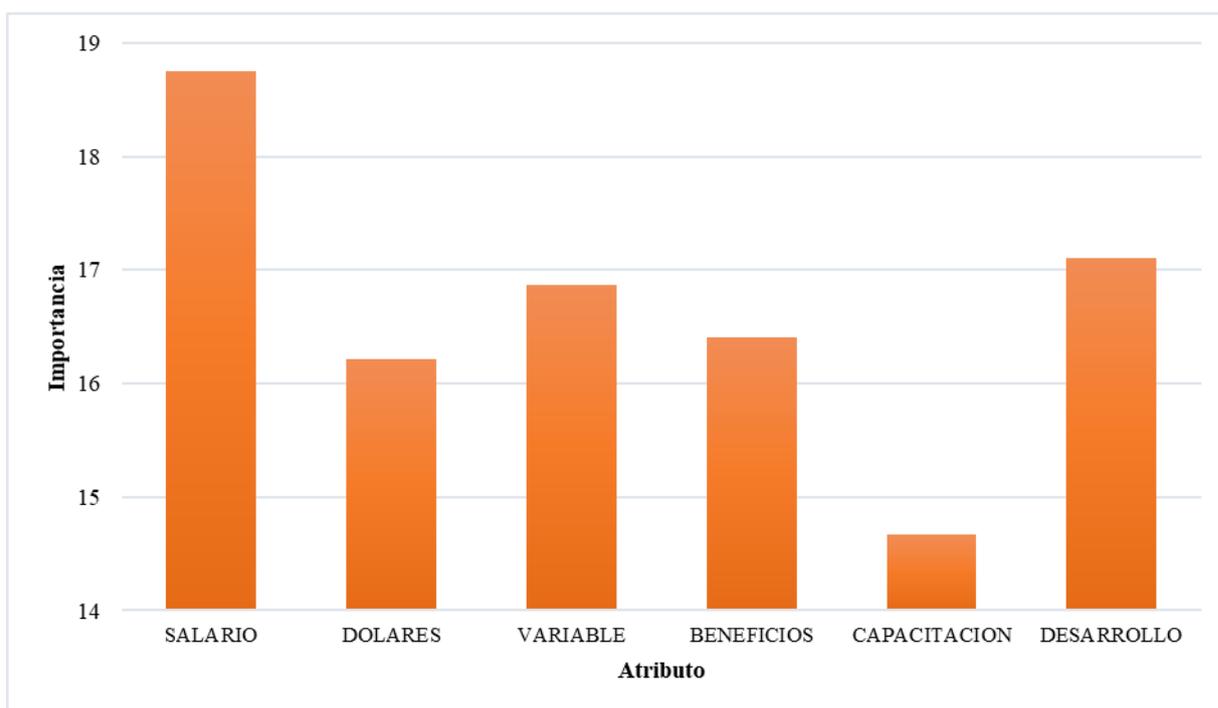


Tabla 72 Resumen Importancia Empleados MI

Los empleados mantienen la tendencia con respecto a los dos segmentos anteriores, al asignarle mayor importancia relativa al *Salario Base* (18,75%), presentando este un -3% de variación porcentual con respecto a la muestra total del modelo I.

En segundo lugar, se sitúa el *Desarrollo de Carrera* (17,0%), el cual tiene una diferencia porcentual poco significativa con los siguientes atributos, *Compensación Variable* (16,87%), *Beneficios* (16,40%) y *Pago en Dólares* (16,21%) con unos valores de 0.14%, 0,64% y 0.81% respectivamente,

Siendo la menos preferida esta la *Capacitación recibida* (14,67%), replicando los resultados de la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.972
Tau de Kendall	0.800

Tabla 73 Valores Correlaciones Empleados MI

Los valores del coeficiente de Pearson (97,2%) y Kendall (80%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Empleados MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.748
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.650
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.398
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.207
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.796
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.588
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.786
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.381
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.405
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	.010
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.660
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.670
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.412
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.520
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.932
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.330
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.823
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.153

Tabla 74 Resumen Utilidades Empleados MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.398
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.207
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.405
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.66
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.932
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.153
CONSTANTE		9.5
TOTAL		11.977

Tabla 75 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Empleados MI

- **Estado Civil Modelo I**

▢ **Solteros Modelo I**

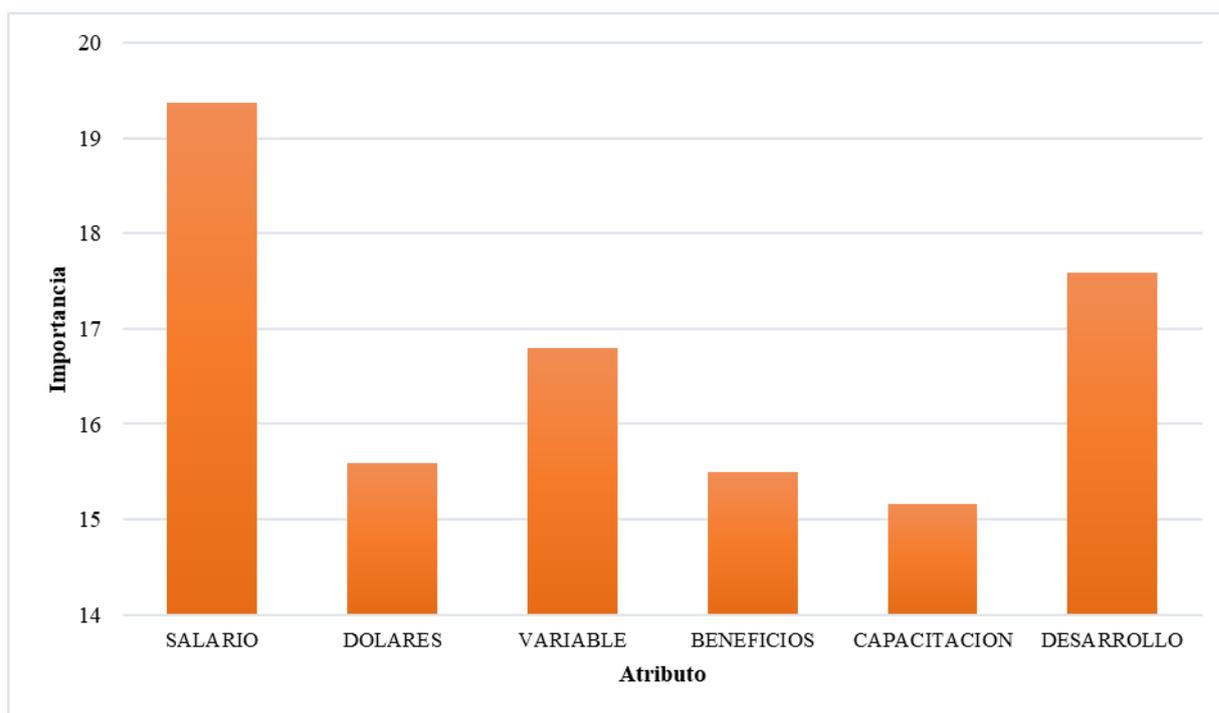


Tabla 76 Resumen Importancia Solteros MI

Los solteros manifiestan una mayor preferencia relativa hacia *Salario Base* (19,37%), al igual que la muestra total del modelo I. Los puestos dos y tres en la escala de importancia están ocupados por los atributos *Desarrollo de Carrera* y *Compensación Variable*, con 17,59% y 16,79% respectivamente.

Los puestos cuatro, cinco y seis están ocupados por los atributos *Pago en Dólares* (15,59%), *Beneficios* (15,50%) y *Capacitación Recibida* (15,16%), no existe diferencia porcentual significativa entre ellos.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.948
Tau de Kendall	0.761

Tabla 77 Valores Correlaciones Solteros MI

Los valores del coeficiente de Pearson (94,8%) y Kendall (76,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Solteros MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.117
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.537
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.654
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.117
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.004
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.887
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.054
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.487
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.567
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.308
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.988
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.679
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.308
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.625
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.933
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.275
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.783
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.058

Tabla 78 Resumen Utilidades Solteros MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.654
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.117
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.567
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.988
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.933
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.058
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.717

Tabla 79 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Solteros MI

▯ **Casados Modelo I**

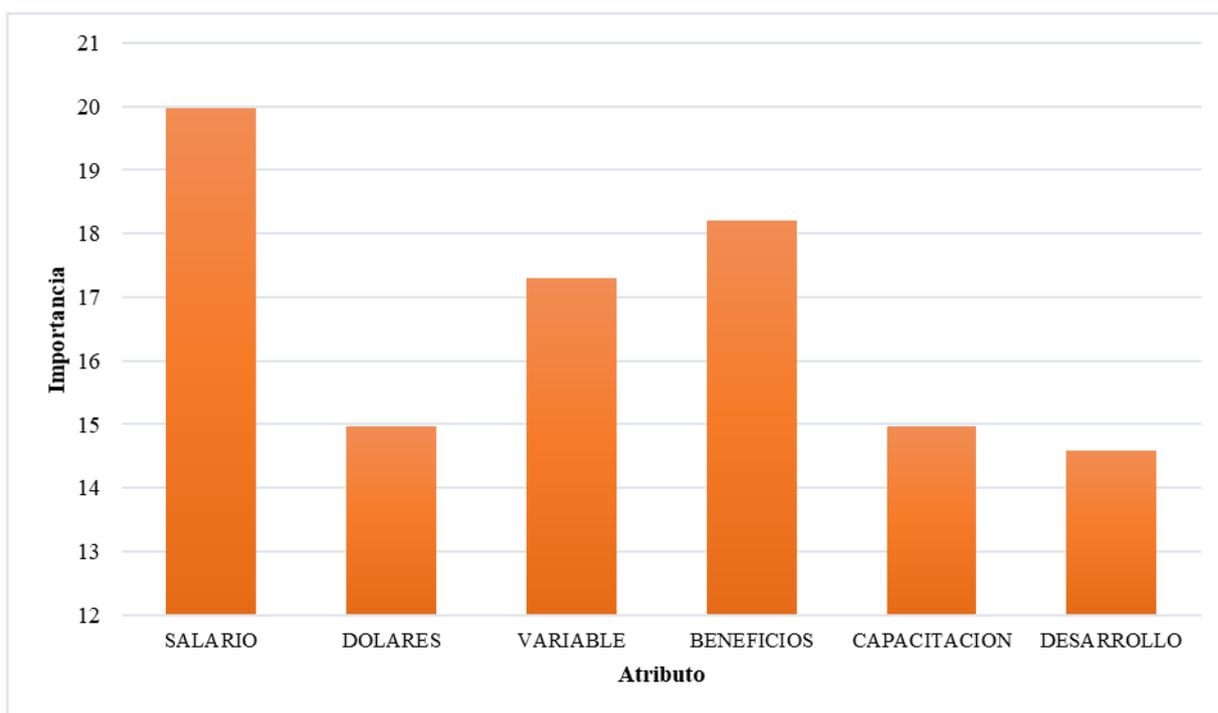


Tabla 80 Resumen Importancia Casados MI

Los casados mantienen la tendencia de preferir el atributo *Salario Base* (19,96%), este presenta una variación porcentual del 3% con respecto a los valores de la muestra total. Continúan los atributos *Beneficios* (18,21%) un 0,91% por encima de la *Compensación Variable*.

Y en los últimos tres lugares sin diferencias significativas entre ellos están *Pago en Dólares* (14,98%), *Capacitación Recibida* (14,96%) y *Desarrollo de Carrera* (14,58%), este último no coincide con los resultados arrojados por el segmento anterior (segunda posición) y por la muestra total (cuarta posición).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.979
Tau de Kendall	0.813

Tabla 81 Valores Correlaciones Casados MI

Los valores del coeficiente de Pearson (97,9%) y Kendall (81,3%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Casados MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.444
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.216
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.660
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.327
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.765
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.438
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.901
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.512
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.389
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.222
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.105
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.883
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.537
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.648
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.185
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.698
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.167
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.864

Tabla 82 Resumen Utilidad Casados MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.66
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.438
COMPENSACION VARIABLE	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.512
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.105
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.648
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-0.698
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.289

Tabla 83 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Casados MI

- **EMPRESAS Modelo I**

▫ **Empresa A Modelo I**

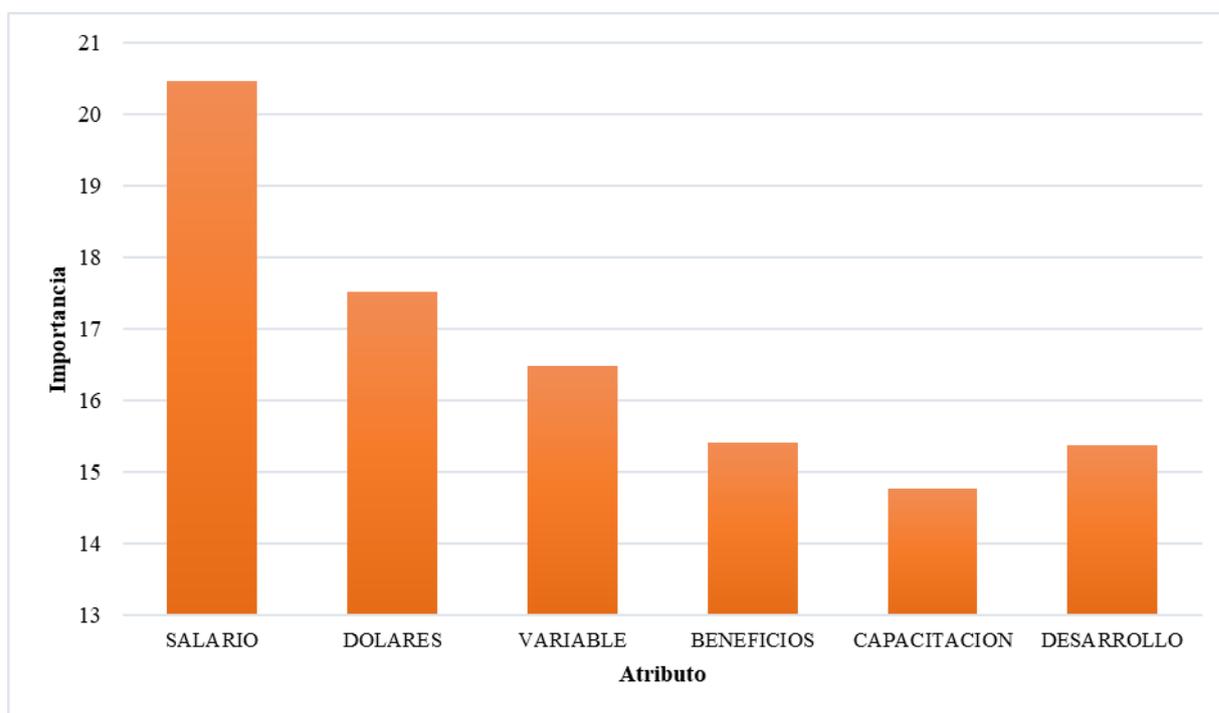


Tabla 84 Resumen Importancia Empresa A MI

Coinciden en la última posición con los resultados arrojados por los sujetos de la Empresa B y los de la muestra total, siendo este el atributo Capacitación Recibida (14,76%).

Adicionalmente presenta la misma tendencia de los anteriores segmentos y de la muestra total al ponderar con mayor peso de importancia al atributo Salario Base (20,47%), así mismo, presenta una variación porcentual de un 6% con respecto a la muestra total.

Colocando en segundo orden de importancia se encuentra el Pago en Dólares con 17,52% mostrando un incremento de la variación porcentual del 12% con respecto a la muestra total.

Siguiendo a este último están la Compensación Variable (16,48%), Beneficios (15,40%) y Desarrollo de carrera (15,38%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.920
Tau de Kendall	0.721

Tabla 85 Valores Correlaciones Empresa A MI

Los valores del coeficiente de Pearson (92%) y Kendall (72,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Empresa A MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.696
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.863
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.559
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	.157
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.922
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-1.078
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.078
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.206
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.873
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.206
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.559
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.353
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.490
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.304
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.794
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.412
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.471
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.882

Tabla 86 Resumen Utilidad Empresa A MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.559
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	0.157
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.873
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.559
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.794
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.882
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.736

Tabla 87 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Empresa A MI

↳ **Empresa B Modelo I**

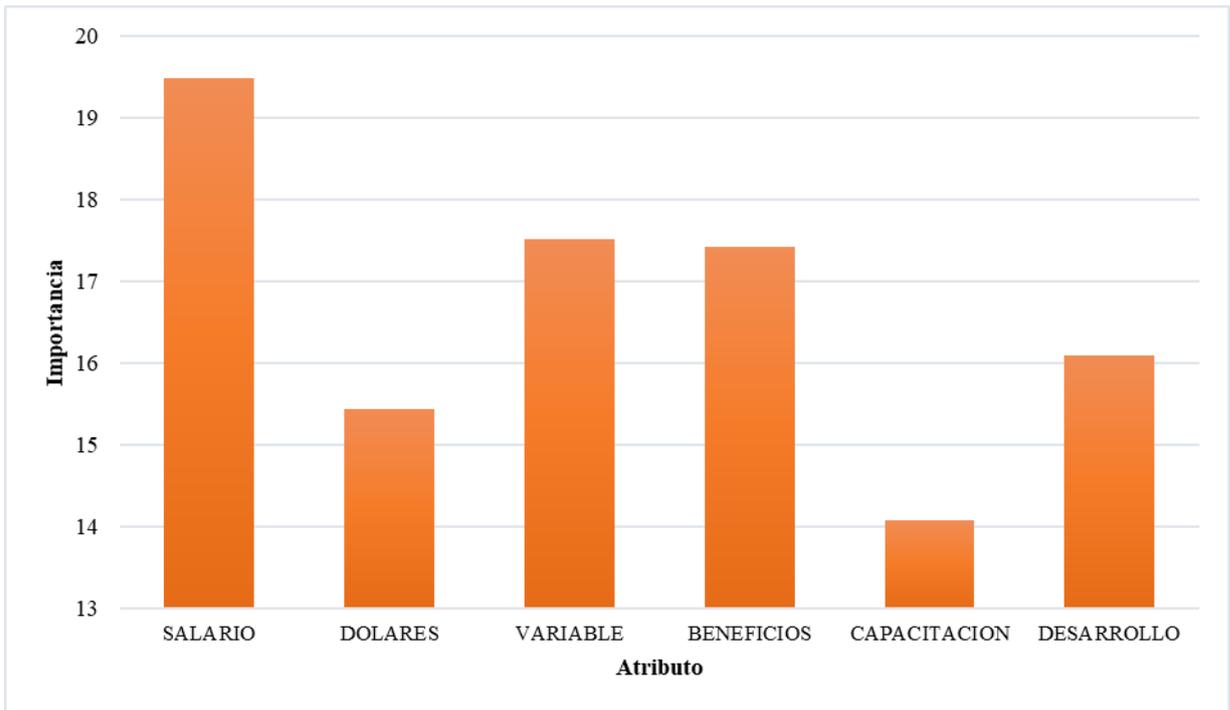


Tabla 88 Resumen Importancia Empresa B MI

Los empleados de Empresa B coinciden con todos los resultados arrojados por la muestra total, posicionando atributo Salario Base (19,49%).

Los siguientes dos puestos registran una variación porcentual de 4%, siendo estos Compensación Variable (17,51%) y Beneficios (17,42%).

Cerrando las posiciones están los atributos Desarrollo de Carrera (16,08%), Pago en Dólares (15,43%) y Capacitación Recibida (14,08%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.948
Tau de Kendall	0.752

Tabla 89 Valores Correlaciones Empresa B MI

Los valores del coeficiente de Pearson (94,8%) y Kendall (75,2%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Empresa B MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.428
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.072
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.500
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.350
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.650
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.300
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.800
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.517
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.283
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.367
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.906
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.539
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.328
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.800
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.128
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.178
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.922
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.100

Tabla 90 Resumen Utilidad Empresa B MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.5
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.3
COMPENSACION VARIABLE	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.517
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.906
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.8
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-0.178
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.745

Tabla 91 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Empresa B MI

↳ **Empresa C Modelo I**

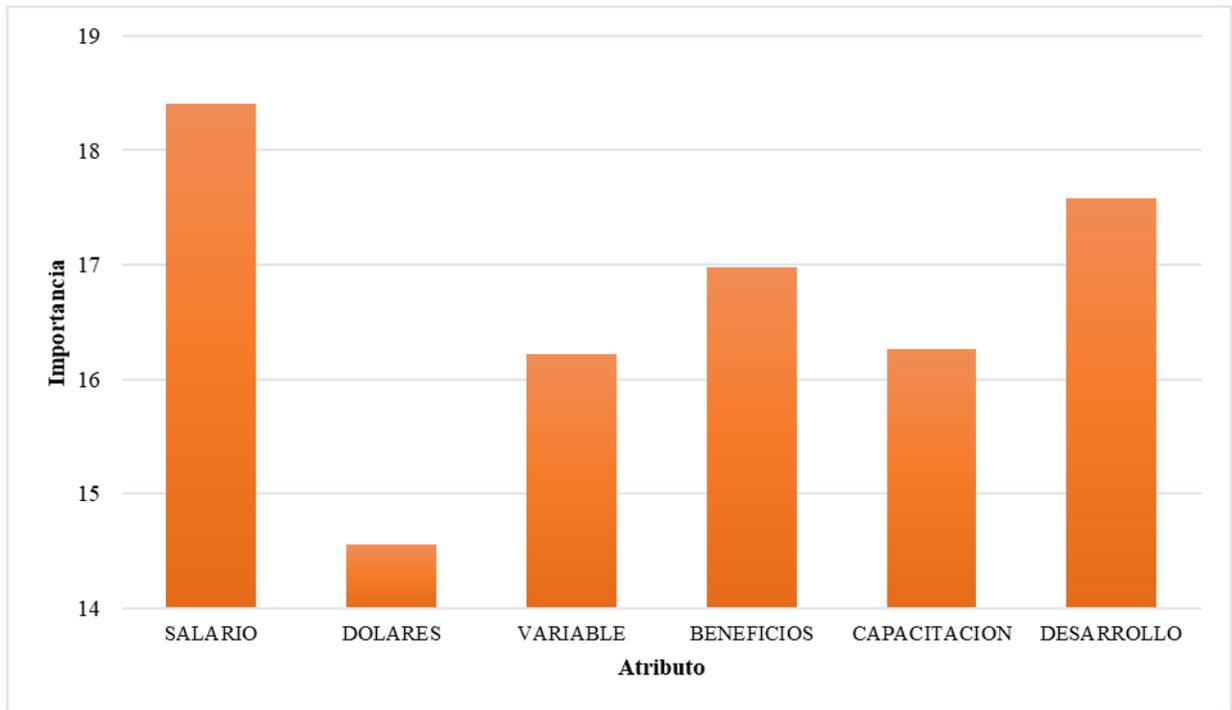


Tabla 92 Resumen Importancia Empresa C MI

Los encuestados pertenecientes a la Empresa C le asignan mayor importancia relativa al Salario Base (18,41%), presentando este una variación porcentual de -5% con respecto a la muestra total. También le asignan en menor medida importancia al desarrollo de carrera (17,58%).

Los puestos tres, cuatro y cinco son ocupados por los atributos Beneficios (16,98%), Capacitación Recibida (16,26%) y Compensación Variable (16,21%) con unas diferencias porcentuales poco significativas entre ellos.

Y en el último puesto se encuentra el Pago en Dólares con un 14,55% en porcentaje de importancia relativa.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.927
Tau de Kendall	0.625

Tabla 93 Valores Correlaciones Empresa C MI

Los valores del coeficiente de Pearson (92,7%) y Kendall (62,5%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Empresa C MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.514
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.264
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.778
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.292
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.104
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.812
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.021
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.493
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.528
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.160
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.306
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.146
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.521
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.521
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.042
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.715
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.257
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.972

Tabla 94 Resumen Utilidad Empresa C MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.778
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.292
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.528
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.306
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.042
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.972
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.75

Tabla 95 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Empresa C MI

- **Tiempo en la Organización Modelo I**

Para facilitar el análisis de los resultados se realizó una codificación donde la antigüedad estará representada por números desde el 0 al 4, siendo 0 (menos de un año), 1 (de 1 a 3 años), 2 (de 4 a 7 años), 3 (de 8 a 11 años) y 4 (más de 12 años).

▢ **Antigüedad 0 Modelo I**

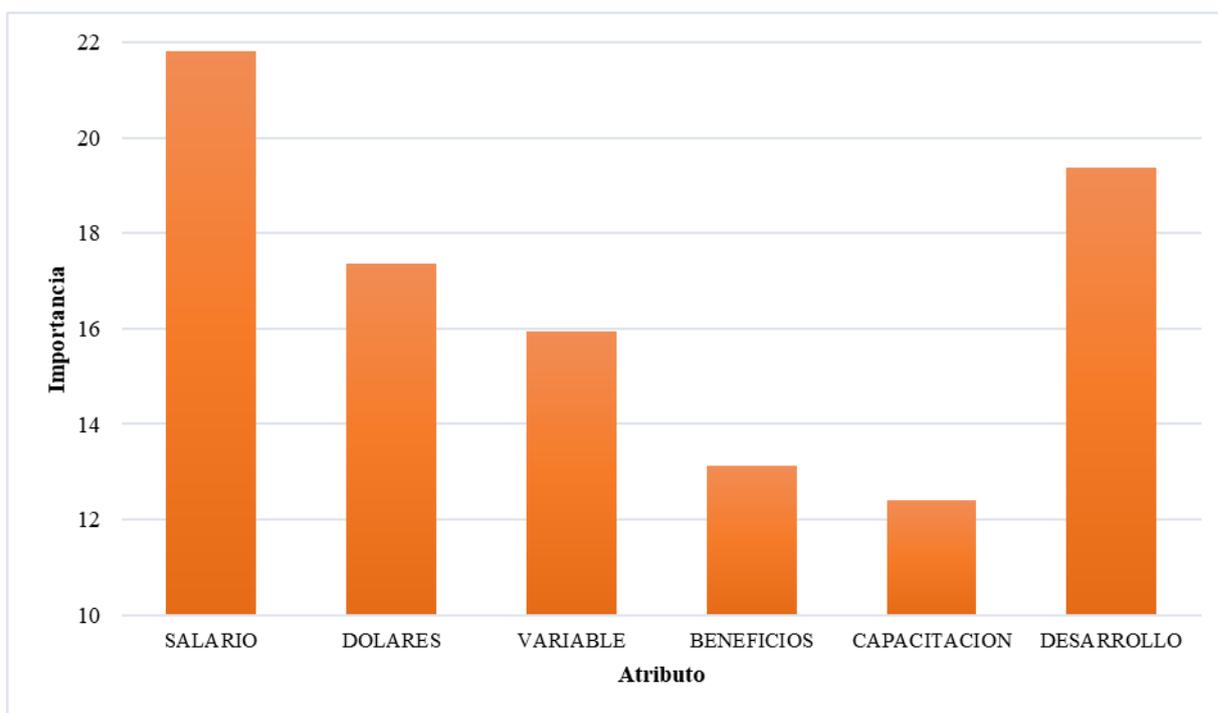


Tabla 96 Resumen Importancia Antigüedad 0 año MI

Replican los resultados obtenidos en la muestra total con respecto a la primera y la última posición siendo estos atributos Salario Base (21,81%) y Capacitación Recibida (12,41%) ambos registran variaciones porcentuales con relación a sus pares (muestra total) con un 13% y -17% respectivamente.

Del segundo al quinto puesto según las preferencias se encuentran el Desarrollo de Carrera (19,38%), el Pago en Dólares (17,36%), Compensación Variable (15,94%) y los Beneficios (13,11%), siendo este último el que presenta la mayor variación porcentual con respecto a la muestra total, con un -22%.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.927
Tau de Kendall	0.770

Tabla 97 Valores Correlaciones Antigüedad 0

Los valores del coeficiente de Pearson (92,7%) y Kendall (77%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 0 MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.833
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.861
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.694
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.528
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.444
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.917
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.236
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.403
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.833
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.167
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.931
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.764
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	-.611
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.514
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	0.097
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	.181
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-1.542
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.361

Tabla 98 Resumen Utilidades Antigüedad 0 MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.694
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.528
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.833
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.931
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	0.097
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.361
CONSTANTE		9.5
TOTAL		13.888

Tabla 99 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Antigüedad 0 MI

Antigüedad 1 Modelo I

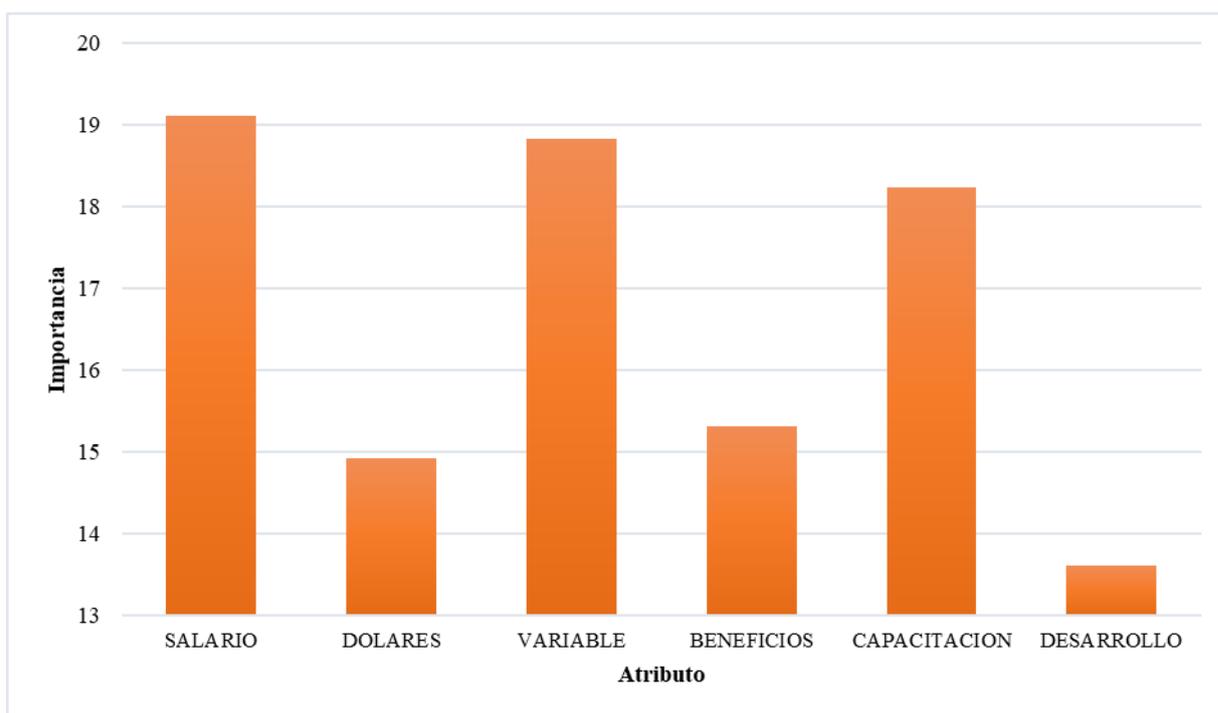


Tabla 100 Resumen Importancia Antigüedad 1 MI

Este segmento población le da mayor importancia relativa al Salario Base (19,11%), al igual que la muestra total y el segmento anterior. En segundo y tercer lugar se sitúan los atributos Compensación Variable (18,83%) y Capacitación Recibida (18,32%), presentando 0.51% de diferencia porcentual, la que es poco significativa.

Posicionándose en los últimos lugares están Beneficios (15,31%), Pago en Dólares (14,92%) y Desarrollo de carrera (13,61%), este último presenta una variación de -17% con respecto a la muestra total y -30% en contraste con los sujetos del segmento.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.891
Tau de Kendall	0.708

Tabla 101 Valores Correlaciones Antigüedad 1 MI

Los valores del coeficiente de Pearson (89,1%) y Kendall (70,8%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 1 MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.967
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.825
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.792
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	.283
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.600
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.883
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.033
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.325
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.708
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.017
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.708
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.692
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.683
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.783
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.467
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.608
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	0.100
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.508

Tabla 102 Resumen Utilidad Antigüedad 1 MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.792
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	0.283
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.708
BENEFICIOS	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.692
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	0.683
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	0.1
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.374

Tabla 103 Mejor combinación de atributos tarjeta 8 Antigüedad 1 MI

Antigüedad 2 Modelo I

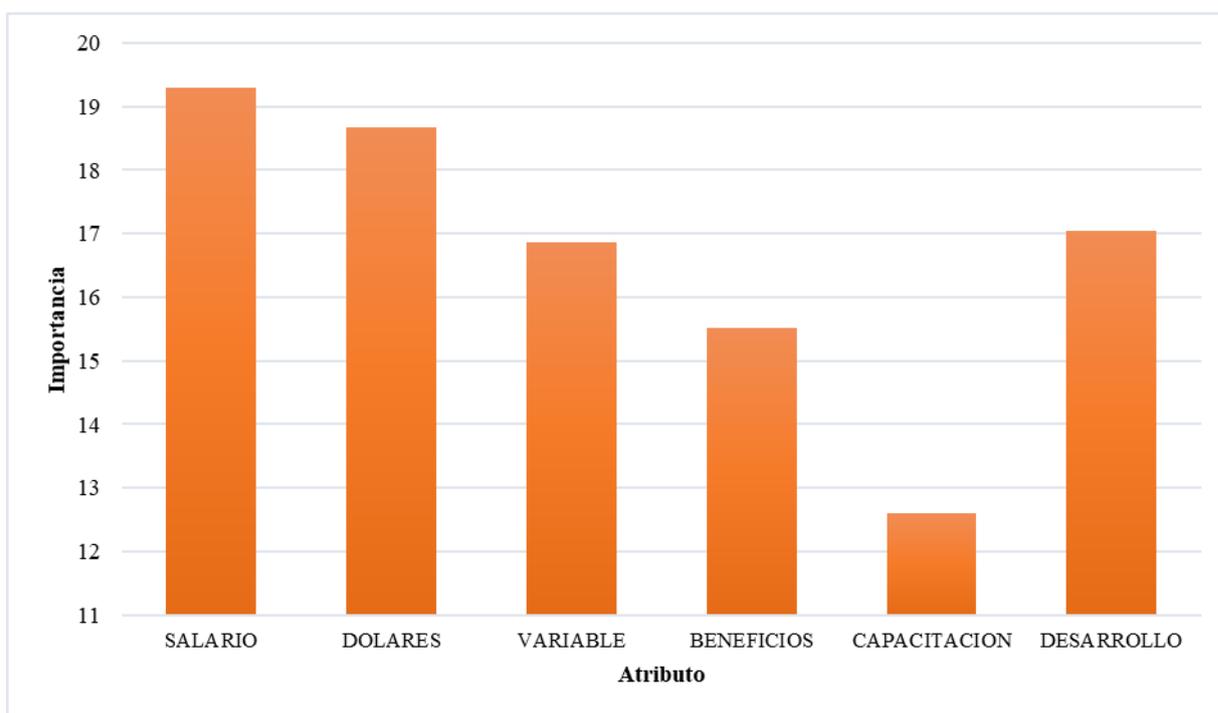


Tabla 104 Resumen Importancia Antigüedad 2 MI

Reafirman la tendencia al otorgarle mayor peso al atributo Salario Base (19,29%), en segundo lugar, se posiciona el Pago en Dólares (18,68%) presentando una variación porcentual con respecto a la muestra total de un 19%.

Siguen en posiciones el Desarrollo de Carrera (17,05%) por encima de Compensación Variable (16,87%) y como se puede observar tienen una diferencia poco significativa entre ambos.

En penúltimo lugar hallamos el atributo Beneficios (15,52%) y en última posición coincidiendo con el primer segmento (antigüedad 0) y muestra total está la Capacitación Recibida (12,60%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.901
Tau de Kendall	0.721

Tabla 105 Valores Correlaciones Antigüedad 2 MI

Los valores del coeficiente de Pearson (90,1%) y Kendall (72,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 2 MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	0.143
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.655
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.512
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.429
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.012
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.583
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.702
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.845
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-0.143
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.560
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.107
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.548
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.381
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.583
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.964
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	.226
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-1.143
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.917

Tabla 106 Resumen Utilidad Antigüedad 2 MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.512
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.583
COMPENSACION VARIABLE	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.845
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.107
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.583
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	0.226
CONSTANTE		9.5
TOTAL		13.19

Tabla 107 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Antigüedad 2 MII

Antigüedad 3 Modelo I

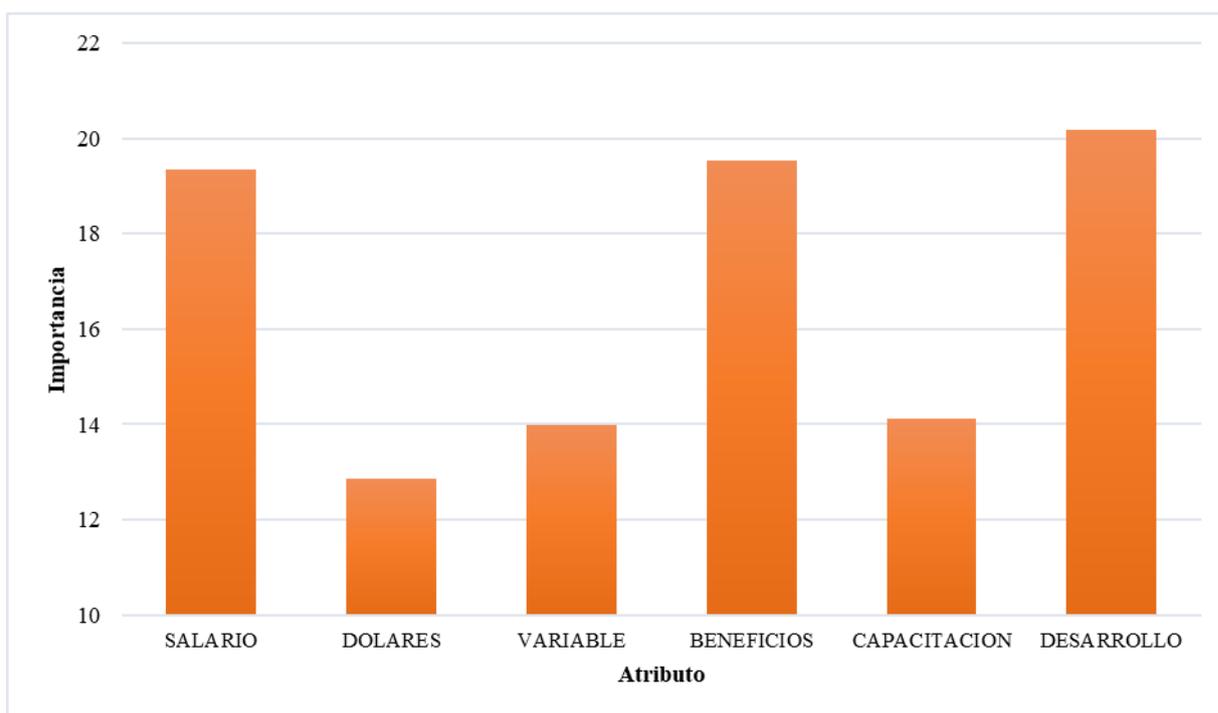


Tabla 108 Resumen Importancia Antigüedad 3 MI

Este grupo rompe la tendencia que se llevaba hasta el momento al asignarle mayor importancia al atributo Desarrollo de Carrera (20,17%), presentando una variación porcentual de 23% con respecto a los resultados obtenidos en la muestra total.

En segundo lugar, colocan los Beneficios con (19,54%) por encima de Salario Base (19,34%) siendo este atributo con mayor importancia en la mayoría de los segmentos poblacionales.

En cuarto lugar, se sitúa la Capacitación Recibida (14,13%) siendo este atributo el que normalmente ocupa el último lugar en importancia. Le siguen Compensación Variable (13,99%) y Pago en Dólares (12,85%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.988
Tau de Kendall	0.904

Tabla 109 Valores Correlaciones Antigüedad 3 MI

Los valores del coeficiente de Pearson (98,8%) y Kendall (90,4%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 3 MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.317
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.500
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.817
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	.067
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.950
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-1.017
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.717
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.433
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.283
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.383
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.117
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.733
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.750
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.450
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.200
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-1.167
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.283
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.450

Tabla 110 Resumen Utilidad Antigüedad 3 MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.817
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	0.067
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.283
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.117
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.2
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.45
CONSTANTE		9.5
TOTAL		13.034

Tabla 111 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Antigüedad 3 MI

Antigüedad 4 Modelo I

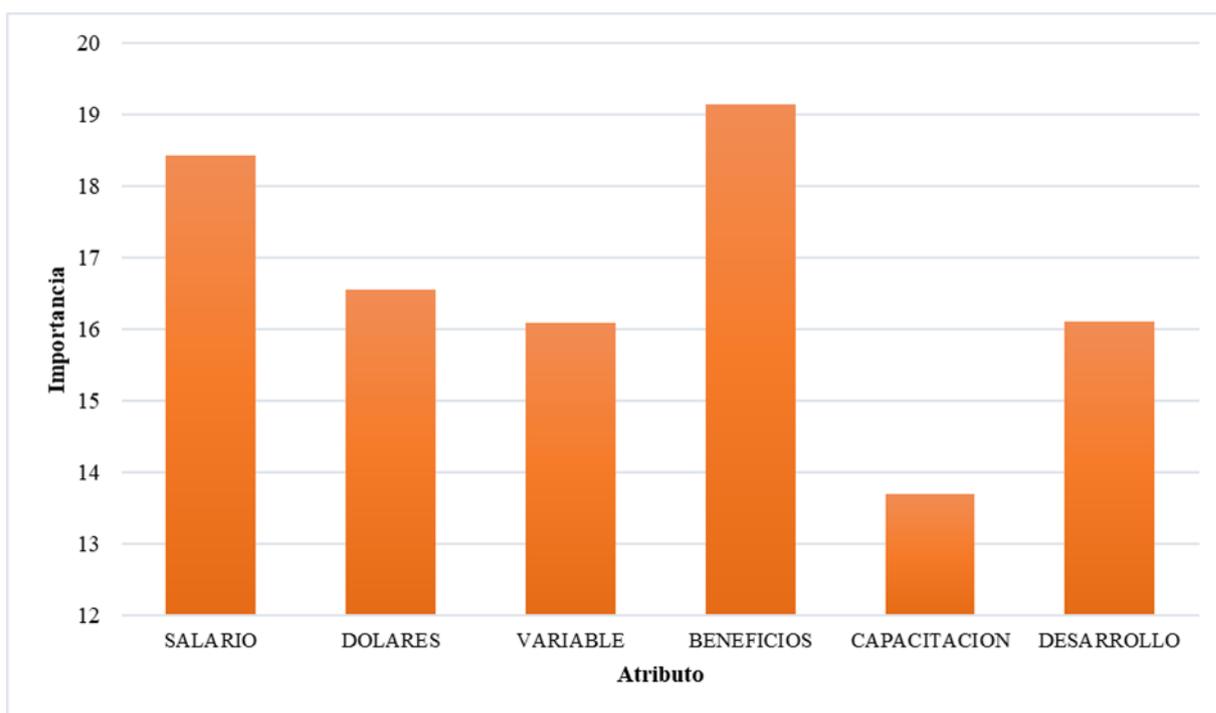


Tabla 112 Resumen Importancia Antigüedad 4 MI

Este segmento también rompe con la tendencia al colocarle mayor importancia al atributo Beneficios (19,14%), este presenta una variación porcentual de 14% con respecto a la muestra total.

Le siguen en las primeras posiciones el Salario Base (18,42%) sobre Pago en Dólares (16,55%). Separados de este último con una diferencia poco significativa de 0,44% y 0,49% están Desarrollo de Carrera (16,11%) y Compensación Variable (16,09).

Siendo el atributo con menor importancia se sitúa la Capacitación Recibida con 13,70%, coincidiendo con todos los segmentos de este grupo muestral con excepción del segmento Antigüedad 1.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.951
Tau de Kendall	0.770

Tabla 113 Valores Correlaciones Antigüedad 4 MI

Los valores del coeficiente de Pearson (95,1%) y Kendall (77%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 4 MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.632
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.569
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.201
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.521
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.812
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.292
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.757
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.382
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.375
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.514
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.986
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.472
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.556
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.465
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.021
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.222
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.944
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.167

Tabla 114 Resumen Utilidad Antigüedad 4 MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.201
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.292
COMPENSACION VARIABLE	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.382
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.986
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.465
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-0.222
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.02

Tabla 115 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Antigüedad 4 MI

- Carga Familiar Modelo I

Para facilitar el análisis de los resultados se realizó una codificación donde la carga familiar estará representada por números desde el 0 al 3, siendo 0 (ninguno), 1 (Uno o Dos) y 2 (3 o más).

▢ Carga 0 Modelo I

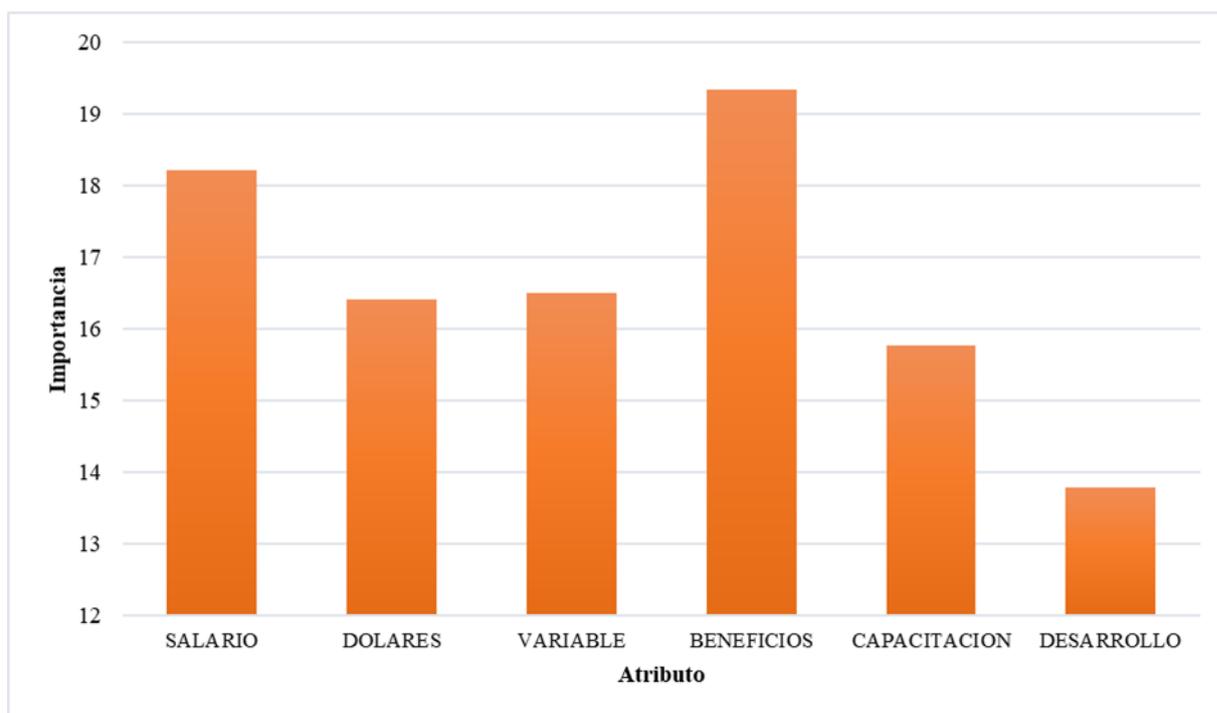


Tabla 116 Resumen Importancia Carga 0 MI

Este segmento no mantiene la tendencia general y posiciona el atributo Beneficios (19,34%) en la primera posición de importancia, presentando una variación porcentual de 15% con respecto a los resultados en la muestra total.

En segundo orden de importancia colocan el Salario Base (18.22%) por encima de la Compensación Variable (16,49%) presentado una diferencia de 0,08% con respecto al cuarto lugar ocupado por el atributo Pago en Dólares (16,41%).

En las últimas posiciones están la Capacitación Recibida (15,77%) y Desarrollo de Carrera (13,77%), este último presentando una variación porcentual de -16% en relación con la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.933
Tau de Kendall	0.817

Tabla 117 Valores Correlaciones Carga 0 MI

Los valores del coeficiente de Pearson (93,3%) y Kendall (81,7%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Carga Familiar 0 MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.396
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.469
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.865
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	.073
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.771
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.844
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.521
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-0.427
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.948
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	.000
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.177
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.177
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.281
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.385
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.667
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.135
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.573
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.708

Tabla 118 Resumen Utilidad Carga 0 MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.865
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	0.073
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.948
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.177
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.667
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.708
CONSTANTE		9.5
TOTAL		13.604

Tabla 119 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Carga 0 MI

▢ **Carga 1 Modelo I**

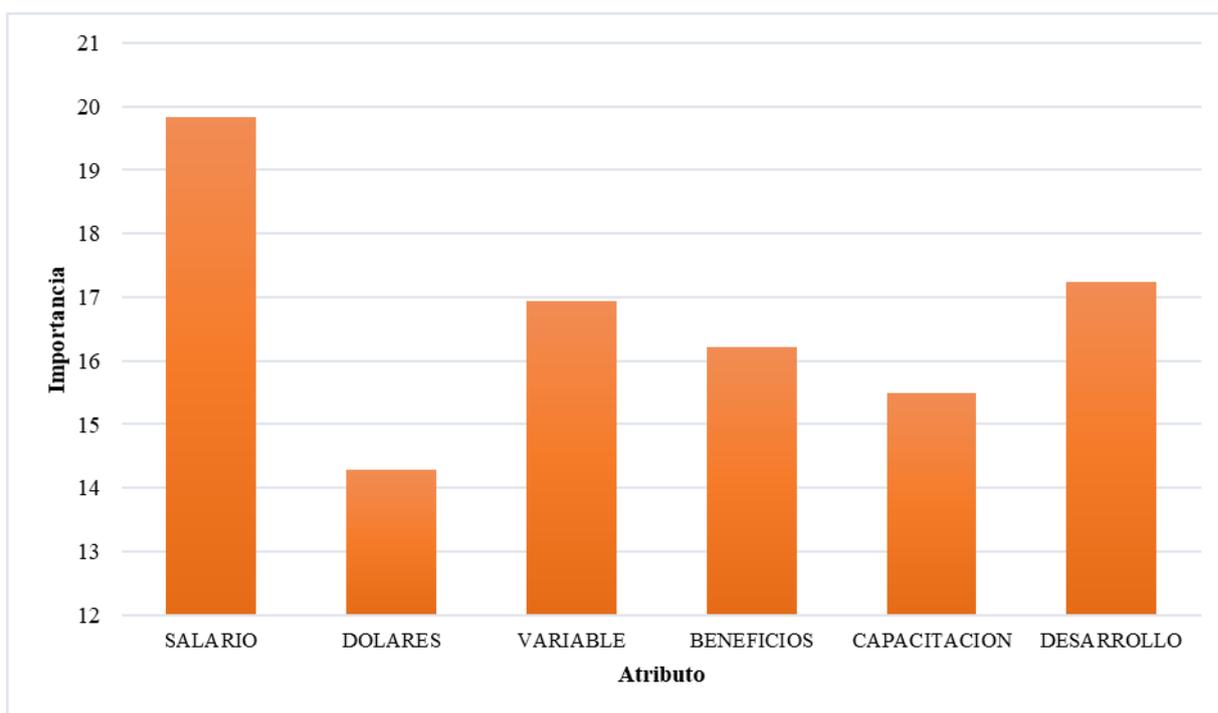


Tabla 120 Resumen Importancia Carga 1 MI

Coinciden con los resultados arrojados en la muestra total para el primer puesto en importancia con Salario Base (19,83%), en menor medida le sigue el Desarrollo de Carrera (17,24%)

En el tercer puesto se ubica la Compensación Variable (16,95%) por encima de Beneficios (16,22%) con una diferencia poco significativa de 0,73%.

Finalizando en los últimos puestos se encuentran la Capacitación Recibida (15,48%) y el Pago en Dólares (14,29%) el que presenta una variación porcentual de -9% con respecto a la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.951
Tau de Kendall	0.695

Tabla 121 Valores Correlaciones Carga 1 MI

Los valores del coeficiente de Pearson (95,1%) y Kendall (69,5%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Carga Familiar 1 MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.992
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.549
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.541
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.244
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	.858
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.614
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-1.187
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.630
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.557
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.256
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	.821
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.565
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.508
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.667
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.175
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-.744
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.407
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.150

Tabla 122 Resumen Utilidad Carga 1 MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.541
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.244
COMPENSACION VARIABLE	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.557
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.821
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-1.175
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.15
CONSTANTE		9.5
TOTAL		12.15

Tabla 123 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Carga 1 MI

▢ **Carga 2 Modelo I**

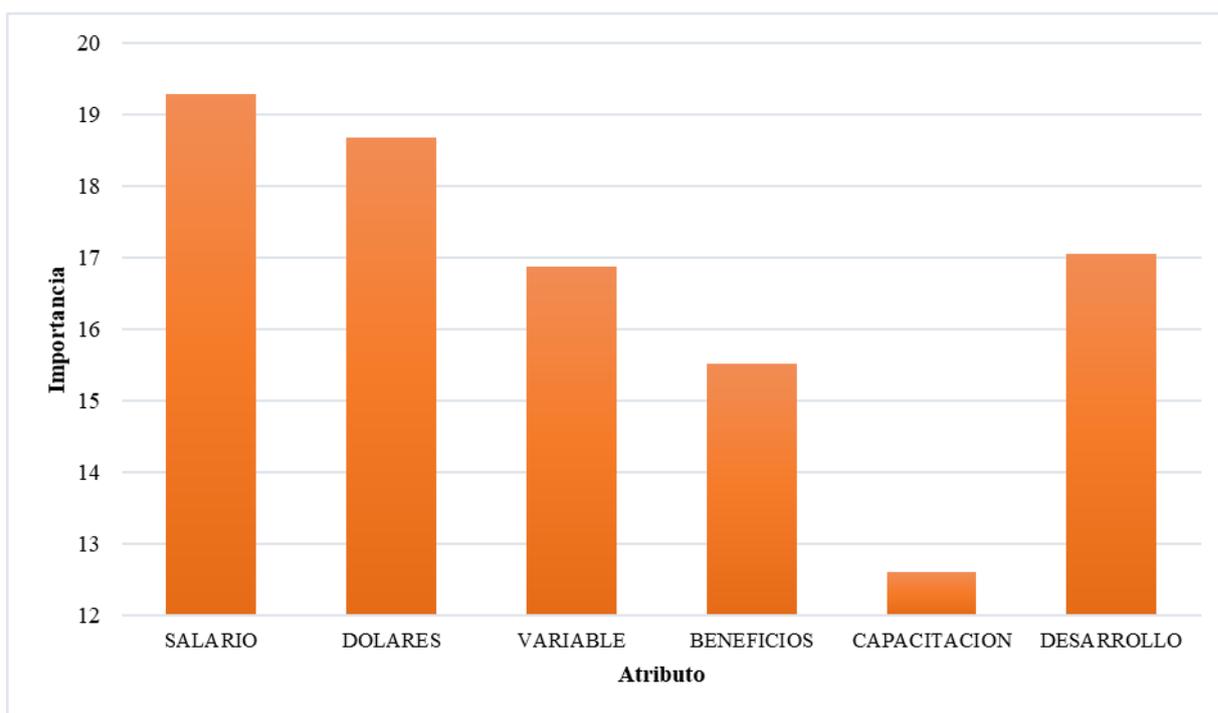


Tabla 124 Resumen Importancia Carga 2 MI

Este segmento muestral mantiene la tendencia general en cuanto a la primera y última posición con los atributos Salario Base (19,29%) y Capacitación Recibida (12,60%) respectivamente, cabe destacar que este último presenta una variación porcentual de -16% con respecto a los resultados obtenidos en la muestra total del modelo I.

Le siguen en orden los atributos Pago en Dólares (18,68%) con una variación porcentual de 19% con respecto a la muestra total modelo I, Desarrollo de Carrera (17,05%), Compensación Variable (12,60%) y Beneficios (15,52%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.901
Tau de Kendall	0.721

Tabla 125 Valores Correlaciones Carga 2 MI

Los valores del coeficiente de Pearson (90,1%) y Kendall (72,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Carga Familiar 2 MI).

ATRIBUTO		UTILIDAD
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	0.143
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.655
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.512
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.429
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.012
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.583
VARIABLE	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-.702
	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.845
	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	-0.143
BENEFICIOS	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.560
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.107
	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-.548
CAPACITACION	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	.381
	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.583
	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	-0.964
DESARROLLO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	.226
	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-1.143
	SER PROMOVIDO CADA AÑO	0.917

Tabla 126 Resumen Utilidad Carga 2 MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	1.512
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.583
COMPENSACION VARIABLE	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	0.845
BENEFICIOS	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	1.107
CAPACITACION RECIBIDA	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	0.583
DESARROLLO DE CARRERA	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	0.226
CONSTANTE		9.5
TOTAL		13.19

Tabla 127 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Carga 2 MI

Total Modelo II “Compensación Financiera”

Al realizar el análisis de los resultados obtenidos por la muestra total para el Modelo II, obtenemos lo siguiente:

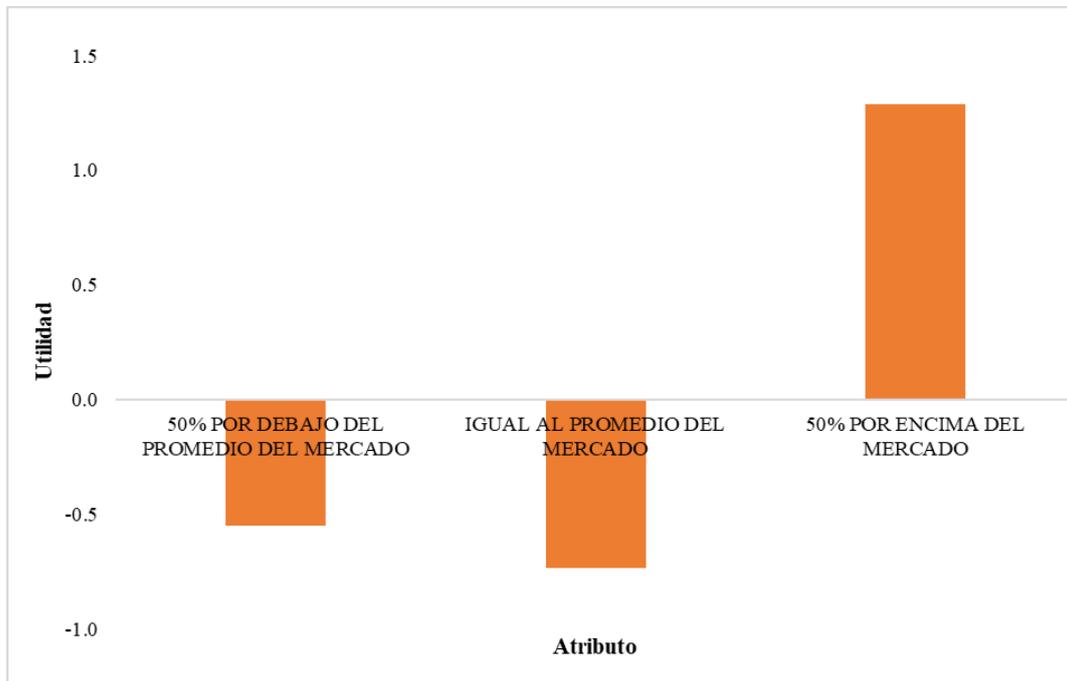


Tabla 128 Resumen de Utilidades Atributo Salario Base TOTAL MII

Para el atributo *Salario Base* de la muestra total modelo II, el nivel que obtuvo mayor utilidad entre los encuestados es “50% por encima del promedio del mercado” con una utilidad neta de 1.29, así mismo, tenemos utilidades negativas “50% por debajo del promedio del mercado” y “igual al promedio del mercado”, las cuales tienen una utilidad de -0.552 y -0.74 respectivamente, es decir, los encuestados prefieren sacrificar o intercambiar estos niveles del atributo para obtener otros (niveles) en otra variable que se ajusten más a sus preferencias.

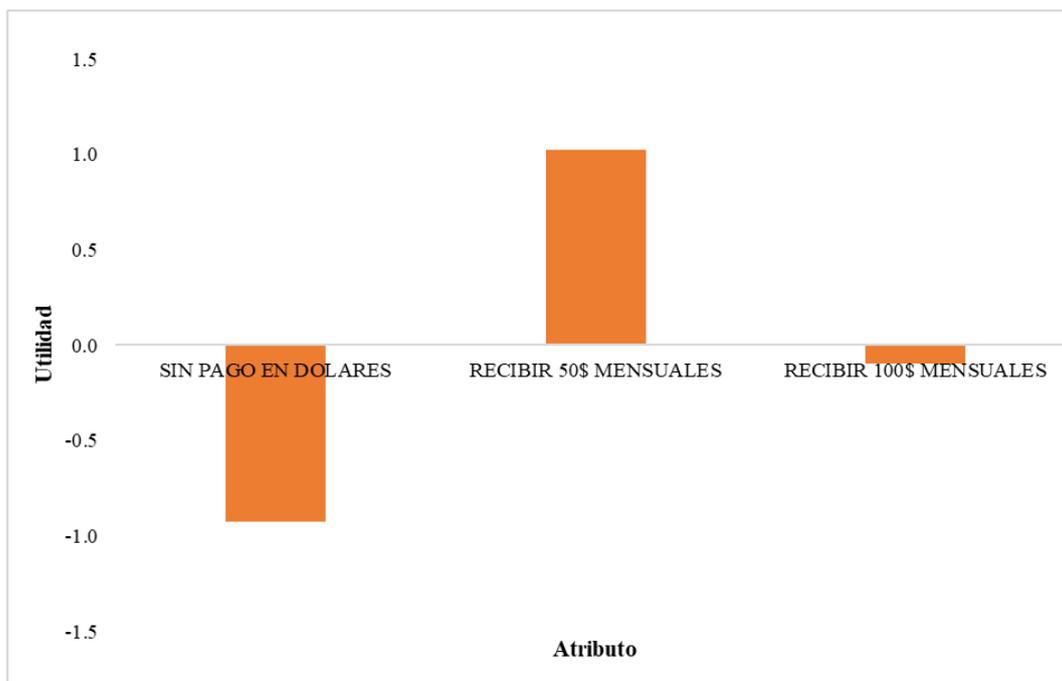


Tabla 129 Resumen de Utilidades Atributo Pago en Dólares TOTAL MII

Observamos en el atributo *Pago en Dólares*, que el nivel con mayor preferencia por los encuestados de esta población muestral es el de “recibir 50\$ mensuales” con una utilidad de 1.023, mientras que los niveles “recibir 100\$ mensuales” y “sin pago en dólares” presentan utilidades negativas de -0.096 y -0.927 respectivamente.

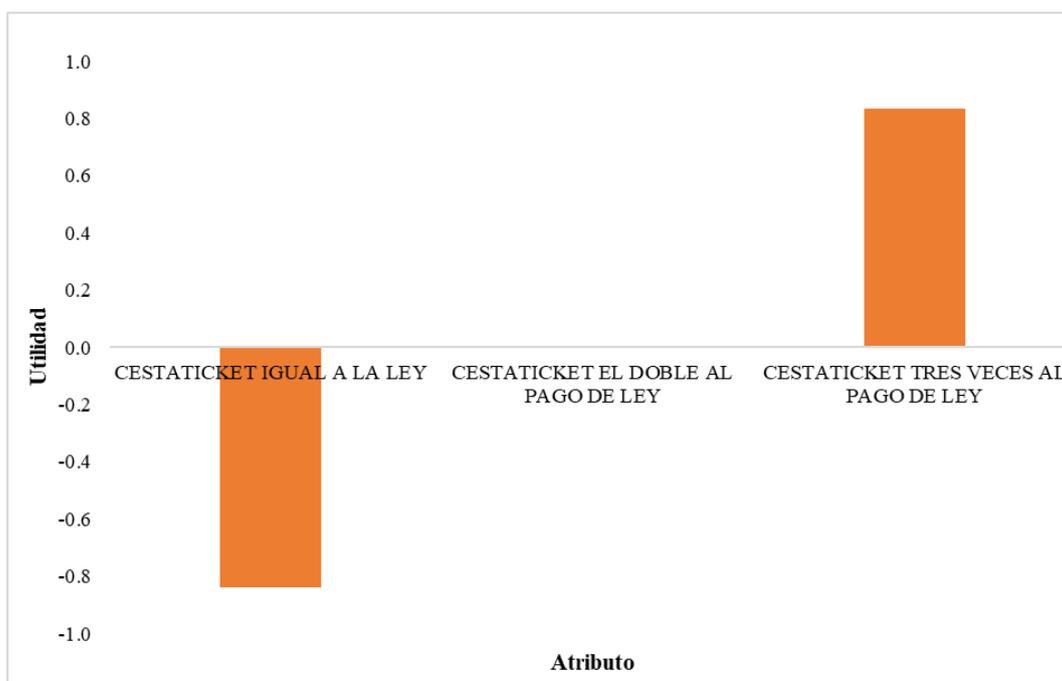


Tabla 130 Resumen Utilidad Atributo Ticket de Alimentación MII

En el atributo *Ticket de Alimentación* los participantes manifiestan su preferencia en primer lugar hacia el nivel “Cestaticket tres veces al pago de ley” y en segundo lugar el nivel “Cestaticket el doble al pago de ley” con unas utilidades de 0.84 y 0.005 respectivamente. Así mismo, en último lugar se ubicó el nivel “Cestaticket igual a la ley” con una utilidad negativa de -0.84.

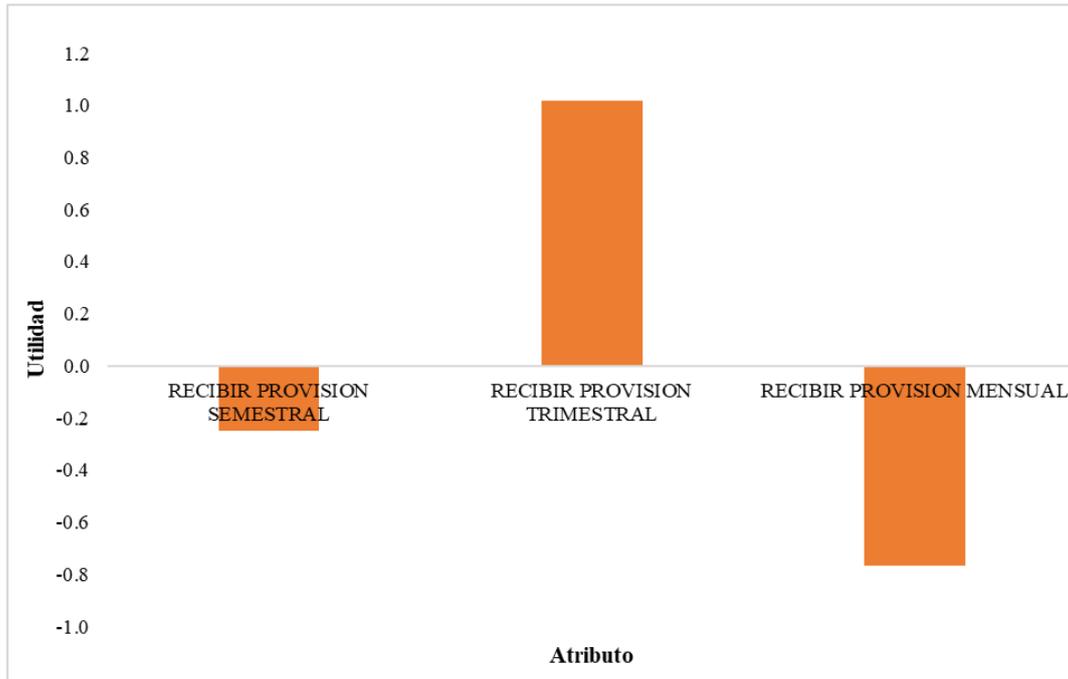


Tabla 131 Resumen Utilidad Atributo Contribuciones TOTAL MII

Ahora en el atributo *Contribuciones* podemos observar que el nivel con la mayor preferencia es el “Recibir provisión trimestral” con 1.019 de utilidad y los otros dos niveles “Recibir provisión semestral” y “Recibir provisión mensual” con una utilidad negativa de -0.251 y -0.768 correspondientemente.

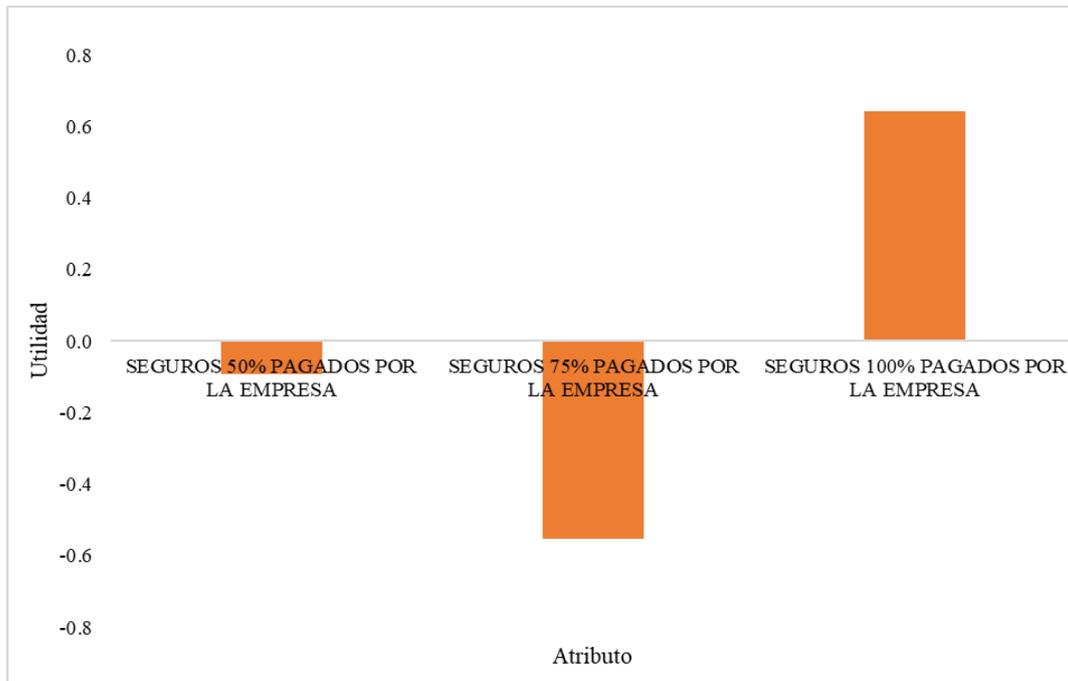


Tabla 132 Resumen Utilidades Atributo Beneficios No Salariales TOTAL MII

En el atributo *Beneficios No Salariales* se manifiestan un nivel positivo de utilidad “Seguros 100% pagados por la empresa” con 0.643 de utilidad. Como menor preferencia se encuentra los niveles “Seguros 50% pagados por la empresa” y “Seguros 75% pagados por la empresa” con -0.092 y 0.552 de utilidad respectivamente.

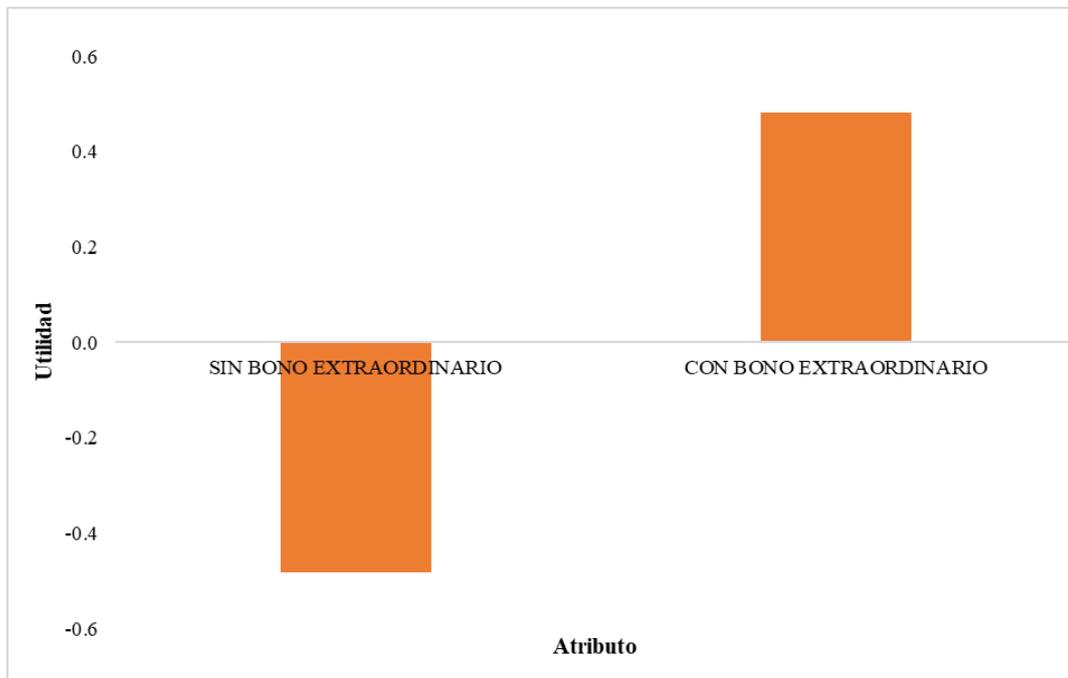


Tabla 133 Resumen Utilidades Atributo Bonificaciones Periódicas TOTAL MII

En cuanto al atributo *Bonificaciones Periódicas* de carrera, se muestra un valor de preferencia positivo como lo es “Con bono extraordinario” con una utilidad de 0.482 y el otro nivele con utilidad negativa de -0.482 es “Sin bono extraordinario”.

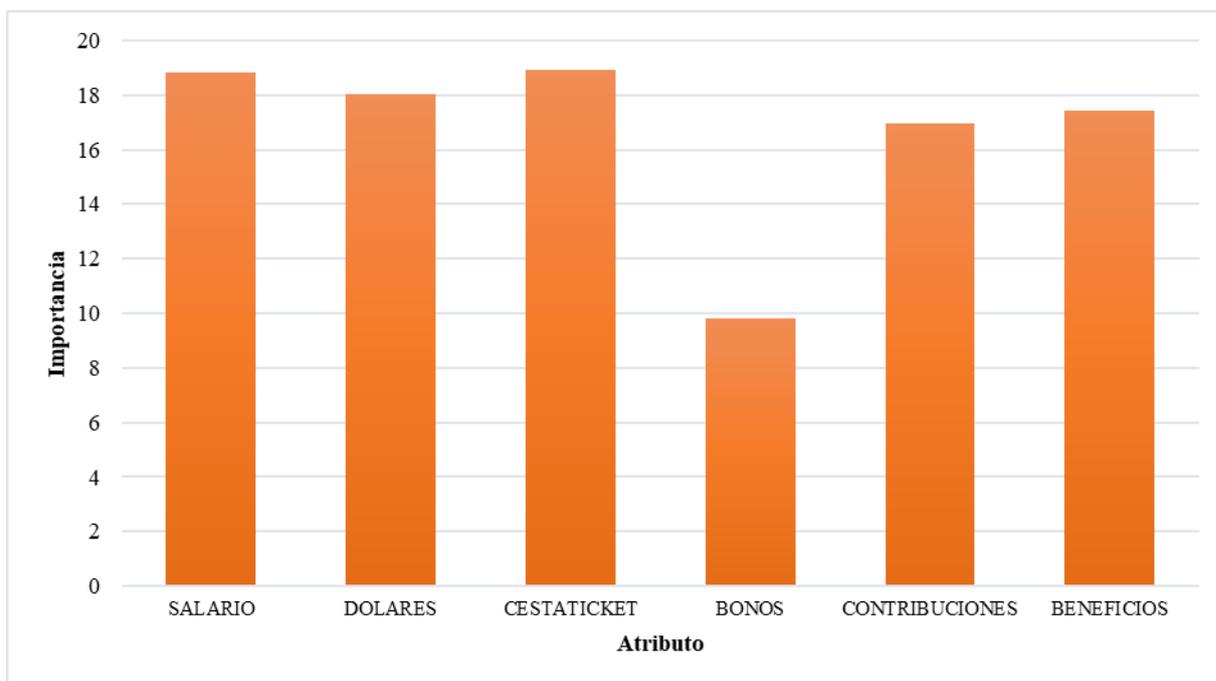


Tabla 134 Resumen Importancia TOTAL MII

Ahora bien, al analizar los resultados de importancia que arroja el Análisis Conjunto podemos observar que el atributo al cual los colaboradores asignaron mayor importancia relativa es el *Ticket de Alimentación* con un porcentaje de 18,93%. Estos resultados son respaldados por los “utilities” o “utilidad” derivados de este atributo, ya que, los mismos indican que el nivel “Cestaticket tres veces al pago de ley” es el de mayor preferencia por los encuestados.

A este le siguen en cuanto a importancia relativa *Salario Base* (18,81%) 0,76% y 1,39% por encima de *Pago en Dólares* (18,05%) y *Beneficios no salariales* (17,42%) respectivamente, exponiendo que no existe diferencia significativa entre ellos. Los resultados de los atributos concuerdan con los valores alcanzados por los “utilidad”, con lo que se puede determinar que, en relación con estos, los integrantes de la muestra tienen una preferencia relativa a obtener “50% por encima del promedio del mercado” como Salario Base, tener Pago en Dólares “Recibir 50\$ mensuales” y “Seguros 100% pagados por la empresa”.

En penúltimo y último lugar en importancia relativa tenemos *Contribuciones* (16,97%) y *Bonificaciones Periódicas* (9,81%), los cuales tienen una diferencia porcentual significativa de 7,16%. Una vez más, la “utilidad” indica que las preferencias relativas de los colaboradores están orientadas hacia Recibir Provisiones Mensuales y recibir Bonos Extraordinarios.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.929
Tau de Kendall	0.757

Tabla 135 Valores Correlaciones TOTAL MII

Cabe destacar, el valor obtenido por el coeficiente de Pearson (92,9%) y Kendall (75,7%), los cuales indica una gran confiabilidad en los resultados obtenidos en el presente estudio, relacionados con las preferencias relativas de los sujetos.

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-.482
	CON BONO EXTRAORDINARIO	.482
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.552
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.735
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.286
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-.927
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.023
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-.096
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-.840
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.005
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.836
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-.251
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.019
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.768
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.092
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-.552
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.643

Tabla 136 Resumen Utilidades TOTAL MII

Para obtener la combinación de tarjetas que mejor se ajuste al total de la muestra del modelo II, tomaremos y sumaremos todas las “utilidades” por número de tarjeta. Siendo la mejor combinación la tarjeta que presente el valor más elevado en la sumatoria. Siendo esto así, hay que destacar que independientemente de la combinación que se establezca, aquella con mayor sumatoria será la más preferida por los sujetos, ya que, entre más alto sea el valor obtenido mayor es la importancia relativa hacia el nivel del atributo. Para más detalle ver anexo D (matriz combinación MII)

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.976
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.595
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.143
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.214
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.631
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.631
CONSTANTE		9.571
TOTAL		14.047

Tabla 137 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 TOTAL MII

La mejor combinación para el total de la muestra del Modelo I es la tarjeta n°2 siendo la primera con un total 12.265 en la sumatoria de los “Utilidad”, en segundo lugar, tenemos la tarjeta n°4 (11.575) y en tercer lugar la tarjeta n°9 (11.213).

Esto le permite al departamento de compensación diseñar e implementar planes de compensación que se encuentren mejor ajustados a la realidad, ya que, la mejor combinación de atributos permite observar cuales componentes de la compensación son los más valorados, lo que podría generar niveles más elevados de retención y compromiso organizacional, en poblaciones similares en un contexto hiperinflacionario.

- **Sexo Modelo II**

▢ **Hombres Modelo II**

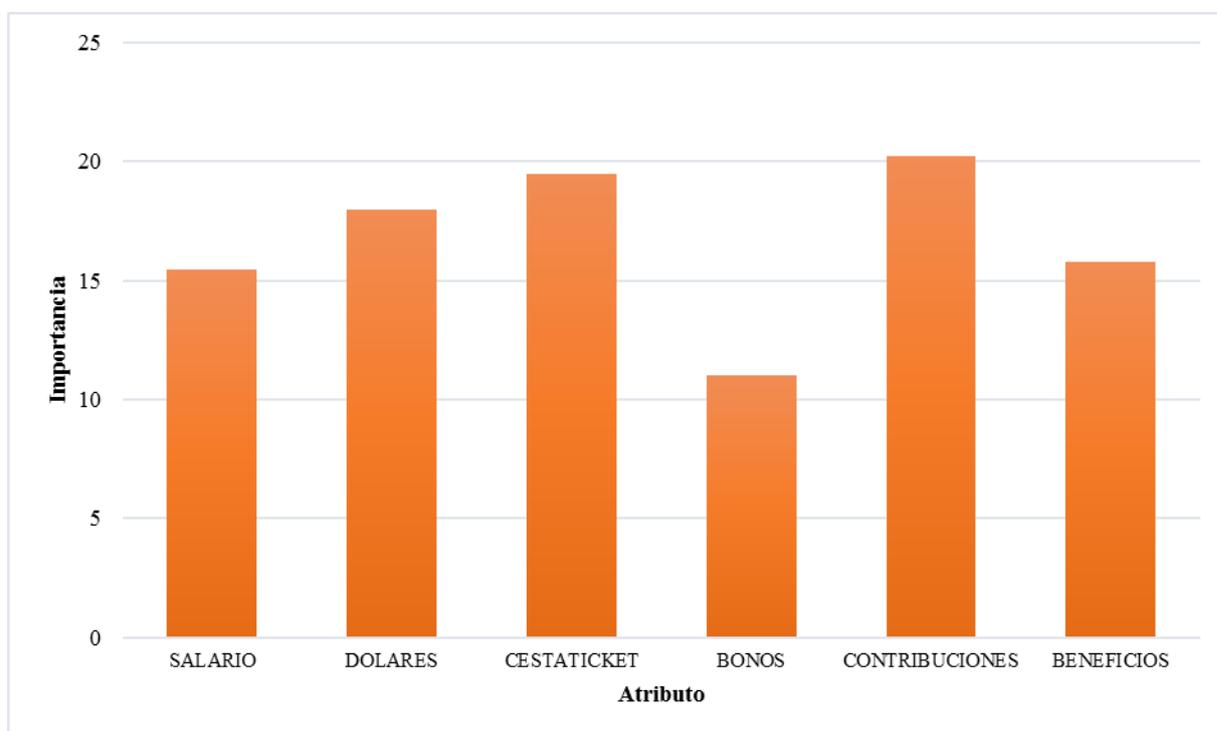


Tabla 138 Resumen Importancia Hombres MII

A diferencia de los resultados obtenidos en la muestra total del modelo I, los hombres otorgan un mayor peso relativo al atributo *Contribuciones* (20,25%) siendo un 3,28% más elevado en comparación a la muestra total, dejando en segundo lugar el *Ticket de Alimentación* (19,50%) un 0,56% por encima de la muestra total. Bajando al tercer lugar se ubica el *Pago en Dólares* (18%), manteniéndose en cuarta posición en peso relativo de importancia se encuentra *Beneficios No Salariales* (18,78%), siendo un 1,64% menos que la muestra total del modelo II. Para cerrar las últimas posiciones tenemos *Salario Base* y *Bonificaciones Periódicas* con 15,48% y 10,99% respectivamente.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.948
Tau de Kendall	0.765

Tabla 139 Valores Correlaciones Hombres MII

Los valores del coeficiente de Pearson (94,8%) y Kendall (76,5%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Hombres MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.447
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.447
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.288
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.5
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.788
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.773
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.869
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.096
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.838
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.106
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.944
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.545
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.591
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-1.045
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.247
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.384
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.631

Tabla 140 Resumen Utilidades Hombres MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.788
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.096
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.106
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.447
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.591
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.247
CONSTANTE		9.649
TOTAL		12.026

Tabla 141 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Hombres MII

▯ Mujeres Modelo II

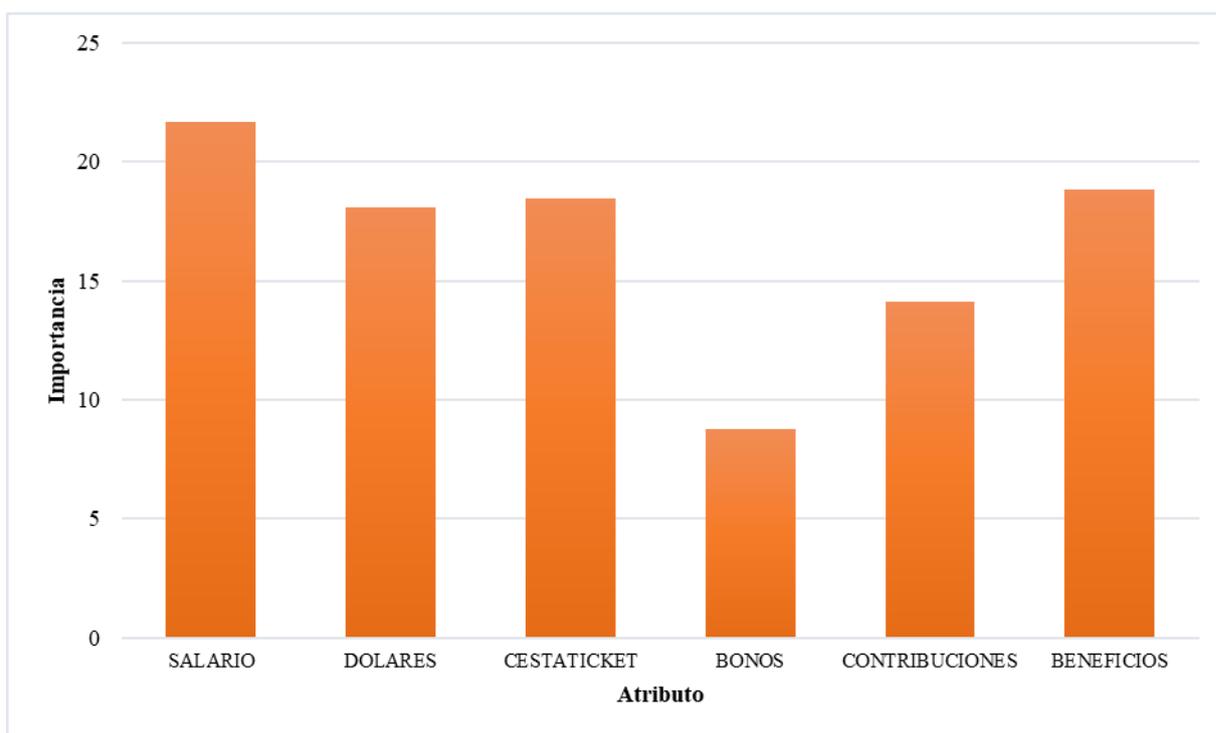


Tabla 142 Resumen Importancia Mujeres MII

Las mujeres otorgan mayor peso relativo al atributo *Salario Base* (21,69%) contrario a los resultados obtenidos en la muestra total del modelo II, en segundo orden de importancia se colocan los *Beneficios No Salariales* (18,85%) una diferencia importante con respecto a los hombres y a las muestras total del modelo II, los cuales ubicaron este atributo como el cuarto en orden de importancia.

Ticket de Alimentación (18,44%) es desplazado de la primera posición a la tercera con respecto a sus pares de sexo y la muestra total colocándola en tercer lugar. En cuarta posición se encuentra *Pago en Dólares* con un 18,10%. Y en las dos últimas posiciones siendo las menos preferidas, se ubican las *Contribuciones* (14,21%) y las *Bonificaciones Periódicas* (8,79%) siendo la diferencia de los valores porcentuales entre ambos significativa con 5.42%.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.911
Tau de Kendall	0.765

Tabla 143 Valores Correlaciones Mujeres MII

Los valores del coeficiente de Pearson (91,1%) y Kendall (76,5%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Mujeres MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.513
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.513
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.781
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.939
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.719
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-1.061
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.158
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.096
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.842
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.101
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.741
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	0.004
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.522
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.526
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.044
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.697
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.654

Tabla 144 Resumen Utilidad Mujeres MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.719
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.096
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.101
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.513
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.522
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.044
CONSTANTE		9.671
TOTAL		12.474

Tabla 145 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Mujeres MII

- **Generaciones Modelo II**

▫ **Baby Boomers Modelo II**

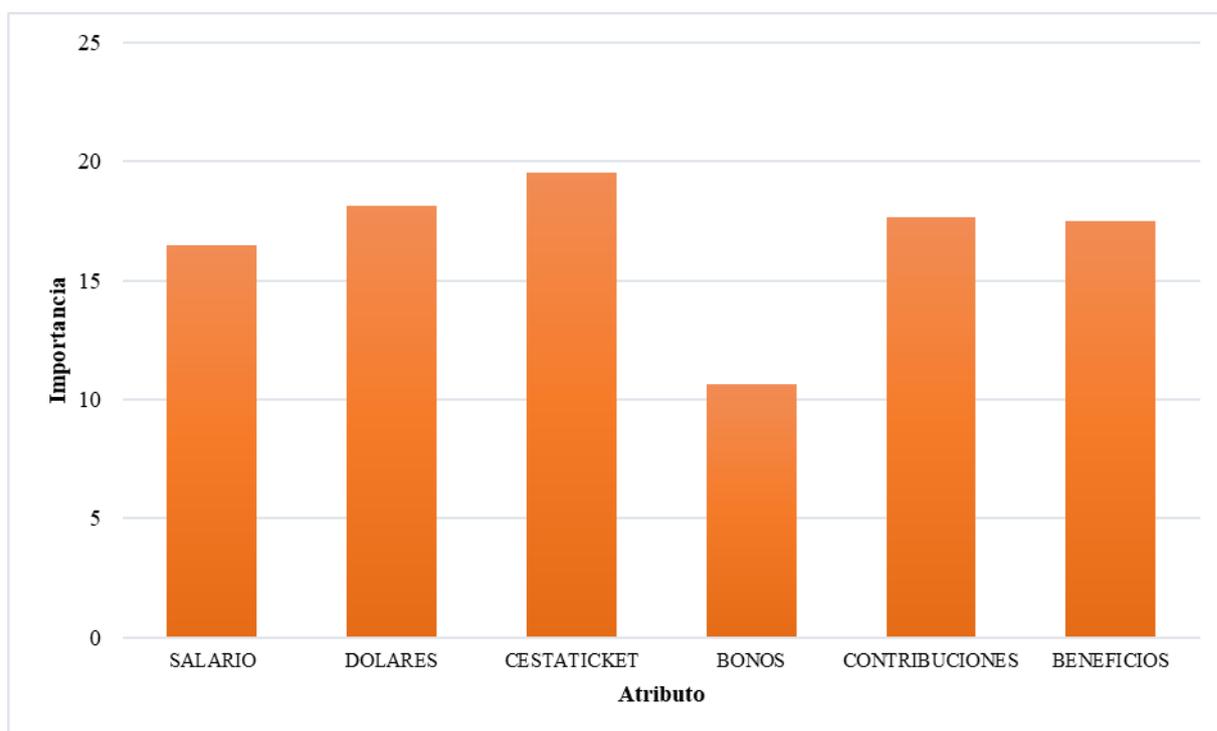


Tabla 146 Resumen Importancia Baby Boomers MII

La Generación BB coincidiendo con la muestra total del modelo II le otorga mayor importancia relativa, al atributo *Ticket de Alimentación* (20,76%) y presenta una variación porcentual de un 10% con respecto a los resultados obtenidos en esa población muestral. Adicionalmente coloca en último lugar posicionándose las *Bonificaciones Periódicas* (9,39%).

En segundo lugar, se encuentra el atributo *Contribuciones* (17,63%), por encima de *Beneficios No Salariales* (17,61%), *Salario Base* (17,34%) y *Pago en Dólares* (17,26%) con una diferencia porcentual poco significativa entre ellos.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.901
Tau de Kendall	0.660

Tabla 147 Valores Correlaciones Baby Boomers MII

Los valores del coeficiente de Pearson (90,1%) y Kendall (66%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Baby Boomers MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.304
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.304
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.56
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.56
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.119
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-1.25
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.131
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	0.119
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.679
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.274
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.952
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.5
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.333
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.833
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.44
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.786
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.345

Tabla 148 Resumen Utilidades Baby Boomers MI

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.119
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	0.119
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.274
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.304
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.333
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.44
CONSTANTE		9.601
TOTAL		12.642

Tabla 149 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Baby Boomers MII

▯ **Generación X Modelo II**

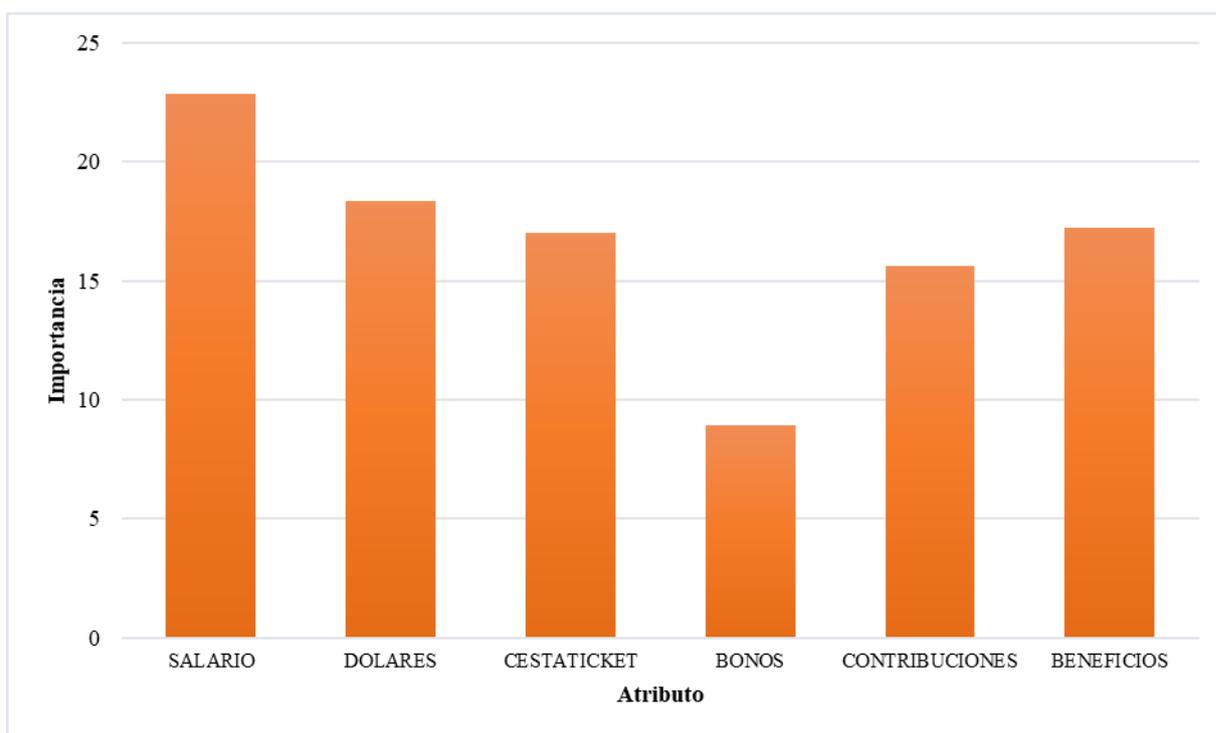


Tabla 150 Resumen Importancia Generación X MII

Los miembros pertenecientes a la generación X asignan mayor importancia relativa al *Salario Base* (22,87%) contrario a la tendencia de los resultados de la muestra total del modelo I y la generación BB. Así mismo, en segundo lugar, se encuentra el *Pago en Dólares* (18,37%) por encima de los atributos *Beneficios No Salariales* (17,20%) y *Ticket de Alimentación* (17,02%) con una diferencia porcentual poco significativa de 1,17% y 1,35% respectivamente.

Manteniendo la tendencia de la muestra total del modelo II se ubican en las últimas posiciones los atributos *Contribuciones* (15,63%) y *Bonificaciones Periódicas* (8,90%), presentando este último una variación porcentual de -8% con respecto a la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.893
Tau de Kendall	0.734

Tabla 151 Valores Correlaciones MII

Los valores del coeficiente de Pearson (89,3%) y Kendall (73,4%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Generación X MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.521
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.521
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.806
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.91
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.715
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.701
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.056
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.354
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.792
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.083
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.875
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	0.16
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.389
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.549
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.007
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.757
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.764

Tabla 152 Resumen Utilidad Generación X MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.715
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.701
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.875
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.521
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.549
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.764
CONSTANTE		9.674
TOTAL		12.299

Tabla 153 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Generación X MII

▢ **Generación Y Modelo II**

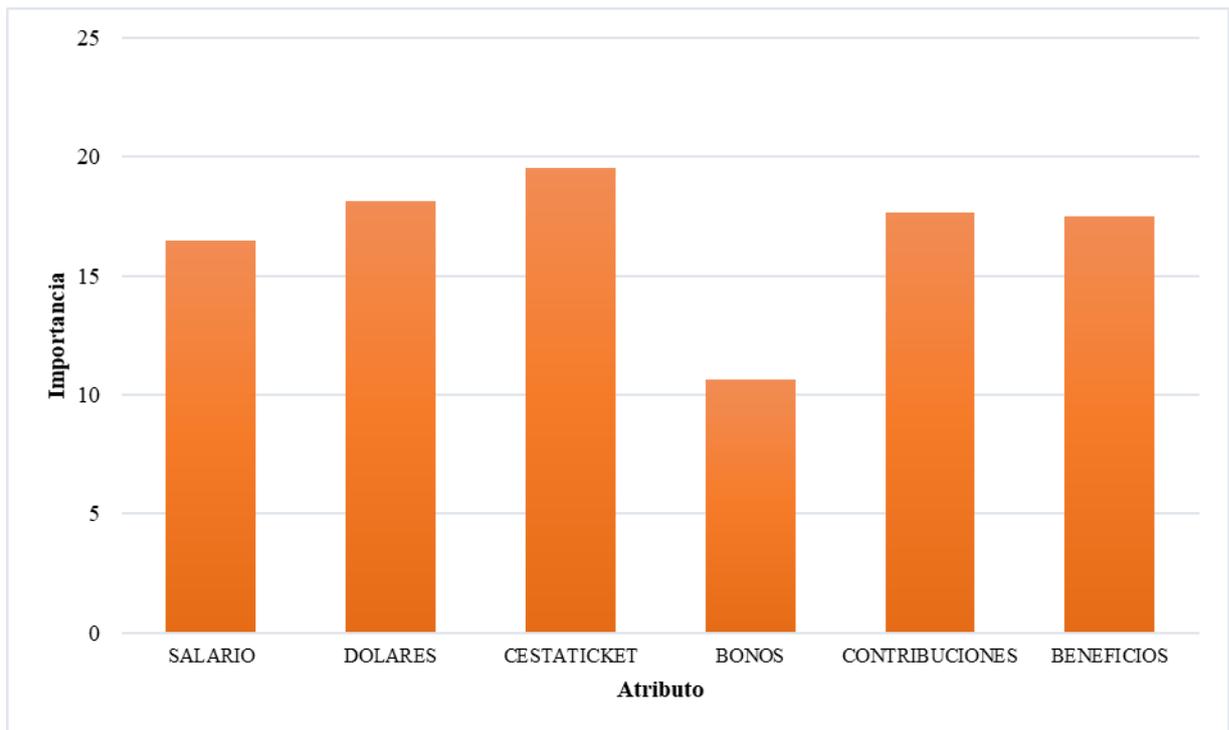


Tabla 154 Resumen Importancia Generación Y MII

Los sujetos de la generación Y al igual que la muestra total del modelo II y sus pares de la generación BB fijan mayor preferencia relativa al atributo *Ticket de Alimentación* (19,55%) y la menor preferencia al atributo *Bonificaciones Periódicas* (10,66%), este último presenta una variación porcentual de un 9% con respecto al primero.

Se observa una coincidencia con la generación X en el segundo orden de preferencia con el *Pago en Dólares* (18,16%). Le siguen en orden *Contribuciones* (17,66%), *Beneficios No Salariales* (17,50%) y *Salario Base* (16,47%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.885
Tau de Kendall	0.634

Tabla 155 Valores Correlaciones Generación Y MII

Los valores del coeficiente de Pearson (88,5%) y Kendall (63,4%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Generación X MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.53
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.53
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.364
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.682
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.045
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.955
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.955
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	5.55E-16
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.944
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.187
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.758
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.444
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.343
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.899
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.379
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.303
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.682

Tabla 156 Resumen Utilidad Generación Y MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.045
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	5.551E-16
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.187
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.53
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.343
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.379
CONSTANTE		9.677
TOTAL		12.403

Tabla 157 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Generación Y MII

- **Nivel Organizacional Modelo II**

▢ **Alta Gerencia Modelo II**

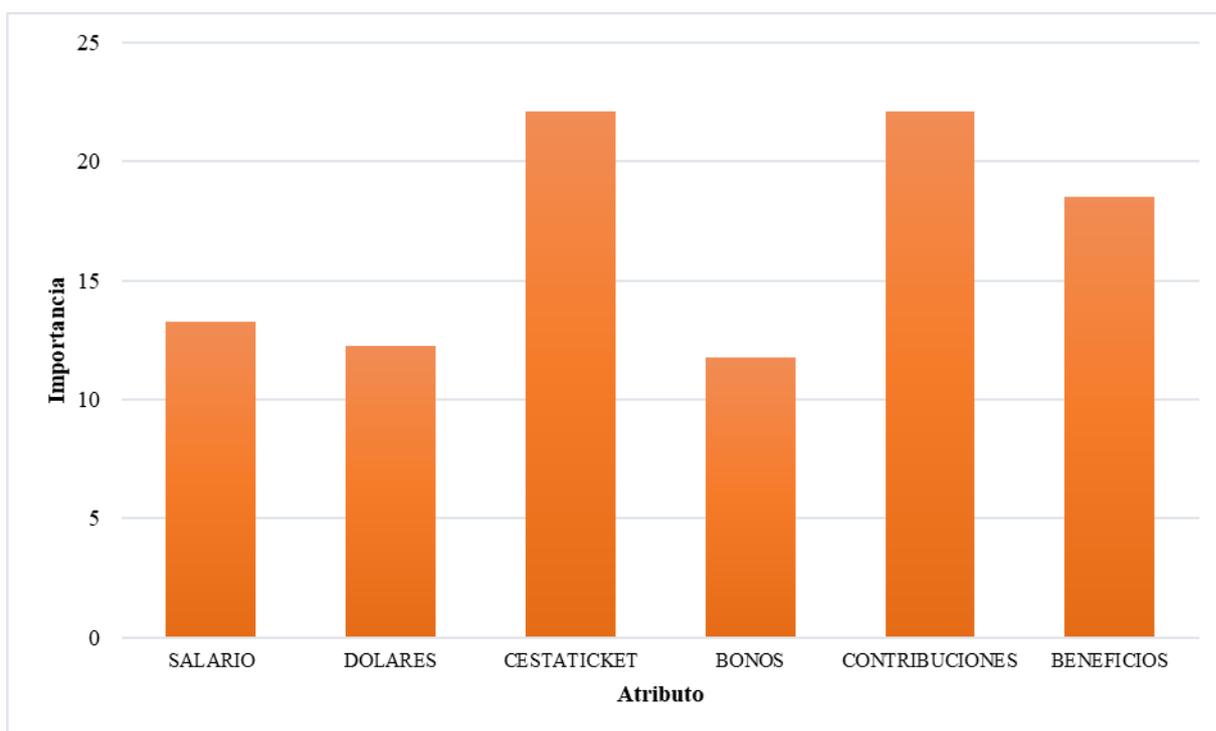


Tabla 158 Resumen Importancia Alta Gerencia MII

La alta gerencia le asigna mayor importancia al *Ticket de Alimentación* (22,10%) al igual que la muestra total del modelo II, igualmente presenta una variación porcentual de un 17%. Con un 0.02% de diferencia porcentual le sigue muy de cerca el atributo *Contribuciones* (22,08%). En tercer lugar, diferenciándose de la tendencia se encuentran *Beneficios No Salariales* (18,52%) con una variación porcentual de 6% con respecto a los resultados de la muestra total MII. Le siguen en orden *Salario Base* (13,29%), *Pago en Dólares* (12,24%) y siguiendo la tendencia de la muestra total se coloca en último lugar las *Bonificaciones Periódicas* (11,77%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.947
Tau de Kendall	0.841

Tabla 159 Valores Correlación Alta Gerencia MII

Los valores del coeficiente de Pearson (94,7%) y Kendall (84,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Alta Gerencia MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.813
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.813
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.542
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	0.125
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.417
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.875
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.125
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	7.50E-01
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.333
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.042
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.375
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-1.167
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	2.625
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-1.458
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.042
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.125
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.083

Tabla 160 Resumen Utilidad Alta Gerencia MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.417
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	0.75
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.042
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.813
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	2.625
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.042
CONSTANTE		9.771
TOTAL		14.292

Tabla 161 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Alta Gerencia MII

▢ **Gerencia Media Modelo II**

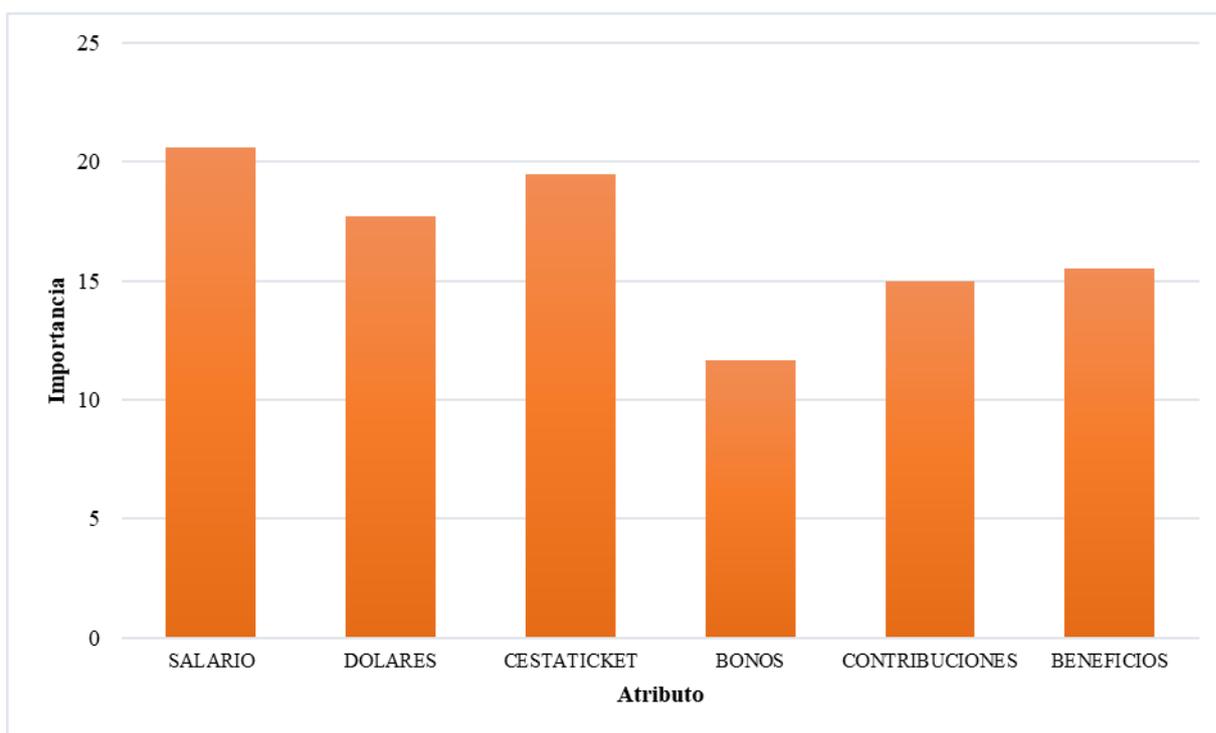


Tabla 162 Resumen Importancia Gerencia Media MII

La gerencia media coincide con la muestra total del modelo II, en las posiciones seis, cinco, cuatro y tres, con los atributos *Bonificaciones Periódicas* (11,68%), *Contribuciones* (14,96%), *Beneficios No Salariales* (17,53%) y *Pago en Dólares* (17,72%).

En primer lugar, en cuanto a importancia relativa disponen del *Salario Base* (20,61%), el cual presenta una variación de 10% con respecto a la muestra total del modelo II. Luego en segundo lugar tienen el atributo *Ticket de Alimentación* (19,50%), siendo este el que presenta mayor importancia en la muestra total y el segmento muestral Gerencia Media MII.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.919
Tau de Kendall	0.761

Tabla 163 Valores Correlaciones Gerencia Media MII

Los valores del coeficiente de Pearson (91,9%) y Kendall (76,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Gerencia Media MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.722
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.722
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.593
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.037
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.63
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.75
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.565
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	1.85E-01
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-1.324
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.009
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	1.333
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.019
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.593
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.574
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.361
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.444
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.806

Tabla 164 Resumen Utilidad Gerencia Media MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.63
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.75
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	1.333
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.722
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.574
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.806
CONSTANTE		9.741
TOTAL		12.908

Tabla 165 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Gerencia Media MII

▯ **Empleados Modelo II**

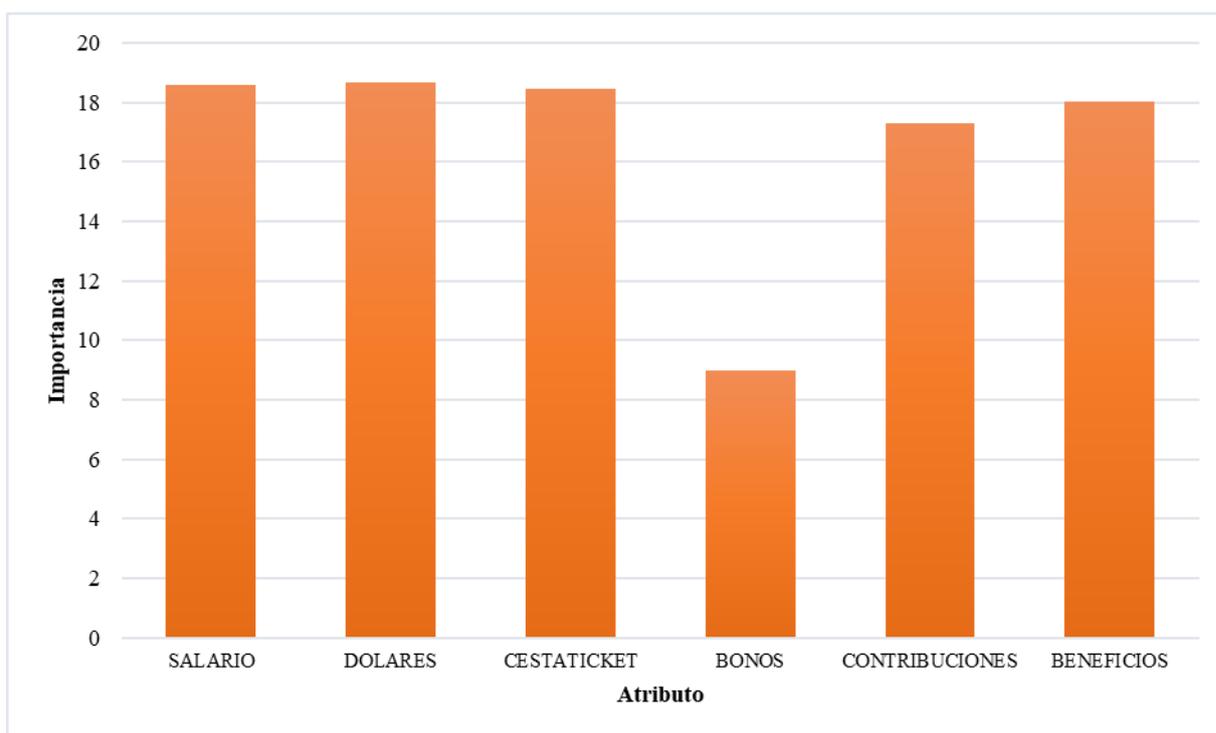


Tabla 166 Resumen Importancia Empleados MII

Los empleados contrarios a la tendencia de la muestra total del modelo II, le asignan mayor importancia relativa al *Pago en Dólares* (18,65%), presentando este un 3% de variación porcentual con respecto a la muestra total.

Salario Base (18,60%), por encima de *Ticket de Alimentación* (17,47%) con una diferencia porcentual poco significativa de 1,13%.

Coincidiendo en las posiciones sexta, quinta y cuarta con la muestra total del modelo II y el segmento de Gerencia media se encuentran los atributos *Bonificaciones Periódicas* (8,97%), *Contribuciones* (14,96%) y *Beneficios No Salarios* (15,54%) respectivamente.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.910
Tau de Kendall	0.752

Tabla 167 Valores Correlaciones Empleados MII

Los valores del coeficiente de Pearson (91%) y Kendall (75,2%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Empleados MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.367
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.367
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.537
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.694
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.231
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.997
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.265
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-2.69E-01
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.704
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.014
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.69
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.262
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.044
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.782
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.003
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.646
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.643

Tabla 168 Resumen Utilidades Empleados MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.231
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.265
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.704
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.367
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.044
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.003
CONSTANTE		9.622
TOTAL		12.094

Tabla 169 Mejor combinación de atributos tarjeta 4 Empleados MII

- **Estado Civil Modelo II**

▢ **Solteros Modelo II**

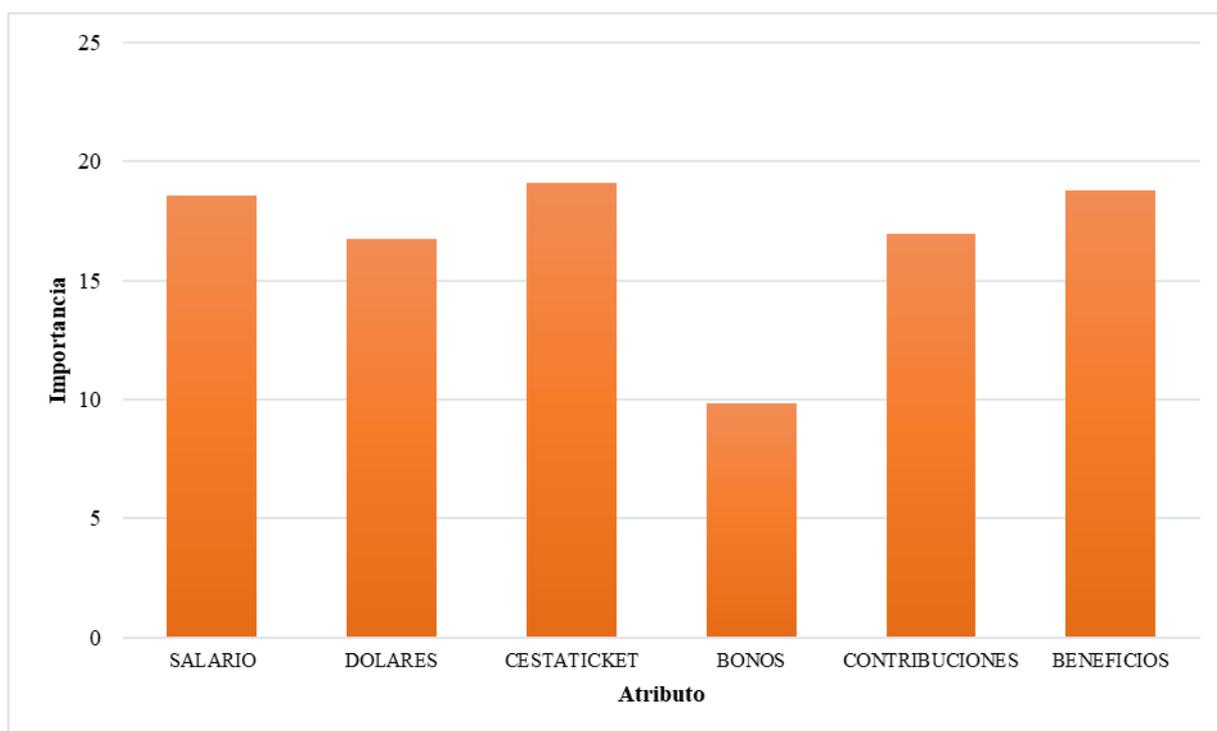


Tabla 170 Resumen Importancia Solteros MII

Los solteros manifiestan una mayor preferencia relativa hacia el atributo *Ticket de Alimentación* (19,08%), al igual que la muestra total del modelo II que a su vez coincide con el último lugar con las *Bonificaciones Periódicas* (9,85%). Los puestos dos y tres en la escala de importancia están ocupados por los atributos *Beneficios No Salariales* y *Salario Base*, con 18,81% y 18,56% respectivamente.

Los puestos cuatro y cinco están ocupados por los atributos *Contribuciones* (16,97%), y *Pago en Dólares* (16,74%), no existiendo diferencia porcentual significativa entre ellos.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.914
Tau de Kendall	0.721

Tabla 171 Valores Correlaciones Solteros MII

Los valores del coeficiente de Pearson (91,4%) y Kendall (72,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Solteros MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.434
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.434
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.317
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.012
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.329
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.642
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.921
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.279
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-1.217
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.379
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.837
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.200
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.883
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.683
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.212
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.538
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.750

Tabla 172 Resumen Utilidades Solteros MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.329
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.279
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.379
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.434
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.883
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.212
CONSTANTE		9.645
TOTAL		12.179

Tabla 173 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Solteros MII

▯ **Casados Modelo II**

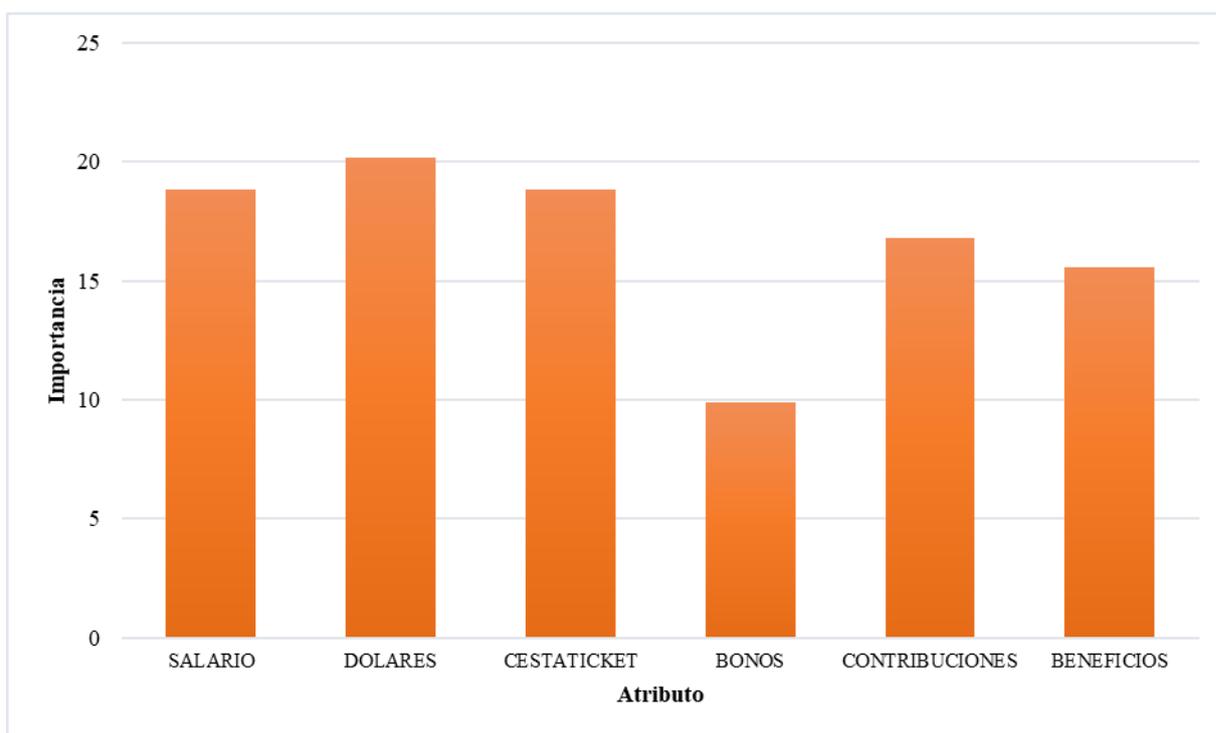


Tabla 174 Resumen Importancia Casados MII

Los casados manifiestan mayor peso en cuanto a importancia relativa al atributo *Pago en Dólares* (20,15%), este presenta una variación porcentual del 12% con respecto a los valores de la muestra total del modelo II. Continúan los atributos *Ticket de Alimentación* (18,81%) un 0,002% por encima del *Salario Base* (18,808%).

Y en los últimos tres lugares están; *Contribuciones* (16,79%), *Beneficios No Salariales* (15,58%) y en último lugar manteniendo la tendencia de la muestra total del modelo II y del segmento Solteros se encuentra el atributo *Bonos Periódicas* (9,87%).

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.954
Tau de Kendall	0.730

Tabla 175 Valores Correlaciones Casados MII

Los valores del coeficiente de Pearson (95,4%) y Kendall (73%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Casados MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.579
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.579
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.827
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.549
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.377
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-1.333
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.043
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	2.90E-01
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.66
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.191
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.852
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.321
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.136
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.815
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.012
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.667
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.654

Tabla 176 Resumen Utilidad Casados MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.377
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	0.29
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.191
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.579
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.136
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.012
CONSTANTE		9.693
TOTAL		12.896

Tabla 177 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Casados MII

- **Empresas Modelo II**

▢ **Empresa A Modelo II**

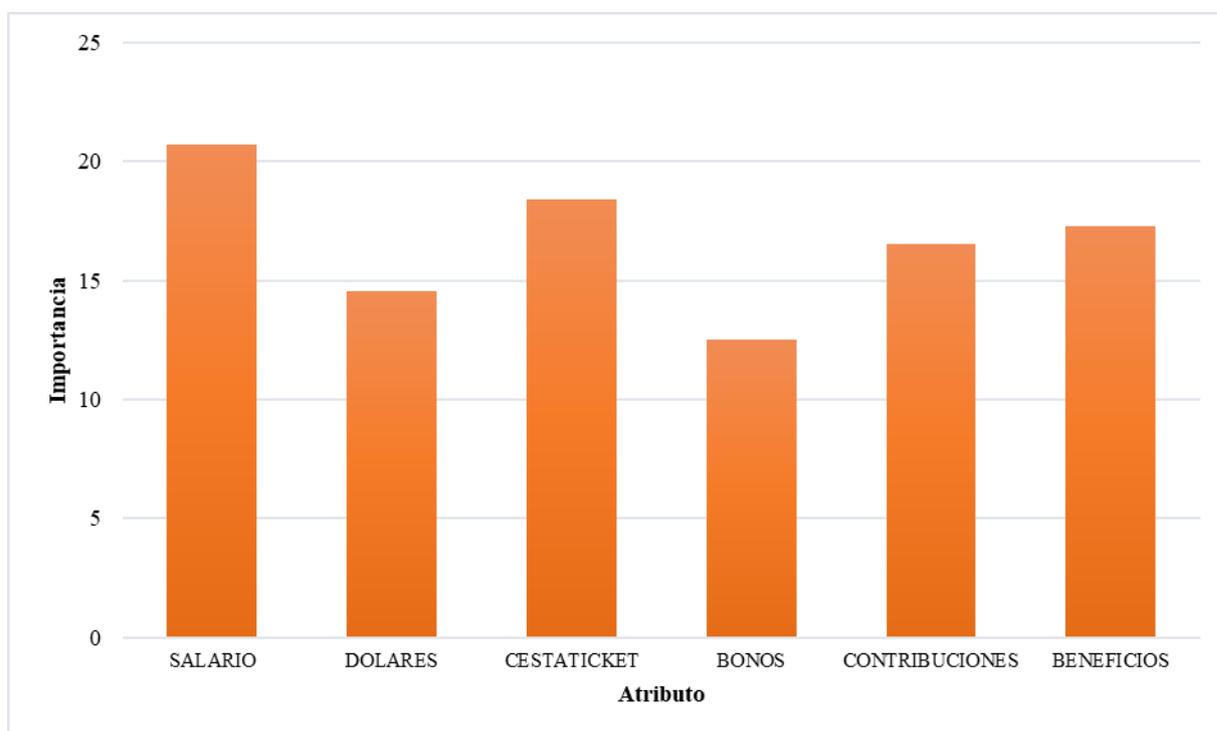


Tabla 178 Resumen Importancia Empresa A MII

Le asignan mayor importancia al atributo *Salario Base* (20,69%) el cual presenta una variación porcentual de 10% con respecto a la muestra total del modelo II.

Le siguen en orden los atributos *Ticket de Alimentación* (18,40%), *Beneficios No Salariales* (17,30%), *Contribuciones* (16,52%) y *Pago en Dólares* (14,56%).

Coincidiendo con los demás segmentos y la muestra total al posicionar al atributo *Bonificaciones Periódicas* (12,52%) en último lugar, exhibido una variación porcentual de 28% con respecto a los resultados de la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.860
Tau de Kendall	0.647

Tabla 179 Valores Correlaciones Empresa A MII

Los valores del coeficiente de Pearson (86%) y Kendall (64,7%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Empresa A MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.809
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.809
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.108
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.873
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.980
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.324
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.608
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-2.84E-01
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.902
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.294
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	1.196
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	0.225
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.873
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-1.098
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.176
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.265
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.441

Tabla 180 Resumen Utilidad Empresa A MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.108
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.608
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	1.196
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.809
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	0.225
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.176
CONSTANTE		9.77
TOTAL		12.324

Tabla 181 Mejor combinación de atributos tarjeta 3 Empresa A MII

↳ **Empresa B Modelo II**

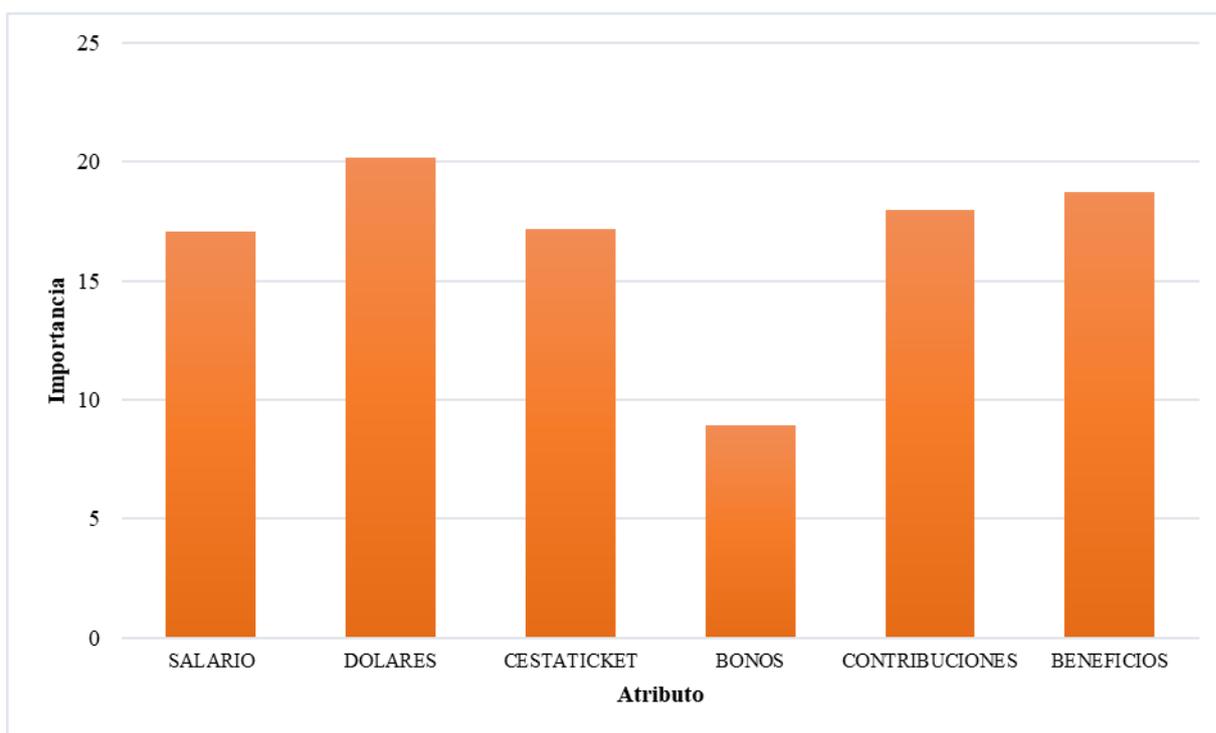


Tabla 182 Resumen Importancia Empresa B MII

Los empleados de Empresa B coinciden con los resultados arrojados por la muestra total del modelo II y los demás segmentos de población muestral, en la última posición, con el atributo *Bonificaciones Periódicas* (8,90%) el cual presenta una variación porcentual de -9% con respecto a la muestra total.

Le asignan mayor importancia relativa al *Pago en Dólares* (20,18%) que está por encima de *Beneficios No Salariales* (18,74%). Le siguen *Contribuciones* (17,95%), *Ticket de Alimentación* (17,16%) y *Salario Base* (17,06%) los cuales presentan diferencias porcentuales poco significativas.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.933
Tau de Kendall	0.843

Tabla 183 Valores Correlaciones Empresa B MII

Los valores del coeficiente de Pearson (93,3%) y Kendall (84,3%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Empresa B MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.129
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.129
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.317
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.867
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.183
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-1.467
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.989
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-5.22E-01
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.072
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.467
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.539
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.328
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.983
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.656
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.333
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-1.011
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.678

Tabla 184 Resumen Utilidad Empresa B MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.183
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.989
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.072
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.129
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.983
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.333
CONSTANTE		9.543
TOTAL		13.83

Tabla 185 Mejor combinación de atributos tarjeta 4 Empresa B MII

▭ **Empresa C**

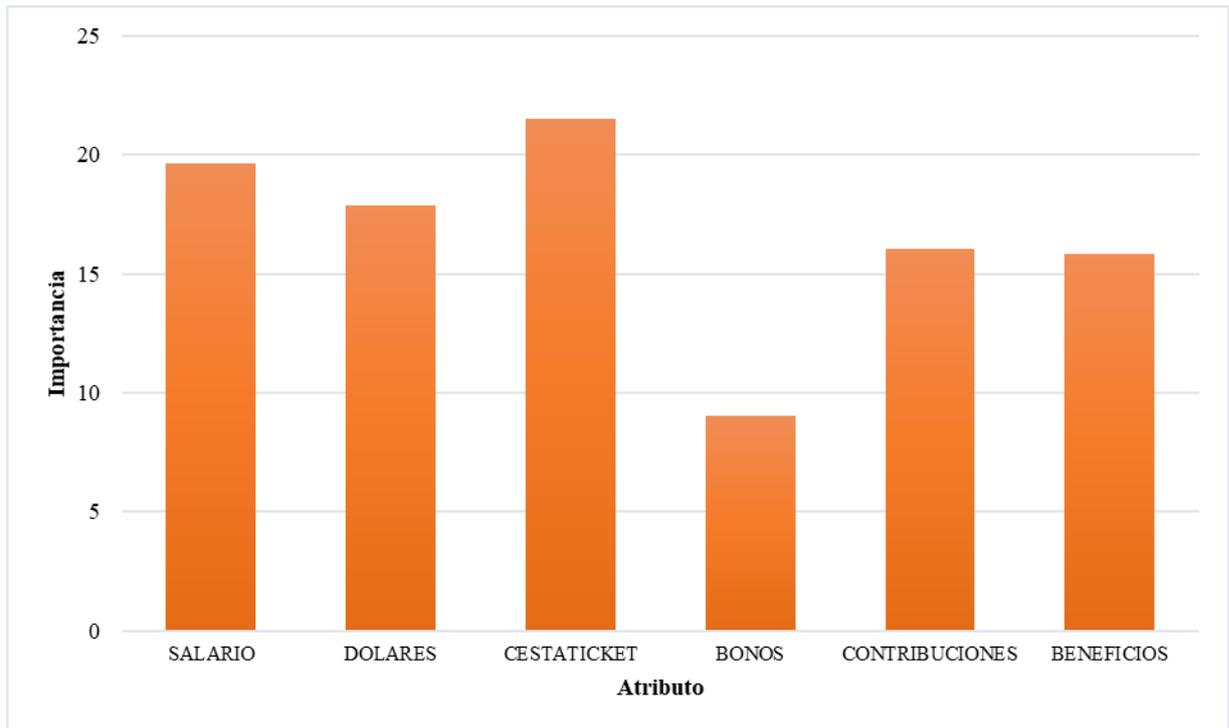


Tabla 186 Resumen Importancia Empresa C MII

Los encuestados pertenecientes a la Empresa C coinciden con los resultados arrojados en la muestra total del modelo II en las posiciones del primero al tercero y el sexto. Siendo estos los atributos *Ticket de Alimentación* (21,52%), este presenta una variación porcentual de 14% con respecto a la muestra total. Le siguen en orden el *Salario Base* (19,66%) y *Pago en Dólares* (17,87%). En el último lugar se posiciona el atributo *Bonificaciones Periódicas* (9,04%) que presenta a su vez una variación porcentual de -8% en relación con la muestra total. Los puestos restantes (cuatro y cinco) son ocupados por los atributos *Contribuciones* (16,06%) y *Beneficios No Salariales* (15,86%) los cuales tienen una diferencia poco significativa de 0,02%.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.900
Tau de Kendall	0.660

Tabla 187 Valores Correlaciones Empresa C MII

Los valores del coeficiente de Pearson (90%) y Kendall (66%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Empresa C MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.693
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.693
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.16
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.472
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.632
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.681
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.111
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	5.69E-01
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-1.757
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.806
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.951
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.493
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.167
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.674
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.562
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.181
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.743

Tabla 188 Resumen Utilidad Empresa C MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.632
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	0.569
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.806
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.693
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.167
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.562
CONSTANTE		9.731
TOTAL		14.036

Tabla 189 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Empresa C MII

- Tiempo en la Organización Modelo II

Para facilitar el análisis de los resultados se realizó una codificación donde la antigüedad estará representada por números desde el 0 al 4, siendo 0 (menos de un año), 1 (de 1 a 3 años), 2 (de 4 a 7 años), 3 (de 8 a 11 años) y 4 (más de 12 años).

▢ Antigüedad 0 Modelo II

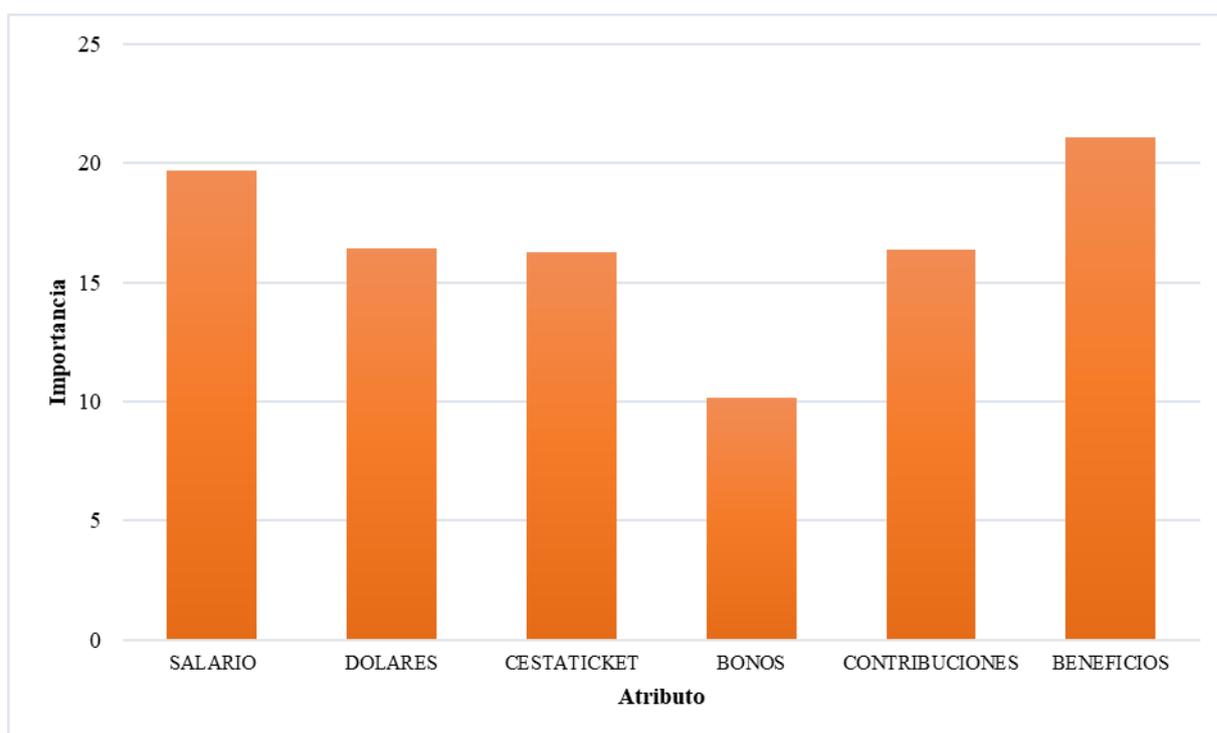


Tabla 190 Resumen Importancia Antigüedad 0 MII

Contrario a los resultados obtenidos en la muestra total del modelo II el atributo que presenta mayor importancia para este segmento *Beneficios No Salariales* (21,08%), está por encima de *Salario Base* (19,70%) con una diferencia porcentual poco significativa de 1,38%.

En el tercer puesto se ubica el *Pago en Dólares* (16,42%), por encima de *Contribuciones* (16,37%) y *Ticket de Alimentación* (16,26%).

En el último lugar y manteniendo la tendencia de la muestra total del modelo II, se encuentra el atributo *Bonificaciones Periódicas* (10,17%), el cual presenta una variación porcentual de 4% con respecto a la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.888
Tau de Kendall	0.699

Tabla 191 Valores Correlaciones Antigüedad 0

Los valores del coeficiente de Pearson (88,8%) y Kendall (69,9%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 0 MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.115
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.115
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	0.389
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.319
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.931
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.958
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.556
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-5.97E-01
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.528
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.333
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.861
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.5
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.111
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.611
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.569
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-1.167
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.597

Tabla 192 Resumen Utilidades Antigüedad 0 MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.931
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.556
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.528
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.115
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.111
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.569
CONSTANTE		9.538
TOTAL		13.062

Tabla 193 Mejor combinación de atributos tarjeta 4 Antigüedad 0 MII

Antigüedad 1 Modelo II

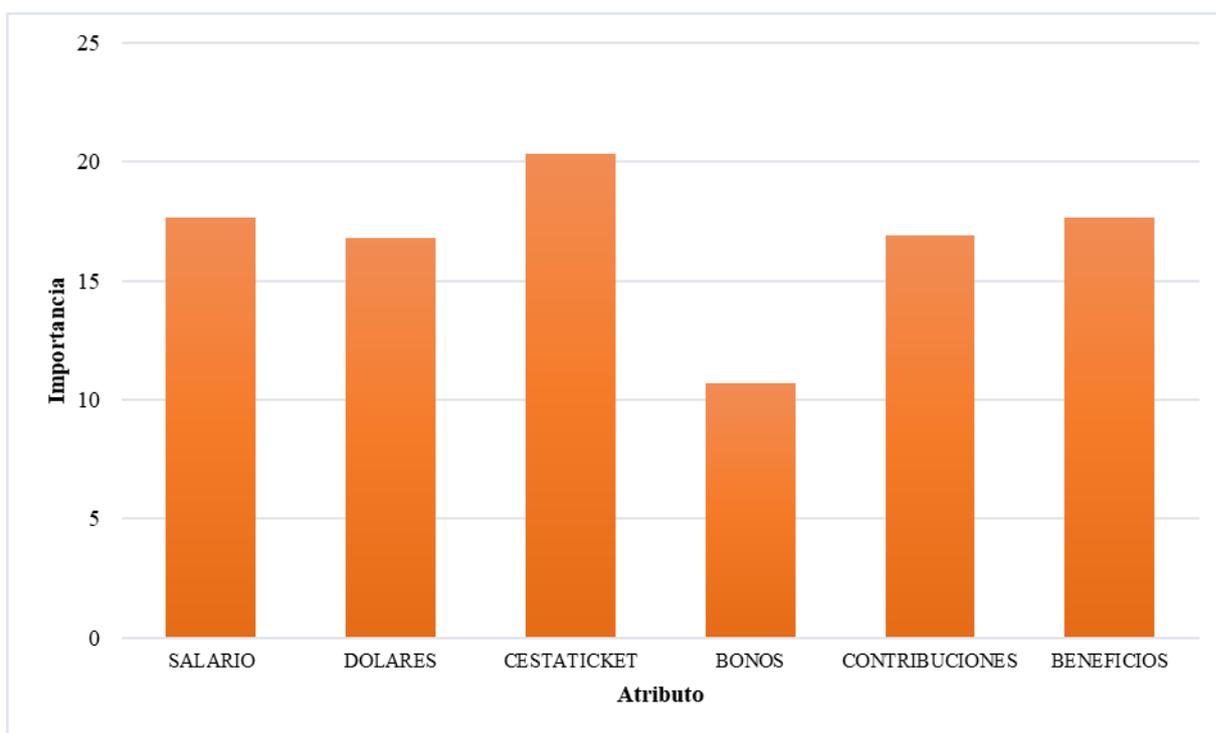


Tabla 194 Resumen Importancia Antigüedad 1 MII

Este segmento población al igual que la muestra total del modelo II le da mayor importancia relativa al *Ticket de Alimentación* (20,32%), así mismo, coinciden en el último lugar con el atributo *Bonificaciones Periódicas* (10,69%), este presenta una variación porcentual de 9% con respecto a la muestra total.

Se encuentran empatados en segundo lugar los atributos *Salario Base* (17,66%) y *Beneficios No Salariales* (17,66%), le siguen *Contribuciones* (16,88%) y *Pago en Dólares* (16,79%) con una diferencia porcentual poco significativa.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.870
Tau de Kendall	0.669

Tabla 195 Valores Correlaciones Antigüedad 1 MII

Los valores del coeficiente de Pearson (87%) y Kendall (66,9%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 1 MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.775
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.775
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.358
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.817
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.175
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.583
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.600
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-1.70E-02
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-1.508
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.175
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	1.333
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	0.258
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.725
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.983
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.592
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.350
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.942

Tabla 196 Resumen Utilidad Antigüedad 1 MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.175
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.583
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	1.333
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.775
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.983
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.942
CONSTANTE		9.758
TOTAL		12.417

Tabla 197 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Antigüedad 1 MII

Antigüedad 2 Modelo II

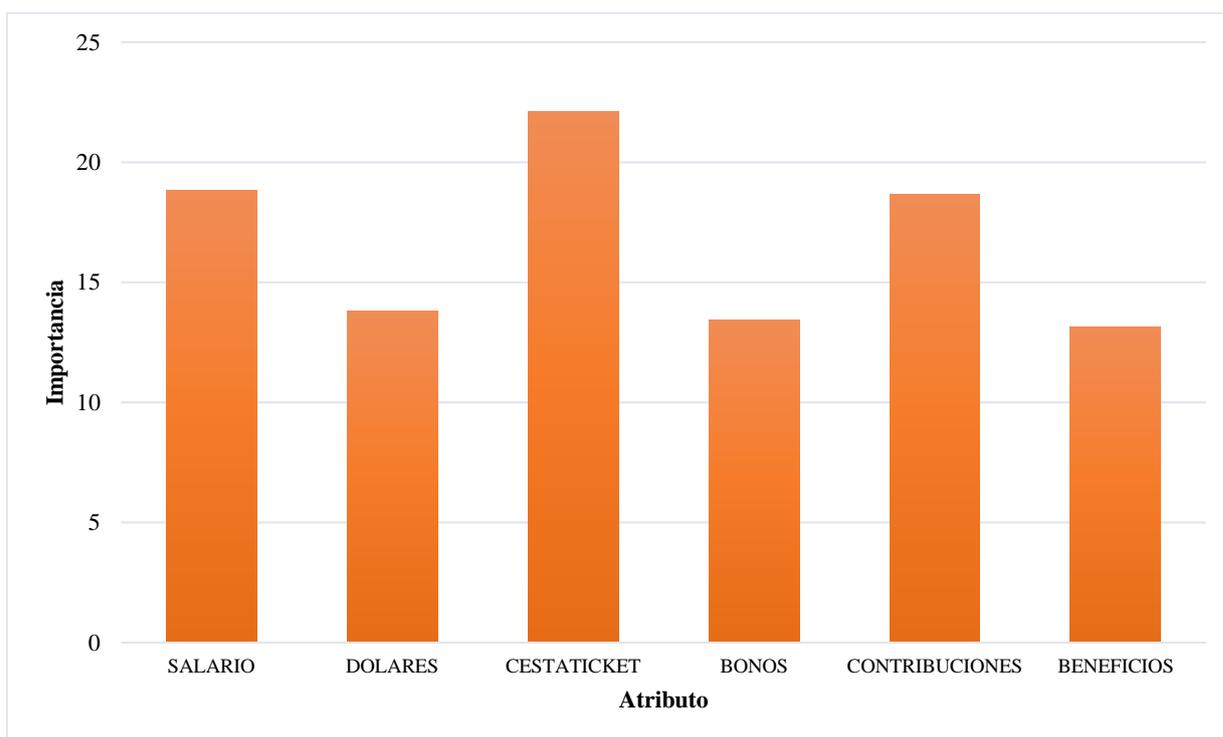


Tabla 198 Resumen Importancia Antigüedad 2 MII

Reafirman la tendencia de la muestra total del modelo II y del segmento Antigüedad 1 al otorgarle mayor peso al atributo *Ticket de Alimentación* (22,93%) y en segundo lugar se posiciona el *Salario Base* (18,84%). Completando las posiciones restantes están en tercer lugar *Contribuciones* (18,67%) y en cuarto lugar *Pago en Dólares* (13,80%).

En quinto lugar, contrario a la tendencia general hasta el momento se ubica el atributo *Bonificaciones Periódicas* (13,43%) presentando una variación porcentual de 37% en relación con la muestra total. Y en último lugar *Beneficios No Salariales* (13,16%), exhibiendo una variación porcentual de un -24% con respecto a los valores de la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.842
Tau de Kendall	0.722

Tabla 199 Valores Correlaciones Antigüedad 2 MII

Los valores del coeficiente de Pearson (84,2%) y Kendall (72,2%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 2 MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.25
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.25
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-1.533
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.8
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	2.333
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.1
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.5
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.4
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-1.033
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	1.5
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	-0.467
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-1.267
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.7
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.433
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.267
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.133
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.133

Tabla 200 Resumen Utilidad Antigüedad 2 MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	2.333
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.4
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	1.5
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.25
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.7
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.267
CONSTANTE		9.583
TOTAL		14.699

Tabla 201 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Antigüedad 2 MII

Antigüedad 3 Modelo II

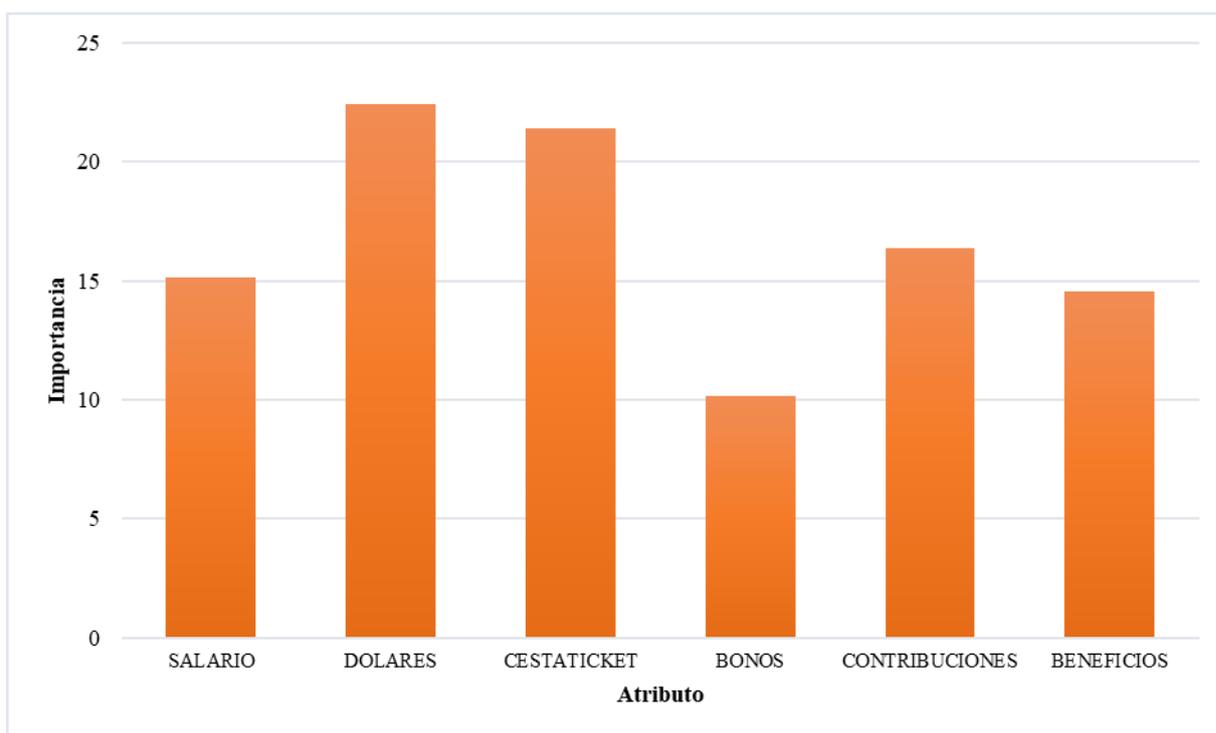


Tabla 202 Resumen Importancia Antigüedad 3 MII

Este segmento al contrario de la tendencia general le otorga mayor importancia relativa al atributo *Pago en Dólares* (22,41%), el cual presenta una variación porcentual de 24% con respecto a la muestra total. En segundo lugar, se ubica el *Ticket de Alimentación* (21,41%) siendo este el atributo más valorado en la muestra total y en la mayoría de los grupos muestrales.

Le siguen los atributos *Contribuciones* (16,36%) por encima de *Salario Base* (15,13%) y *Beneficios No Salariales* (14,53%), separados por una diferencia porcentual poco significativa de 1,23% y 1,83% respectivamente.

En último lugar se posiciona el atributo *Bonificaciones Periódicas* (10,17%), manteniendo así la tendencia general en cuanto a este puesto.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.929
Tau de Kendall	0.774

Tabla 203 Valores Correlaciones Antigüedad 3 MII

Los valores del coeficiente de Pearson (92,9%) y Kendall (77,4%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 3 MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.838
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.838
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.567
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.1
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.667
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.85
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	-0.05
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	0.90
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-1.283
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.6
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.683
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.233
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.633
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-1.4
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-1
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.367
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.633

Tabla 204 Resumen Utilidad Antigüedad 3 MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.667
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	0.9
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.6
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.838
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.633
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-1
CONSTANTE		9.779
TOTAL		13.417

Tabla 205 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Antigüedad 3 MII

Antigüedad 4 Modelo II

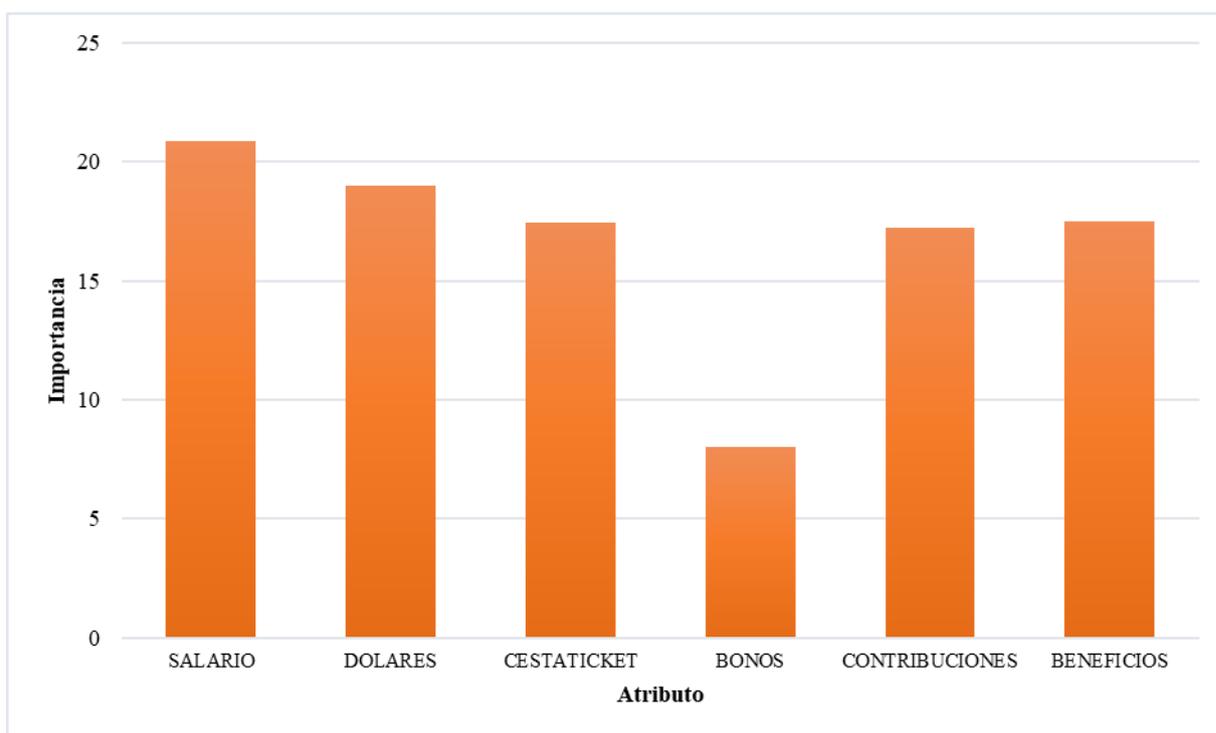


Tabla 206 Resumen Importancia Antigüedad 4 MII

Este segmento también rompe con la tendencia al colocarle mayor importancia al atributo *Salario Base* (20,85%), este presenta una variación porcentual de 11% con respecto a la muestra total del modelo II.

Le siguen en las primeras posiciones el *Pago en Dólares* (18,99%) sobre *Beneficios No Salariales* (17,50%), separados de este último con una diferencia poco significativa de 0,08% y 0,26%, están *Ticket de Alimentación* (17,42%) y *Contribuciones* (17,24%).

Siendo el atributo con menor importancia se sitúa las *Bonificaciones Periódicas* con 8%, coincidiendo con todos los segmentos de este grupo muestral con excepción del segmento Antigüedad 2.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.945
Tau de Kendall	0.800

Tabla 207 Valores Correlaciones Antigüedad 4 MII

Los valores del coeficiente de Pearson (94,5%) y Kendall (80%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Antigüedad 4 MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.323
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.323
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.972
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.625
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.597
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-1.403
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.667
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.264
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.215
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.528
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.743
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.347
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.819
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.472
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.41
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.937
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.528

Tabla 208 Resumen Utilidad Antigüedad 4 MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.597
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.667
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.215
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.323
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.819
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.41
CONSTANTE		9.608
TOTAL		13.563

Tabla 209 Mejor combinación de atributos tarjeta 4 Antigüedad 4 MII

- Carga Familiar Modelo II

Para facilitar el análisis de los resultados se realizó una codificación donde la carga familiar estará representada por números desde el 0 al 3, siendo 0 (ninguno), 1 (Uno o Dos) y 2 (3 o más).

▢ Carga 0 Modelo II

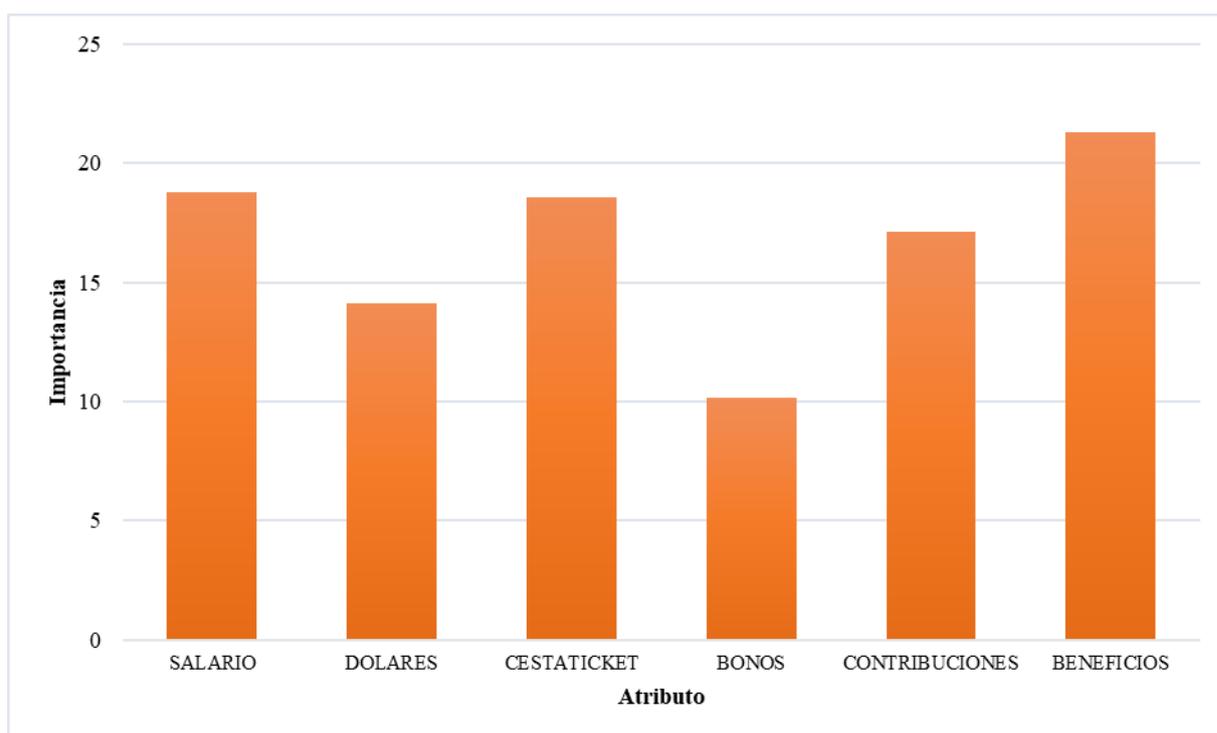


Tabla 210 Resumen Importancia Carga 0 MII

Este segmento no mantiene la tendencia general y posiciona el atributo *Beneficios No Salariales* (21,30%) en la primera posición de importancia, presentando una variación porcentual de 22% con respecto a los resultados en la muestra total.

En segundo orden de importancia colocan el *Salario Base* (18.76%) por encima del *Ticket de Alimentación* (18,58%), presentando una diferencia de 1,44% con respecto al cuarto lugar ocupado por el atributo *Contribuciones* (17,14%).

En las últimas posiciones están el *Pago en Dólares* (14,10%) y *Bonificaciones Periódicas* (10,13%), este último presentando una variación porcentual de 3% en relación con la muestra total y manteniendo la tendencia con relación a este último puesto.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.866
Tau de Kendall	0.761

Tabla 211 Valores Correlaciones Carga 0 MII

Los valores del coeficiente de Pearson (86,6%) y Kendall (76,1%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Carga Familiar 0 MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.797
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.797
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.667
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.99
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.656
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.271
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	0.458
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.187
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-1.021
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.125
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	1.146
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	0.208
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	0.531
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.74
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.448
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.354
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.802

Tabla 212 Resumen Utilidad Carga 0 MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.656
PAGO EN DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-0.271
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	1.146
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.797
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.74
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.802
CONSTANTE		9.766
TOTAL		13.156

Tabla 213 Mejor combinación de atributos tarjeta 9 Carga 0 MII

▢ **Carga 1 Modelo II**

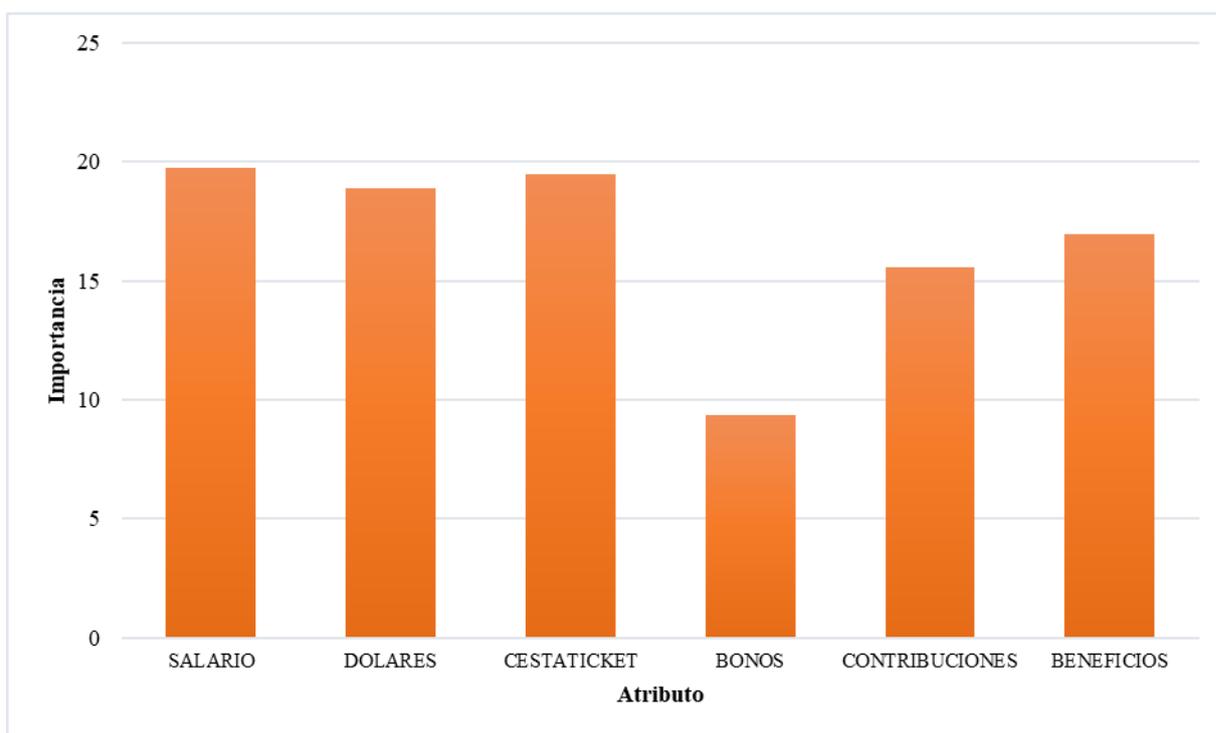


Tabla 214 Resumen Importancia Carga 1 MII

Este segmento de la muestra le asigna mayor importancia relativa al atributo *Salario Base* (19,70%) por encima del *Ticket de Alimentación* (19,49%), siendo este atributo el más valorado en la mayoría de los segmentos. En el tercer puesto se ubica el *Pago en Dólares* (18,91%) por encima de *Beneficios No Salariales* (16,93%), con una diferencia poco significativa de 1,98%. Finalizando en los últimos puestos se encuentran las *Contribuciones Periódicas* (15,57%) y las *Bonificaciones Periódicas* (9,37%), que presentan una variación porcentual de -5% con respecto a la muestra total.

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.911
Tau de Kendall	0.695

Tabla 215 Valores Correlaciones Carga 1 MII

Los valores del coeficiente de Pearson (91,1%) y Kendall (69,5%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Carga Familiar 1 MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.451
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.451
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.504
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.744
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.248
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-1.049
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.049
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	8.882E-16
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-1.008
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.15
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.858
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.191
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.000
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.809
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.199
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.516
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.715

Tabla 216 Resumen Utilidad Carga 1 MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	1.248
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 100\$ MENSUALES	8.882E-16
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	0.15
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.451
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.199
CONSTANTE		9.65
TOTAL		12.3

Tabla 217 Mejor combinación de atributos tarjeta 2 Carga 1 MII

▸ **Carga 2 Modelo II**

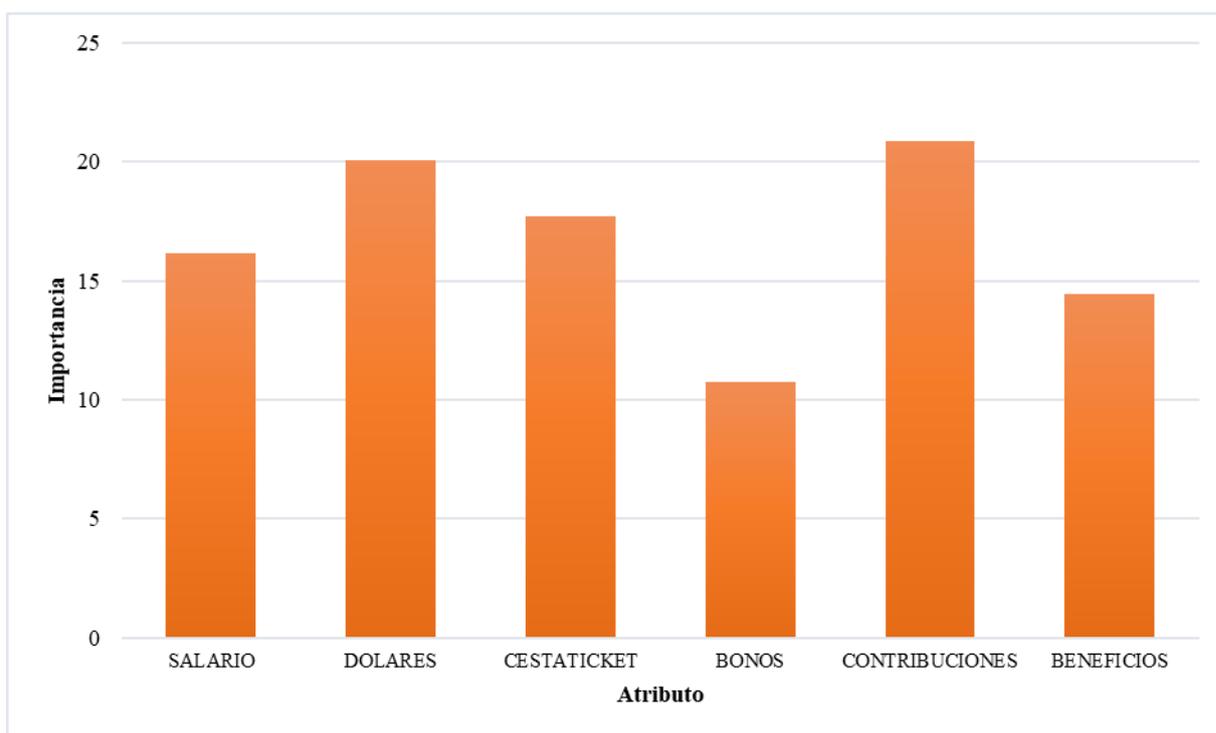


Tabla 218 Resumen Importancia Carga 2 MII

Este segmento muestral mantiene la tendencia general sólo en cuanto al último lugar en importancia relativa siendo este el atributo *Bonificaciones Periódicas* (10,76%), presentando una variación porcentual de 10% en relación con la muestra total del modelo II.

Completando las posiciones desde la posición más valorada hasta la quinta se encuentran los atributos: *Contribuciones* (20,89%), *Pago en Dólares* (20,07%), *Ticket de Alimentación* (17,69%), *Salario Base* (16,16%) y *Beneficios No Salariales* (14,43%)

Correlaciones	Valor
R de Pearson	0.942
Tau de Kendall	0.748

Tabla 219 Valores Correlaciones Carga 2 MII

Los valores del coeficiente de Pearson (94,2%) y Kendall (74,8%), indican una gran confiabilidad en los resultados de las preferencias relativas de los sujetos (Carga Familiar 2 MII).

ATRIBUTOS		UTILIDAD
BONOS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.214
	CON BONO EXTRAORDINARIO	0.214
SALARIO	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.56
	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	-0.417
	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.976
DOLARES	SIN PAGO EN DOLARES	-1.321
	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.595
	RECIBIR 100\$ MENSUALES	-0.274
CESTATICKET	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.143
	CESTATICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	-0.274
	CESTATICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	0.417
CONTRIBUCIONES	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	-0.952
	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.631
	RECIBIR PROVISION MENSUAL	-0.679
BENEFICIOS	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.631
	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.881
	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.25

Tabla 220 Resumen Utilidad Carga 2 MII

ATRIBUTO	NIVEL	UTILIDAD
SALARIO BASE	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	0.976
PAGO EN DOLARES	RECIBIR 50\$ MENSUALES	1.595
TICKET ALIMENTACION	CESTATICKET IGUAL A LA LEY	-0.143
BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	SIN BONO EXTRAORDINARIO	-0.214
CONTRIBUCIONES VARIAS	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	1.631
BENEFICIOS NO SALARIALES	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	0.631
CONSTANTE		9.571
TOTAL		14.047

Tabla 221 Mejor combinación de atributos tarjeta 4 Carga 2 MII

Conclusiones

Se planteó esta investigación dada la actual globalización del mercado laboral y la presente crisis económica que está atravesando Venezuela, teniendo como consecuencia directa un aumento en la rotación de personal en las organizaciones, derivada de la búsqueda de mejores oportunidades laborales internas o externas.

Es por ello que es prioritario que las organizaciones conozcan las preferencias de sus colaboradores con respecto al paquete de compensación, para que de esta manera, se mitigue la rotación de personal, aumente la captación de talento mediante esta vía y mejore el clima laboral como consecuencia del entendimiento de las preferencias de los colaboradores, todo esto a través del diseño e implementación de políticas salariales ajustadas a la realidad y satisfacción de las necesidades del cliente interno, garantizando de esta manera, la continuidad de la organización en el mercado y generando un aumento en el bienestar de sus colaboradores ante esta situación.

El objetivo general fue determinar las preferencias relativas de compensación en empresas ubicadas en el área metropolitana de Caracas, a través del Análisis Conjunto para el año 2018, igualmente los objetivos específicos fueron: a) identificar las preferencias relativas de compensación total para los empleados de empresas ubicadas en el área metropolitana de Caracas, b) identificar las preferencias relativas de compensación financiera para los empleados de empresas ubicadas en el área metropolitana de Caracas, c) determinar las utilidades para cada uno de los niveles de los atributos, d) establecer la mejor combinación de tarjetas para cada modelo y sus respectivos segmentos demográficos, y por último e) identificar las preferencias relativas de compensación según las variables sociodemográficas, tales como: sexo, estado civil, carga familiar, generación, nivel jerárquico y antigüedad por modelo.

Se decidió realizar el estudio en las empresas Báltico Consultores, Hierrobeco y Sumindú, por el fácil acceso que se tenía a ellas, debido a una persona clave en una de las empresas antes mencionadas. Por motivos de confidencialidad no se identificó a las empresas a lo largo del estudio, en cambio, se utilizó la codificación de Empresas A, B y C como sustituto, sin que ello tenga relación alguna al orden en que se mencionaron las empresas.

La población total de las empresas fue de 107 colaboradores, la muestra ideal luego del cálculo fue de 84 colaboradores, los cuales fueron distribuidos proporcionalmente por empresa, según la muestra probabilística estratificada. Así mismo, se logró recolectar el 85% de dicha muestra, quedando el 25% restante como mortalidad de la población y encuestas que no lograron por los estándares de tiempo. Repercutiendo en una muestra final de 71 sujetos.

Se diseñaron dos instrumentos de recolección, el primero con el propósito medir las preferencias en recompensa total y el segundo para medir las preferencias en compensación financiera; ambos en un contexto de hiperinflación. Se utilizó la técnica del análisis conjunto con un diseño ortogonal, obtenido como producto el ranking de los atributos según las preferencias personales de los participantes para ambos modelos. Todo ello, a través de varias variables del modelo de recompensas totales, las cuales fueron:

Modelo I: Recompensa total: Salario Base, Pago en Dólares, Compensación Variable, Beneficios, Capacitación Recibida y Desarrollo de Carrera.

Modelo II: Compensación Financiera: Salario Base, Pago en Dólares, Ticket de Alimentación, Bonificaciones Periódicas, Contribuciones y Beneficios No Salariales.

Exceptuando el elemento Bonificaciones Periódicas que se dividió en dos niveles de atributos, el resto de los elementos se dividieron en tres niveles de atributos.

Luego se dio inicio al levantamiento de información, en donde se organizaron grupos máximo de 3 colaboradores, a las cuales se les solicitó que ordenaran las tarjetas en cuanto a sus preferencias personales. Los datos fueron procesados en SPSS, generando los siguientes resultados:

Se analizaron los resultados para cada uno de los modelos, por empresa y por variables demográficas como género, generación, antigüedad, estado civil, carga familiar y nivel organizacional.

Los resultados generales para el modelo I (Compensación Total) son: los colaboradores que conformaron el estudio le dieron mayor peso relativo al Salario Base, en otras palabras, prefieren tener mejores sueldos que la posibilidad de tener pago en moneda dura u optar por más capacitaciones en el año; sin embargo, es viable afirmar, que para los mismos también es importante establecer políticas de compensación variable.

Resultados por género: las mujeres coincidían en su totalidad con los resultados generales del modelo I, al otorgarle más peso relativo al atributo Salario Base. Ahora bien, los hombres difieren al otorgarle mayor peso a los Beneficios, dejando en segundo lugar, al Salario Base con una diferencia porcentual poco significativa, esto indica que prefieren tener una mayor presencia de los beneficios en su paquete de compensación.

Resultados por generación: las generaciones X y Y reafirmaron los resultados generales del modelo I, al ubicar en primer lugar al atributo Salario Base, pero hay que destacar que los Baby Boomers manifestaron mayor preferencia a la Compensación Variable sobre el Salario Base, este último ubicándolo en la cuarta posición en su orden de importancia.

Resultados por nivel organizacional: los tres segmentos poblacionales Alta Gerencia, Gerencia Media y Empleados, coinciden en el primer lugar con el atributo Salario Base, más difieren en las últimas posiciones. Los Empleados le asignan el menor peso de importancia a la Capacitación Recibida, siendo esta última la segunda más apreciada por los miembros de la Alta Gerencia, los cuales le dieron menor importancia al Desarrollo de Carrera. Ahora bien, la Gerencia Media ubicó en el último lugar el Pago en Dólares, siendo esta la posición más baja que alcanzó este atributo en este modelo.

Resultados por estado civil: Los solteros y casados coinciden con los resultados generales del modelo I, al darle mayor importancia al Salario Base, además los solteros prefieren en segundo lugar el Desarrollo de Carrera, caso contrario de los casados, los cuales lo colocan en la última posición de importancia y en esta posición colocan el atributo Beneficios.

Resultados por empresa: Las tres empresas mantiene la tendencia al ubicar al atributo Salario Base en la primera posición, Así mismo, las empresas A y B coinciden en la última posición con la Capacitación Recibida, siendo esta la tercera posición en Empresa C, esta última ubica en la sexta posición el Pago en Dólares, atributo que se presenta de segunda en Empresa A y de quinta en la Empresa B.

Resultado por Antigüedad: Encontramos segmentos que siguen la tendencia general de asignarle el mayor peso de importancia al Salario Base, como son los grupos 0, 1 y 2 (menos de un año, de 1 a 3 años y de 4 a 7 años respectivamente); y están los grupos 3 (de 8 a 11 años) y 4 (más de 12 años) que muestran resultados distintos, ubicando el Desarrollo de Carrera (grupo 3) y los Beneficios (grupo 4) en la primera posición.

Resultados por Carga Familiar: el grupo 0 (ninguna carga), manifiesta su aprecio a los Beneficios, contrariamente a los otros dos grupos 1 y 2 (carga de uno o dos y más de tres respectivamente) los cuales mantienen la tendencia general del Salario Base.

Adicionalmente, se logró identificar la mejor combinación de atributos para cada uno de los segmentos muestrales, siendo la mejor combinación de atributos para los resultados generales del Modelo I Compensación Total la tarjeta N°9, compuesta por los niveles; Salario Base (50% por encima del promedio de mercado), Pago en Dólares (Sin pago en dólares), Compensación Variable (50% del paquete total anual), Beneficios (igual al promedio de mercado), Capacitación Recibida (Recibir 3 cursos o más al año) y Desarrollo de Carrera (ser promovido cada año).

En cuanto a los resultados generales del Modelo II (Compensación Financiera), los colaboradores participantes le dan mayor peso relativo al atributo Ticket de Alimentación, por encima del Salario Base y del Pago en Dólares. Indicando una clara predilección de tener liquidez en bolívares.

Resultados por género: Contrario a la tendencia de los resultados generales del Modelo II, los hombres y las mujeres difieren en los atributos con mayor peso relativo, siendo estas Contribuciones y Salario Base respectivamente. Colocando el Ticket de Alimentación en segundo y tercer lugar en su orden pertinente.

Resultados por generación: La generación Y al igual que los Baby Boomers mantienen al Ticket de Alimentación como su primera escogencia, caso contrario a la Generación X quienes manifiestan una mayor preferencia hacia el Salario Base, desplazando a la tercera posición el Ticket de Alimentación.

Resultados por Nivel Organizacional: Sólo los participantes de la Alta Gerencia coinciden con la tendencia general, ahora bien, la Gerencia Media y los Empleados posicionan a los atributos Salario base y Pago en Dólares en la primera posición respectivamente.

Resultados por estado civil: Con respecto al estado civil, los solteros refuerzan la tendencia y los Casados rompe con esta, al posicionar el Pago en Dólares en la primera posición.

Resultados por empresa: Se observó que sólo la Empresa C mantiene la tendencia general, pero las Empresas A y B, posicionan el Pago en Dólares y el Salario Base en

primer lugar respectivamente, siendo el atributo Ticket de Alimentación la segunda en Empresa A y la cuarta posición en Empresa B.

Resultados por antigüedad: Los grupos 1 (de 1 a 3 años) y 2 (de 4 a 7 años) son los únicos que conservan la tendencia general, al posicionarse en primer lugar al atributo Ticket de Alimentación. Los grupos 0 (menos de un año), 3 (de 8 a 11 años) y 4 (más de 12 años) ubican los Beneficios No Salariales, el Pago en Dólares y al Salario Base como los atributos con mayor peso relativo respectivamente.

Resultados por carga familiar: Se percibió que ninguno de los grupos ubicó al atributo Ticket de Alimentación en el primer lugar, siendo los atributos Beneficios No Salariales para el Grupo 0 (ninguna carga), el Salario Base en el grupo 1 (uno o dos) y las Contribuciones en el grupo 2 (3 o más) los más valorados en términos de preferencia relativa.

Para cerrar hay que destacar que en 20 segmentos muestrales de los 22 existentes, las Bonificaciones Periódicas se colocaron en el último lugar en cuanto a la valoración relativa, es decir, que en el 90% de los segmentos muestrales de este modelo, el atributo Bonificaciones periódicas fue el que menor peso relativo recibió.

Y al igual que en el Modelo I, se logró determinar la mejor combinación de atributos para cada uno de los segmentos muestrales del Modelo II Compensación Financiera, siendo la mejor combinación de atributos la tarjeta N°2, compuesta por los niveles Salario Base (50% por encima del mercado), Pago en Dólares (recibir 50\$ mensuales), Ticket de Alimentación (Cestaticket igual a la ley), Bonificaciones Extraordinarias (sin bono extraordinario), Contribuciones Varias (Recibir provisión trimestral) y Beneficios No Salariales (Seguros 50% pagados por la empresa)

En base a todas las evidencias expuestas es viable afirmar, que en conclusión el atributo más valorado por los colaboradores en hiperinflación es el Salario Base para el Modelo I Compensación Total y Ticket de Alimentación para el Modelo II Compensación Financiera, siendo esto un indicativo que los colaboradores prefieren tener mayor presencia de moneda de curso legal en su paquete de compensación, que moneda dura.

De acuerdo con las evidencias arrojadas, podemos inferir que la preferencia del personal está orientada a aquellos elementos que le den flujo de caja inmediato para cubrir

sus necesidades básicas, por ende, la estrategia de compensación debe considerar este elemento.

Si bien podría generalizarse que la mayor preferencia estaría en el pago en dólares, estos resultados demuestran lo contrario.

Debemos aclarar que, el entorno venezolano ha vivido una variación desde noviembre de 2018, según la AN la inflación mensual se ubicó 144.20% (Global Scope, 2018), cerrando diciembre del mismo año con una de 141,5% (Callama, 2019) y con una inflación acumulada de 1.698.488,2% (El Nacional, 2019). Ahora bien, aunque enero 2019 inició con una inflación de 191,6% (Global Scope, 2019) , para el momento en que se entregó esta investigación en julio 2019 la inflación se ubicó en 33.8%, siendo el mes anterior de 24,8%, esto evidencia una reducción notable de la inflación que se tenía en 2018, esto en palabras del economista Asdrúbal Oliveros, es producto de varios factores, el más importante es la estricta política de gastos que el gobierno está manteniendo con respecto a sus proveedores (empresas privadas o mixtas), esto causa que existan menos bolívares en la calle, lo que disminuye la demanda de dólares, que a su vez reduce la compra de los mismos, causando menos volatilidad en los precios del dólar, lo que mantiene una relación directa con los precios de los productos básicos, los cuales se estabilizan. (Oliveros, 2019). Por estas razones el entorno es muy diferente hoy en día, en comparación a cuando se inició esta investigación.

De igual forma logramos cumplir todos los objetivos de esta investigación al determinar la combinación ideal de los atributos y su respectivo nivel, para cada modelo y para cada uno de sus segmentos muestrales, lo que permitirá a las empresas ajustar su política de compensación a la realidad de sus colaboradores, permitiendo mitigar la rotación del personal, aumentar la captación de talento, la motivación y el compromiso de los colaboradores con la organización.

Recomendaciones

Se recomienda a las tres empresas seleccionadas, realizar un análisis exhaustivo de los resultados y conclusiones emanados de esta investigación, evaluando sus criterios en la construcción de la política de compensación, ya que, en este estudio se determinó las preferencias relativas de los colaboradores, lo que permitirá establecer políticas de compensación orientadas a la satisfacción de las necesidades expuestas por los colaboradores. Lo que repercutiría en una disminución de la rotación de personal.

Se sugiere replicar este estudio en futuras ocasiones, para observar la evolución y los cambios en las preferencias personales en cuanto a la compensación total y financiera, a través del tiempo.

También se aconseja ampliar la cantidad de empresas al estudio, para generar un aumento de la población a estudiar, con el objetivo de lograr mejores y mayores resultados, al combinar los diversos segmentos entre sí por cada modelo, para lograr un análisis mucho más amplio.

Se recomienda ampliamente al departamento de Recursos Humanos la utilización del Análisis Conjunto como técnica de recolección y análisis de datos, en cuanto a las preferencias personales de los colaboradores, de las variables y atributos que crean importantes medir, ya que, las mismas son de especial interés para estos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- AFP. (25 de Enero de 2018). FMI prevé inflación de 13000% y caída del PIB en 15% para Venezuela. *El Nacional*. Obtenido de http://www.el-nacional.com/noticias/economia/fmi-preve-inflacion-13000-caida-del-pib-para-venezuela_220292
- AFP. (25 de Enero de 2018). FMI prevé un año terrible en Venezuela: 15% de caída del PIB y 13000% de inflación. *El Impulso*. Obtenido de <http://www.elimpulso.com/noticias/economia/fmi-preve-un-ano-terrible-en-venezuela-15-de-caida-del-pib-y-13-000-de-inflacion>
- Baltico Consultores C.A.* (10 de Octubre de 2018). Obtenido de Baltico Consultores Portal Web: <http://baltico.net/VOpdZ/>
- Becerra , G., & Merlos, V. (2005). *Preferencias relativas de las recompensas financieras y no financieras de empleados con base en el análisis conjunto*. Tesis de Licenciatura, Caracas.
- Bravo, M., & Ferreira , A. (2013). *Razones para renunciar y atributos de recompensas total para la retención del talento medido con análisis conjunto*. Tesis de licenciatura, Caracas.
- Cabrera , J., & Davis , D. (2009). *Preferencias relativas, compensación total y diversidad generacional en la Zona Metropolitana de Caracas*. Tesis de Licenciatura, Caracas.
- Callama, B. (09 de Enero de 2019). *El Universal*. Obtenido de <http://www.eluniversal.com/economia/30108/la-inflacion-de-diciembre-fue-1418-abriendo-2019-en-1698488>
- Camiña, A., & Goncalves, R. (2009). *ESTUDIO DEL SISTEMA DE COMPENSACIÓN TOTAL EN EMPRESAS DE TELEFONÍA MÓVIL*. Tesis de Licenciatura, Caracas. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR7039.pdf>
- Chiavenato, i. (2009). *Gestión del Talento Humano*. México D.F.: McGrawHill. Obtenido de <http://www.facso.unsj.edu.ar/catedras/ciencias-economicas/administracion-de-personal-I/documentos/chiavena.pdf>

- Deloitte. (2017). Las 10 tendencias en la Gestión de Recursos Humanos. Obtenido de <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/human-capital/articles/10-tendencias-gestion-RRHH.html#>
- DRAE. (2018). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/>
- Dutra, F. (2017). *Generación Z: entre las nuevas formas de organización del trabajo y la convivencia generacional*. Tesis de Grado, Montevideo. Obtenido de https://sifp.psico.edu.uy/sites/default/files/Trabajos%20finales/%20Archivos/tfg_florencia_dutra_2017.pdf
- El Nacional. (10 de Enero de 2019). *El Nacional* . Obtenido de https://www.elnacional.com/economia/venezuela-cerro-2018-con-una-inflacion-casi-1700000_265792/
- El Nacional WEB. (8 de Enero de 2018). AN: Inflación acumulada de 2017 cerró en 2616%. *El Nacioanl*. Obtenido de http://www.elnacional.com/noticias/economia/inflacion-acumulada-2017-cerro-2616_217974
- Ferreira , S. (2011). Análisis conjunto: Teoría, campos de aplicación y conceptos inherentes. *Estudios de perspectivas en turismo*, 20, 341-366.
- Global Scope. (10 de Diciembre de 2018). *Finanzas Digitales*. Obtenido de <https://www.finanzasdigital.com/2018/12/an-tasa-de-inflacion-mensual-en-noviembre-2018-14420-acumulada-702-521-y-anual-en-1-229-724/>
- Global Scope. (7 de Febrero de 2019). *Finanzas Digitales*. Obtenido de <https://www.finanzasdigital.com/2019/02/an-inflacion-de-enero-2018-fue-1916-anual-2-688-670/>
- González, M. (16 de Febrero de 2018). *Hiperinflaciones en América Latina*. Obtenido de *Finanzas Digitales*: <http://www.finanzasdigital.com/2018/02/hiperinflaciones-america-latina/>
- Gutiérrez, O., & Zurita, A. (15 de Mayo de 2006). Sobre la inflación. *PERSPECTIVAS*, 9(3), 81-115. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425942413004.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista , M. (2010). *Metodología de la Investigación* . México D.F.: Mc Graw-Hill.

- Herrera , M. (2018). *Investigación pedia hr*. Obtenido de <https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>
- Hierrobeco. (10 de Octubre de 2018). *Hierrobeco*. Obtenido de Hierrobeco Portal Web: <http://www.hierrobeco.com/index.php?pag=inicio>
- IBM. (2013). *IBM SPSS Conjoint 22*. IBM Corp.
- Jaramillo, K. (5 de Mayo de 2014). El origen de la palabra salario y su relación con la sal. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=yanW7aSAso>
- Laya , & Ochoa. (2017). *Preferencias de profesionales en TIC milleninals sobre recompensas totales en una empresa de aplicaciones moviles*. Tesis de licenciatura, Caracas.
- León, F. (2016). *Hiperinflación*. Repositorio institucional-UDEA. Obtenido de <http://repositorio.udea.edu.pe/bitstream/handle/123456789/50/Investigaci%C3%B3n%20Hiperinflaci%C3%B3n%20del%20Per%C3%BA%20Decada%2080%20-%20Javier%20Le%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- LOTTT. (2012). *Ley Organica del trabajo, los trabajadores y las trabajadoras*. Caracas.
- Martínez, B., & Novo, L. (2015). Gestión de la diversidad generacional. *Beatríz Martínez & Asoc*, 1-47. Obtenido de https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/750729/mod_resource/content/1/Informe-Gesti%C3%B3n-de-la-Diversidad.-cap%C3%ADtulo-1-Empresas-BD.pdf
- Milkovich, G., & Boudreau, J. (1994). *Dirección y Administración de los recursos humanos: Un enfoque de estrategia*. Wilmington : Addison Wesley Iberoamérica.
- Milkovich, G., & Newman, J. (1999). *Compensation* . Estados Unidos : McGraw Hill.
- Morales, J., & Velandia, N. (2005). *Salarios, Estrategia y Sistema salarial o de compensación*. Caracas: McGrawHill. Obtenido de <https://administraciondepersonal.files.wordpress.com/2010/09/salarios-morales-arrieta-capitulo-1-al-4.pdf>
- Morillas , A. ((s/f)). *Webpersonal*. Obtenido de <http://webpersonal.uma.es/~morillas/muestreo.pdf>

- Naranjo, J. (2018). Caracas.
- Oliveros, A. (Julio de 2019). Tweet . Caracas.
- Rao , V. (2014). *Applied Conjoint Analysis* . Berlin : Springer.
- Reinhar, C., & Savastano, M. (Junio de 2003). Realidades de las hiperinflaciones modernas. *Finanzas & desarrollo*, 20-23. Obtenido de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2003/06/pdf/reinhart.pdf>
- Rodríguez, R. (2011). *Impacto del valor de referencia del dólar permnuta en el proceso inflacionario en Venezuela*. Tesis de Maestria , Universidad del Zulia, Zulia . Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://tesis.luz.edu.ve/tde_arquivos/115/TDE-2015-06-03T09:16:31Z-5834/Publico/rodriguez_reimi1.pdf
- Rubio, D. (29 de Enero de 2017). La inlación: todo lo que usted querría saber sobre "el ladrón invisible". *El español*. Obtenido de https://www.elespanol.com/economia/20170127/189231876_0.html
- Sindeyev , V. (31 de Agosto de 2015). Cuando el dinero se convierte en basura: las 5 peores hiperinflaciones de la historia. Obtenido de <https://actualidad.rt.com/economia/184640-5-peores-hiperinflaciones-historia>
- Sumindu. (15 de Octubre de 2018). *Sumindu*. Obtenido de Sumindu Portal Web: <http://www.sumindu.com/jsp/politica.jsp>
- Torres, C. (2015). Gestión del capital humano en tiempos de migración calificada. *Debate IESA*, XX(3), 25-27.
- Urquijo, J. I., & Bonilla, J. (2008). *La remuneración de trabajo manual de administración de salarios*. Caracas, Distrito Capital, Venezuela : Publicaciones UCAB.
- Urquijo, J. I., & Bonilla, J. (2008). *La remuneración del trabajo manual de administración de salarios*. Caracas, Distrito Capital , Venezuela : Publicaciones UCAB.
- WorlatWork. (2018). *Total Rewards Model*. Obtenido de <https://www.worldatwork.org/total-rewards-model/>

ANEXOS

Anexo A “Tarjetas instrumento de recolección de datos Modelo I: Compensación Total”

Número de perfil 1: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACI ON VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACIO N RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
1	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 2: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACI ON VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACIO N RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
2	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 3: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACI ON VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACIO N RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
3	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 4: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
4	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 5: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
5	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 6: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
6	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 7: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
7	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 8: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
8	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 9: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
9	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 10: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
10	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 11: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
11	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 12: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
12	50% POR DEBAJO DEL PROMEIDO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 13: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
13	50% POR DEBAJO DEL PROMEIDO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 14: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
14	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 15: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
15	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 16: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACI ON VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACIO N RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
16	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 17: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACI ON VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACIO N RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
17	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Número de perfil 18: TOTAL REWARDS

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACI ON VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACIO N RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA
18	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS

Informe de preferencias de recompensa total

Anexo B “Tarjetas instrumento de recolección de datos Modelo II: compensación financiera”

Número de perfil 1: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
1	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTATICK ET IGUAL A LA LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 2: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
2	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTATICK ET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 3: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
3	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTATICK ET TRES VECES AL PAGO DE LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 4: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
4	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTATIC ET IGUAL A LA LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 5: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
5	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTATIC ET TRES VECES AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 6: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
6	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTATIC ET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 7: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
7	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTATICK ET TRES VECES AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 8: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
8	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTATICK ET TRES VECES AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 9: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
9	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTATICK ET TRES VECES AL PAGO DE LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 10: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
10	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTATICK ET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 11: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
11	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTATICK ET IGUAL A LA LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 12: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
12	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTATICK ET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 13: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
13	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTATICK ET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 14: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
14	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTATICK ET IGUAL A LA LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 15: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES
15	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTATICK ET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 16: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACI ON	BONIFICACI ONES EXTRAORDI NARIAS	CONTRIBUC IONES VARIAS	BENEFICIO S NO SALARIALE S
16	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALE S	CESTATICK ET TRES VECES AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDI NARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 17: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACI ON	BONIFICACI ONES EXTRAORDI NARIAS	CONTRIBUC IONES VARIAS	BENEFICIO S NO SALARIALE S
17	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTATICK ET IGUAL A LA LEY	SIN BONO EXTRAORDI NARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Número de perfil 18: COMPENSACION FINANCIERA

ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACI ON	BONIFICACI ONES EXTRAORDI NARIAS	CONTRIBUC IONES VARIAS	BENEFICIO S NO SALARIALE S
18	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALE S	CESTATICK ET IGUAL A LA LEY	SIN BONO EXTRAORDI NARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA

Informe sobre compensación financiera

Anexo C “Matriz combinaciones de Atributos MI”

TOTAL REWARDS														
ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	COMPENSACION VARIABLE	BENEFICIOS	CAPACITACION RECIBIDA	DESARROLLO DE CARRERA	CONSTANTE	TOTAL
1	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.608	0.869	-0.941	-0.258	-1.019	1.005	9.5	10.764
2	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	1.608	-0.66	0.434	0.958	0.587	-0.415	9.5	12.012
3	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-0.859	0.869	0.507	0.958	0.432	-0.415	9.5	10.992
4	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	1.608	0.869	-0.941	-0.7	0.587	-0.415	9.5	10.508
5	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO	-0.859	-0.66	0.507	-0.7	0.587	1.005	9.5	9.38
6	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO	-0.749	0.869	0.434	-0.7	0.432	1.005	9.5	10.791
7	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.749	0.869	0.507	-0.258	0.587	-0.589	9.5	9.867
8	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	1.608	-0.209	0.507	-0.7	0.432	-0.589	9.5	10.549
9	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO	1.608	-0.209	0.507	0.958	-1.019	1.005	9.5	12.35
10	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	1.608	-0.66	0.434	-0.258	0.432	-0.589	9.5	10.467
11	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO	-0.749	-0.66	-0.941	0.958	0.432	1.005	9.5	9.545
12	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA AÑO	-0.859	-0.209	0.434	-0.258	0.587	1.005	9.5	10.2
13	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.859	0.869	0.434	0.958	-1.019	-0.589	9.5	9.294
14	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 2 CURSOS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.749	-0.209	-0.941	0.958	0.587	-0.589	9.5	8.557
15	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	30% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-0.749	-0.209	0.434	-0.7	-1.019	-0.415	9.5	6.842
16	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	50% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-0.749	-0.66	0.507	-0.258	-1.019	-0.415	9.5	6.906
17	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 1 CURSO AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 4 AÑOS	-0.859	-0.209	-0.941	-0.258	0.432	-0.415	9.5	7.25
18	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	15% DEL PAQUETE TOTAL ANUAL	50% POR ENCIMA DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 3 CURSOS O MÁS AL AÑO	SER PROMOVIDO CADA 2 AÑOS	-0.859	-0.66	-0.941	-0.7	-1.019	-0.589	9.5	4.732

Anexo D “Matriz combinaciones de Atributos MII”

COMPENSACION FINANCIERA														
ID de tarjeta	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES	SALARIO BASE	PAGO EN DOLARES	TICKET ALIMENTACION	BONIFICACIONES EXTRAORDINARIAS	CONTRIBUCIONES VARIAS	BENEFICIOS NO SALARIALES	CONSTANTE	TOTAL
1	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTA TICKET IGUAL A LA LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	1.286	1.023	-0.84	-0.482	-0.768	0.643	9.661	10.523
2	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTA TICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	1.286	-0.096	0.005	0.482	1.019	-0.092	9.661	12.265
3	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTA TICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.552	1.023	0.836	0.482	-0.251	-0.092	9.661	11.107
4	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTA TICKET IGUAL A LA LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	1.286	1.023	-0.84	-0.482	1.019	-0.092	9.661	11.575
5	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTA TICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.552	-0.096	0.836	-0.482	1.019	0.643	9.661	11.029
6	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTA TICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.735	1.023	0.005	-0.482	-0.251	0.643	9.661	9.864
7	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTA TICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.735	1.023	0.836	-0.482	1.019	-0.552	9.661	10.77
8	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTA TICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	1.286	-0.927	0.836	-0.482	-0.251	-0.552	9.661	9.571
9	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTA TICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	1.286	-0.927	0.836	0.482	-0.768	0.643	9.661	11.213
10	50% POR ENCIMA DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTA TICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	1.286	-0.096	0.005	-0.482	-0.251	-0.552	9.661	9.571
11	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTA TICKET IGUAL A LA LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.735	-0.096	-0.84	0.482	-0.251	0.643	9.661	8.864
12	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTA TICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 100% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.552	-0.927	0.005	-0.482	1.019	0.643	9.661	9.367
13	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 50\$ MENSUALES	CESTA TICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.552	1.023	0.005	0.482	-0.768	-0.552	9.661	9.299
14	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTA TICKET IGUAL A LA LEY	CON BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION TRIMESTRAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.735	-0.927	-0.84	0.482	1.019	-0.552	9.661	8.108
15	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTA TICKET EL DOBLE AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.735	-0.927	0.005	-0.482	-0.768	-0.092	9.661	6.662
16	IGUAL AL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTA TICKET TRES VECES AL PAGO DE LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.735	-0.096	0.836	-0.482	-0.768	-0.092	9.661	8.324
17	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	SIN PAGO EN DOLARES	CESTA TICKET IGUAL A LA LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION SEMESTRAL	SEGUROS 50% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.552	-0.927	-0.84	-0.482	-0.251	-0.092	9.661	6.517
18	50% POR DEBAJO DEL PROMEDIO DEL MERCADO	RECIBIR 100\$ MENSUALES	CESTA TICKET IGUAL A LA LEY	SIN BONO EXTRAORDINARIO	RECIBIR PROVISION MENSUAL	SEGUROS 75% PAGADOS POR LA EMPRESA	-0.552	-0.096	-0.84	-0.482	-0.768	-0.552	9.661	6.371