



**Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

**Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Administración**

**Los incentivos laborales y el compromiso organizacional en la Empresa Distribuciones  
Marcaventa S.A.C. Hualmay, primer semestre 2022**

**Tesis**

**Para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración**

**Autora**

**Coronel Perez, Estefany**

**Asesora**

**Dra. Villafuerte Castro, Sandra luisa**

**Huacho – Perú**

**2023**



**Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



# UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

## LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

*“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”*

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

### INFORMACIÓN DE METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
Estefany Coronel Perez	75438892	16 – 08 - 2023
DATOS DEL ASESOR:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CÓDIGO ORCID
Dra. Sandra Luisa Villafuerte Castro	40735241	0000 – 0002 – 6087 - 5170
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:		
NOMBRES Y APELLIDOS	DNI	CODIGO ORCID
Dra. Viviana Inés Vellón Flores	15596783	0000 – 0001 – 6611 - 7218
Dr. Elvis Richar Sánchez García	15736456	0000 – 0003 – 0397 - 5420
Dr. Abrahán Cesar Nery Ayala	15739625	0000 – 0003 – 2799 - 3244

# LOS INCENTIVOS LABORALES Y EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MARCAVENTA SAC HUALMAY, PRIMER SEMESTRE 2022

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

17%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

5%

★ [repositorio.udh.edu.pe](http://repositorio.udh.edu.pe)

Fuente de Internet

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo

**LOS INCENTIVOS LABORALES Y EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN  
LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MARCAVENTA S.A.C HUALMAY, PRIMER  
SEMESTRE 2022**

**BACILLER. ESTEFANY CORONEL PEREZ**

**TESIS PREGRADO**

**ASESOR: Dra. SANDRA LUISA VILLAFUERTE CASTRO**

**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**HUACHO , PERU**

**2023**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis va dedicada a mis padres por haberme brindando su apoyo incondicional en el día a día de esta misma manera a mis maestros por haberme brindando sus conocimientos para formarme como una buena profesional y a todas las demás personas que formaron parte de este proceso para culminar esta etapa.

## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a dios por permitir que pueda cumplir uno de los sueños que tenía en la vida , agradecer también a la universidad José Faustino Sánchez Carrión por ser mi casa de estudios durante estos 5 años y agradecer a mi familia por la confianza brindada durante este tiempo.

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>I</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>II</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>VIII</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>X</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XI</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XII</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Descripción de la realidad problemática.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Formulación del problema .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.1 Problema general .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2.2 Problemas específicos.....</b>	<b>2</b>
<b>1.3 Objetivos de la investigación .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3.1 Objetivo general .....</b>	<b>2</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos .....</b>	<b>2</b>
<b>1.4. Justificación de la investigación .....</b>	<b>3</b>
<b>1.5 Delimitaciones del estudio .....</b>	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>5</b>
<b>2. 1. Antecedentes de la investigación .....</b>	<b>5</b>
<b>2.1.1. Investigaciones internacionales.....</b>	<b>5</b>

2.1.2. Investigaciones nacionales.....	7
2.2. Bases teóricas.....	9
2.2.1 LOS INCENTIVOS LABORALES.....	9
2.2.2 COMPROMISO ORGANIZACIONAL .....	15
2.3. Definición de términos básicos.....	20
2.4. Formulación de la hipótesis.....	23
2.4.1. Hipótesis general .....	23
2.4.2. Hipótesis específicas.....	23
2.4.3. Operacionalización de Variables.....	23
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....</b>	<b>25</b>
3.1 Diseño metodológico .....	25
3.1.1 Tipo de Investigación .....	25
3.1.2 Nivel de Investigación .....	25
3.1.3 Diseño .....	25
3.1.4 Enfoque.....	26
3.2. Población y muestra .....	26
3.2.1 Población .....	26
3.2.2 Muestra.....	26
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	27
3.3.1. Técnicas a emplear .....	27
3.3.2. Descripción de los instrumentos.....	27
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información.....	27

<b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....</b>	<b>28</b>
<b>4.1. Análisis de resultados .....</b>	<b>28</b>
<b>4.2 Contrastación de Hipótesis.....</b>	<b>50</b>
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....</b>	<b>54</b>
<b>5. 1. DISCUSIÓN.....</b>	<b>54</b>
<b>CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>55</b>
<b>6. 1. CONCLUSIONES .....</b>	<b>55</b>
<b>6. 2. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>56</b>
<b>CAPÍTULO VII: FUENTES DE INFORMACIÓN.....</b>	<b>57</b>
<b>7. 1. Fuentes Bibliográficas .....</b>	<b>57</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>59</b>
<b>Matriz de consistencia .....</b>	<b>60</b>
<b>CUESTIONARIO.....</b>	<b>63</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Alguna vez Ud. ha recibido comisiones en su Distribuidora? .....	28
Tabla 2 ¿Alguna vez Ud. ha sido acreedor del orden de mérito en su Distribuidora?.....	30
Tabla 3 ¿Alguna vez Ud. ha recibido buen sueldo en su Distribuidora? .....	31
Tabla 4 ¿Alguna vez Ud. ha recibido bonos en su Distribuidora ? .....	32
Tabla 5 ¿Alguna vez Ud. ha recibido aparatos eléctricos en su Distribuidora? .....	33
Tabla 6 ¿Alguna vez Ud. ha recibido unidades de producción en su Distribuidora ? .....	34
Tabla 7 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con trabajo remoto dentro de su empresa? .....	35
Tabla 8 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora? .....	36
Tabla 9 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado capacitaciones de regalo dentro de su Distribuidora?.....	37
Tabla 10 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora?.....	38
Tabla 11 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora ?.....	39
Tabla 12 ¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de las metas organizacionales? .....	40
Tabla 13 ¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de los objetivos organizacionales? .....	41
Tabla 14 ¿Considera Ud. que cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora? .....	42
Tabla 15 ¿Considera Ud. que es responsable con sus labores dentro de la Distribuidora?. .....	43
Tabla 16 ¿Ud. se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa?.....	44
Tabla 17 ¿Ud. se siente que la Distribuidora Marcaventa es como su segundo hogar? .....	45
Tabla 18 ¿Ud. se siente que todo lo que pase con la Distribuidora Marcaventa también tiene que ver con Ud.?.....	46

Tabla 19 ¿Considera Ud. que no se iría a trabajar en otra Distribuidora que no sea Marcaventa?.....	47
Tabla 20 ¿Considera Ud. que la decisión más acertada que ha tenido es haber iniciado a trabajar en la Distribuidora Marcaventa?.....	48
Tabla 21 ¿Considera Ud. un sacrificio irse de la Distribuidora Marcaventa?.....	49

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Alguna vez Ud. ha recibido comisiones en su Distribuidora? .....	28
Figura 2 ¿Alguna vez Ud. ha sido acreedor del orden de mérito en su Distribuidora? .....	30
Figura 3 ¿Alguna vez Ud. ha recibido buen sueldo en su Distribuidora?.....	31
Figura 4 ¿Alguna vez Ud. ha recibido bonos en su Distribuidora ? .....	32
Figura 5 ¿Alguna vez Ud. ha recibido aparatos eléctricos en su Distribuidora?.....	33
Figura 6 ¿Alguna vez Ud. ha recibido unidades de producción en su Distribuidora ? .....	34
Figura 7 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con trabajo remoto dentro de su empresa? .....	35
Figura 8 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora? .....	36
Figura 9 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado capacitaciones de regalo dentro de su Distribuidora?.....	37
Figura 10 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora?.....	38
Figura 11 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora ?.....	39
Figura 12 ¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de las metas organizacionales? .....	40
Figura 13 ¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de los objetivos organizacionales? .....	41
Figura 14 ¿Considera Ud. que cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora?.....	42
Figura 15 ¿Considera Ud. que es responsable con sus labores dentro de la Distribuidora?.....	43
Figura 16 ¿Ud. se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa? .....	44
Figura 17 ¿Ud. se siente que la Distribuidora Marcaventa es como su segundo hogar? .....	45

Figura 18 ¿Ud. se siente que todo lo que pase con la Distribuidora Marcaventa también tiene que ver con Ud.?	46
Figura 19 ¿Considera Ud. que no se iría a trabajar en otra Distribuidora que no sea Marcaventa?	47
Figura 20 ¿Considera Ud. que la decisión más acertada que ha tenido es haber iniciado a trabajar en la Distribuidora Marcaventa?	48
Figura 21 ¿Considera Ud. un sacrificio irse de la Distribuidora Marcaventa?	49

## RESUMEN

La investigación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional hoy en día se ha vuelto muy importante debido a los grandes beneficios que trae consigo el hecho de aplicarlos en la empresa. La empresa Marcaventa exclusivamente se decía a la venta de alimentos, bebidas, etc. al por mayor y menor, nos damos cuenta entonces cuán importante es para ellos tener personal comprometido e identificado con la empresa de tal manera que estos cumplan con su trabajo y cada día fidelizar a los clientes que se tiene desde el 2019 que inició esta empresa. **Objetivo:** “Determinar la relación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”. **Material y método:** el nivel de investigación es correlacional, el diseño no experimental, de tipo básico y enfoque cuantitativo, se aplicó la encuesta para la recolección de datos y se tiene como población a 20 trabajadores de la empresa y la muestra está conformada por el total de la población. **Resultados y conclusiones:** Se acepta y afirma la hipótesis alternativa “Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”.

**Palabras claves:** compromiso, organización, incentivos laborales

## ABSTRACT

The investigation of work incentives and organizational commitment today has become very important due to the great benefits that applying them in the company brings. The company Marcaventa was exclusively said to sell food, drinks, etc. wholesale and retail, we then realize how important it is for them to have staff who are committed and identified with the company in such a way that they do their job and each day build customer loyalty since 2019 when this company started. Objective: "Determine the relationship between work incentives and organizational commitment in the company Marcaventa SAC Hualmay distributions, first semester 2022". Material and method: the level of research is correlational, the design is non-experimental, of a basic type and a quantitative approach, the survey was applied for data collection and the population is 20 workers of the company and the sample is in accordance with the total population. Results and conclusions: The alternative hypothesis "Work incentives are significantly related to organizational commitment in the company Marcaventa SAC Hualmay distributions, first semester 2022" is accepted and affirmed.

**Keywords:** commitment, organization, work incentives

## INTRODUCCIÓN

La investigación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional hoy en día se ha vuelto muy importante debido a los grandes beneficios que trae consigo el hecho de aplicarlos en la empresa. La empresa Marcaventa exclusivamente se decía a la venta de alimentos, bebidas, etc. al por mayor y menor, nos damos cuenta entonces cuán importante es para ellos tener personal comprometido e identificado con la empresa de tal manera que estos cumplan con su trabajo y cada día fidelizar a los clientes que se tiene desde el 2019 que inició esta empresa.

A continuación, se detallan los capítulos contenidos en la presente investigación:

Capítulo I: de la introducción, está la justificación de la investigación, los alcances del estudio y el objetivo general y específicos.

Capítulo II: de Marco teórico están las teorías y conceptos de los incentivos laborales y el compromiso organizacional, que sustentan la investigación, variables, características, teorías para realizar la investigación de manera científica.

Capítulo III: de Metodología, se encuentra el tipo, diseño, nivel y enfoque de la investigación, la población y muestra utilizada en la investigación, además de las técnicas e instrumentos empleados en la adquisición de datos de los incentivos laborales y el compromiso organizacional.

Capítulo IV: de los resultados, se presenta las tablas, las figuras con la interpretación y toma de decisiones.

Capítulo V: de la discusión, donde se discute los resultados obtenidos con otros autores.

Capítulo VI: de las conclusiones y recomendaciones, se da a conocer todas las conclusiones a las que se llegó y se realiza algunas recomendaciones acerca de los incentivos laborales y su relación con el compromiso organizacional.

# CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1.1 Descripción de la realidad problemática

La variable de los incentivos laborales en los últimos años ha empezado a tener gran importancia para las empresas del mundo debido a sus grandes aportes y beneficios que el hecho de ponerlo en práctica dentro de la empresa.

En el Perú las empresas cada día tienen más importancia en los incentivos laborales poniendo planes de contingencia en las empresas para adoptar esta medida y así aumentar el compromiso de los trabajadores.

La distribuidora Marcaventa ubicada en el Distrito de Hualmay no es ajena a la importancia que se le da hoy en día a esta variable, se ha notado que en el último año de pandemia su personal a cargo ha estado faltando, ha estado llegando tarde, ha estado cerrando temprano y no tiene ganas de atender a las personas que llegan a la tienda con el fin de adquirir los productos, notándose la falta de compromiso con la empresa además de que la empresa en los últimos años no ha entregado incentivos laborales a sus trabajadores reconociendo su labor que realiza día a día, no reconocer las labores de los trabajadores trae consigo una falta de compromiso e identificación con la empresa, además de un desinterés por la buena atención al cliente.

Algo más que se ha notado es que las personas cuando llegan encuentran el local sucio, los productos caídos, desordenados, sucios, vencidos, y en mal estado, por ello se plantea la presente investigación con el fin de disminuir estos malos comportamientos suscitados en los trabajadores y que sientan el compromiso e identificación con la empresa en la cual trabajan.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo se relacionan los incentivos laborales y el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022?

### **1.2.2 Problemas específicos**

¿Cómo se relacionan los incentivos laborales y el compromiso organizacional normativo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022?

¿Cómo se relacionan los incentivos laborales y el compromiso organizacional afectivo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022?

¿Cómo se relacionan los incentivos laborales y el compromiso organizacional de continuidad en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la relación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022

### **1.3.2 Objetivos específicos**

Determinar la relación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional normativo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.

Determinar la relación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional afectivo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.

Determinar la relación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional de continuidad en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.

#### **1.4. Justificación de la investigación**

**Por su valor teórico:** se justifica porque tiene gran aporte teórico para la empresa distribuidora la cual entenderá el comportamiento de ambas variables con su personal que tiene a cargo es decir los trabajadores, además como se tiene grande autores se hará conocer sus conocimientos.

**Conveniencia:** se justifica por su conveniencia porque servirá a la empresa distribuidora Marcaventa resolviendo el problema en investigación generando resultados positivos a futuro.

**Relevancia social:** se justifica por su relevancia social ya que servirá de antecedente para las futuras investigaciones acerca de las variables además de ser útil para la empresa distribuidora Marcaventa.

**Utilidad metodológica:** se justifica porque a través de la investigación se aplicará la encuesta para la recolección de datos.

#### **1.5 Delimitaciones del estudio**

La presente investigación se llevará a cabo en la Distribuidora Marcaventa del distrito de Hualmay, en el año 2022.

## **1.6 Viabilidad del estudio**

La presente investigación es viable debido a que cuenta con todos los requisitos que exige nuestra alma mater y a su vez por el apoyo y el esfuerzo que hace mi persona para llevar a cabo la investigación.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2. 1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. Investigaciones internacionales

Donoso (2020) en su tesis titulada *“compromiso organizacional respecto a la relación contractual en una unidad técnica de un municipio de la región metropolitana”*, su objetivo de investigación es “Identificar el nivel de compromiso existente en el equipo que conforma la Unidad Técnica de la municipalidad perteneciente a la Región Metropolitana, a fin de evidenciar si existen diferencias entre el nivel de compromiso y la relación contractual”, su diseño de investigación es descriptivo, su población está conformada por 30 personas al igual que su muestra, llegó a la siguiente conclusión: “El estudio realizó un análisis del nivel de compromiso en relación con el tipo de contrato que mantiene los funcionarios, contrastando exclusivamente el nivel de compromiso de los trabajadores que mantiene contrato a planta y a contrata, sin embargo, la unidad de estudio mantiene tres tipos de contratos vigentes, trabajadores de planta, a contrata y honorario” (p. 90).

Fernández (2017) en su tesis titulada *“el compromiso organizacional”*, tiene como objetivo “medir el tipo y el nivel de compromiso que se da en los trabajadores de una determinada organización, como es la facultad de ciencias empresariales y del trabajo.”, su metodología de investigación es de tipo descriptivo, llegó a la siguiente conclusión: “Respecto a las dimensiones en que se divide el compromiso, afectiva, normativa y de continuidad hemos concluido que en la Facultad de Ciencias Empresariales y del Trabajo de Soria se dan los tres tipos de compromisos en el siguiente orden: afectivo, de continuidad y normativo” (p. 78).

Romero (2017) en su tesis titulada "*Compromiso organizacional de los servidores públicos que se encuentran con contratos ocasionales y con nombramiento del Ministerio de Relaciones Laborales*", su objetivo de investigación es "levantar las principales variables de estudio en el actual contexto social y normativo del Ecuador", su metodología es de nivel descriptivo, de diseño cuantitativo y de corte no transversal, llegó a la siguiente conclusión: "En la presente encuesta participaron 372 funcionarios determinándose que el 73% de la población objeto de la presente investigación se encuentra en los cargos a los Niveles Básico: Servidor Público de Apoyo 1, Servidor Público de Apoyo 2, Servidor Público de Apoyo 3, Servidor Público de Apoyo 4 y Servidor Público 1 y en el Nivel Técnico correspondiente a los cargos Servidor Público 2, Servidor Público 3, Servidor Público 4 y Servidor Público 5" (p. 60).

Seguel (2014) en su tesis titulada "*descripcìon y anàlisis del uso de incentivos laborales en organizaciones: una propuesta de acciòn*", su objetivo de investigaciòn es describir y analizar el uso de incentivos laborales en organizaciones: una propuesta de acciòn, su metodología de investigaciòn es de nivel descriptivo de corte transversal y cualitativo, llegó a la siguiente conclusiòn: "se refuerza la idea de que las personas son el principal recurso con el que cuentan las organizaciones para entregar valor y cumplir los objetivos para el cual fueron concebidas estas organizaciones de las que son parte" (p. 87).

### 2.1.2. Investigaciones nacionales

Álvarez (2021) en su tesis titulada *“los incentivos laborales y su relación con el desempeño de los colaboradores en la empresa Beetech, Trujillo, 2021”*, su objetivo de investigación es “la relación de la variable incentivo laboral con el desempeño en los colaboradores de la empresa Beetech en la ciudad de Trujillo, 2021”, su metodología de investigación es de nivel correlacional y de corte transversal, su población está conformada por 15 trabajadores llegando a la siguiente conclusión: “El objetivo general se alcanzó y la hipótesis se comprobó ya que la relación existente entre las dos variables de estudio las cuales son los incentivos laborales y el desempeño tiene correlación positiva muy buena con un valor de 0.830, con lo que podemos concluir que los incentivos laborales generan un gran impacto y forman un pilar muy importante para mejorar el desempeño de su personal” (p. 37).

Villena (2020) en su tesis titulada *“factores asociados al compromiso organizacional de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa local, Yungay, 2019”*, su objetivo es “establecer cómo inciden los Factores determinantes de la organización en los componentes del Compromiso Organizacional de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa Local, Yungay, 2019”, su metodología es de tipo explicativo, de diseño no experimental de corte transversal, su población está conformada por 61 trabajadores y la muestra está compuesta por 53 trabajadores, llegó a la conclusión de “Se ha determinado en la investigación que el Compromiso Afectivo, es decir, aquellos aspectos personales del empleado junto con las experiencias en el trabajo, incide significativamente en el Compromiso de Continuidad de los trabajadores en la Unidad de Gestión Educativa Local de Yungay en el 2019” (p. 60).

Chavez & Ramirez (2019) en su tesis titulada "*Compromiso laboral en la empresa Maestro Alfa Store de la ciudad de Iquitos, año 2018*", su objetivo de investigación es "Determinar el nivel de compromiso laboral de los trabajadores de la empresa Maestro Alfa Store de la ciudad de Iquitos, año 2018", su metodología de investigación es de tipo descriptiva, su población está conformada por 24 trabajadores y su muestra está conformada por el total de la población debido a que la población es pequeña, llegó a la siguiente conclusión: "Se observa un alto nivel de satisfacción laboral de los trabajadores de la empresa Maestro Alfa Store de la ciudad de Iquitos, el 50% de los trabajadores se encuentran satisfechos en el puesto que ocupan actualmente, el 12.50% de los trabajadores se encuentran totalmente satisfechos en el puesto que ocupan actualmente" (p. 55).

Travezaño & Salvio (2018) en su tesis titulada "*compromiso organizacional y satisfacción laboral en los colaboradores de las empresas de grifos y estaciones de servicios en la provincia de Pasco, 2017*", su objetivo de investigación es "Determinar la relación que existe entre el compromiso organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de los grifos y estaciones de servicios en la provincia de Pasco, 2017", su metodología de investigación es método inductivo-deductivo, su enfoque es cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, llegó a la siguiente conclusión: "Después de haber evaluado la hipótesis general a través de la prueba chi cuadrado con un 5% de significancia, se demostró que existe relación significativa entre el compromiso organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de los grifos y estaciones de servicios en la provincia de Pasco, 2017" (p. 78).

Ajahuana & Guerra (2017) en su tesis titulada “*compromiso organizacional y satisfacción laboral en trabajadores del centro de salud ampliación Paucarpata de Arequipa*”, su objetivo de investigación es “Determinar la relación entre el compromiso organizacional y satisfacción laboral en los trabajadores del centro de salud Ampliación Paucarpata”, su metodología de investigación es tipo correlacional y descriptivo, su enfoque es cuantitativo y su diseño es transeccional y no experimental, llegó a la siguiente conclusión: “Existe una correlación significativa Positiva de nivel medio entre el compromiso organizacional y satisfacción laboral, es decir a mayor satisfacción laboral hay mayor compromiso organizacional y/o a menor satisfacción laboral, menor compromiso organizacional” (p. 101).

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1 LOS INCENTIVOS LABORALES**

#### **Definición:**

Dentro de los antecedentes para llegar al termino de incentivos laborales y cuan importantes son dentro de una organización tenemos al autor reconocido Taylor el cual indica en el libro de “Introducción a la Teoría General de la administración” que los trabajadores ponían más esfuerzo en su trabajo cuando recibían un incentivo y esto aumentaba su productividad.

Chiavenato (1998) indica que “los incentivos monetarios o recompensas organizacionales refuerzan actividades que aumentan la consciencia, la responsabilidad del individuo y del grupo en el que se desempeña, incrementan el espíritu de equipo y destacan el desempeño excelente, dando así valor a la organización”.

El significado de incentivo está relacionado con la compensación o beneficios después del logro en el lugar de trabajo. En otras palabras, la definición de incentivos laborales incentiva a los trabajadores a mejorar y sobresalir profesionalmente, aumentando así su productividad y desempeño.

Es probable que, durante el proceso de selección, la mayoría de las personas agreguen personas con adaptabilidad, entusiasmo, iniciativa, compromiso y lealtad a sus equipos, pero con el tiempo habrá falta de motivación y baja participación laboral, cero compromisos con la organización, o signos de ausentismo. Todos estos son indicadores de la insatisfacción de los empleados con sus trabajos, lo que lleva a una alta rotación de empleados.

“Los incentivos son aquello que impulsa a las personas a mejorar en ciertas tareas o aspectos. Se puede considerar como un beneficio tras alcanzar una meta” (ADP, 2021)

La motivación laboral es una de las estrategias clave para motivar a los empleados, animándolos a alcanzar sus metas con pasión y ser más productivos.

Las empresas a menudo desarrollan programas de incentivos laborales a través de los cuales brindan compensaciones o incentivos para aumentar la productividad, aumentar las ventas, retener a los empleados clave y mejorar la moral y la autogestión laboral.

Mantener a los empleados comprometidos y motivados puede ser un desafío, pero con un buen programa de incentivos, puede alentar a los empleados a convertirse en mejores profesionales todos los días y retener el talento.

Si una organización tiene los siguientes objetivos: aumentar la productividad, retener empleados, atraer y recompensar a los buenos empleados, agradecer a los empleados por alcanzar y superar las metas y promover el trabajo en equipo, la motivación ayuda a promover comportamientos o desempeños específicos para lograr el éxito organizacional.

Independientemente de la organización, cualquier empresa debe asegurarse de que sus empleados trabajen de la mejor manera posible. Recuerde, los empleados son la cara de la empresa y la satisfacción laboral es muy importante. Cuando un empleado está satisfecho con su trabajo, lo refleja sirviendo a sus clientes. Tener clientes agradecidos y por ende mayores ganancias en el negocio es un círculo virtuoso.

Los incentivos laborales además se utilizan como un modo de generar el compromiso en los trabajadores de las distintas áreas y distintos departamentos, a su vez esto hará que la productividad, y rendimiento aumente dentro de la empresa. El gran compromiso que tengan cada uno de los trabajadores de la distribuidora Marcaventa de Hualmay esta direccionada a como la empresa los trate y los motive a través de los incentivos laborales que se otorgan dentro de cada empresa que tiene su plan de incentivos laborales.

### **Importancia:**

Los incentivos financieros pueden ser un motivador muy beneficioso en el lugar de trabajo. Es más probable que las empresas que ofrecen algún tipo de recompensa monetaria por un desempeño laboral sobresaliente o el reconocimiento del equipo fomenten un ambiente de trabajo positivo, construyan relaciones de apoyo y fomenten resultados de mayor calidad porque:

Los empleados se sienten satisfechos.

Hace reconocimiento del desempeño de cada trabajador.

Incrementa la idea de trabajo en equipo.

### **Beneficios:**

Dentro de los beneficios más importantes que aportan los incentivos laborales son los siguiente:

- “Trabajo en equipo más amigable, ya que muchos incentivos fomentan la cooperación y la colaboración” (SAP Concur, 2022).

- Potencia la productividad.
- Los trabajadores tienen mayor moral.
- “Un mayor bienestar, sobre todo si los incentivos están relacionados directamente con la salud de los empleados” (SAP Concur, 2022).
- “Reducción de la rotación gracias a la disminución de la insatisfacción del personal” (SAP Concur, 2022).
- “Mejora en la reputación y la marca de la empresa, ya que los empleados estarán más motivados a representarla con una actitud positiva” (SAP Concur, 2022).

Ahora bien, dentro de los beneficios como se puede observar se tiene dentro de los principales el compromiso organizacional debido a que con los incentivos laborales que pueda recibir cada trabajador se sentirá identificado y con gran responsabilidad y respeto hacia la empresa, tendrá mayor productividad, mayor rendimiento y a su vez mayor compromiso organizacional.

### **Ventajas y Desventajas:**

Según el Blog de Work Meter nos indica que, dentro de las principales ventajas de los incentivos laborales en una empresa, tenemos:

- Motivar a los empleados para lograr sus objetivos.
- Mejorar la moral y mejorar la retención de empleados.
- Aumentar directamente la productividad.
- Proporcionar reconocimiento por el trabajo duro.
- Se puede utilizar para recompensar el desempeño individual o el desempeño de un departamento/empresa.
- Mejorar la retención de talento.
- Enfocan los esfuerzos de los empleados en objetivos de desempeño específicos.

- Fortalecer la cultura corporativa

Según el Blog de Work Meter nos indica que, dentro de las principales desventajas de los incentivos laborales en una empresa, tenemos:

- Genera desconfianza y celos entre los empleados.
- Puede mantener a los empleados enfocados en tareas motivacionales medibles.
- Si los objetivos se establecen demasiado altos y no se gestionan adecuadamente, las empresas pueden sufrir pérdidas financieras.
- Es difícil desarrollar métricas claras, objetivas y medibles para cada departamento sin crear desconfianza entre los empleados.
- Los gerentes responsables de evaluar el desempeño pueden verse influenciados por las relaciones interpersonales.
- Recompensar financieramente a los empleados puede ser una forma de "comprar el cumplimiento" en lugar de crear una cultura empresarial saludable.

### **Dimensiones:**

#### 1. Económicos

Estos son incentivos que requieren una compensación financiera o monetaria. Por ejemplo, aumentos, pagas extra, comisiones, bonificaciones, es decir, todo lo que suponga un aumento o ingreso extra. Estos son los incentivos más clásicos.

Dentro de los incentivos económicos tenemos:

- Comisión: es un porcentaje que recibe el trabajador de forma por cada venta o cliente nuevo que este pueda conseguir.

- Merito: aquí la empresa valora el esfuerzo del trabajador por lo cual puede aumentar su salario o en todo caso promover a un puesto mejor.
- Sueldo: es un sueldo adicional que se da al trabajador por haber cumplido con ciertos objetivos o metas trazadas por la empresa en un plazo determinado.
- Bono: Pensiones, primas anuales, subsidios salariales, esquemas de préstamos, bonos y reembolso de medicamentos y servicios médicos son parte de los beneficios económicos habituales.
- Aparatos eléctricos: aquí el gerente otorga vales económicos a los trabajadores en una empresa de electrodomésticos específicos para que puedan adquirir un bien en beneficio del trabajador y de su familia.
- Unidades de producción: la empresa regala sus propios productos a los trabajadores que se esfuerzan por hacer su trabajo cada día mejor.

## 2. No económicos

Este tipo de incentivos son más diversos que los anteriores e incluyen una gran variedad de ejemplos (tanto tangibles como intangibles) tales como: tickets de restaurante, aportes a planes de pensiones, seguros de vida, horarios flexibles, seguros de salud, Asistencia de transporte, cafetería o guardería para hijos, ayuda para la continuación de los estudios (formación), días de fruta en la oficina, etc.

Dentro de los incentivos no económicos tenemos:

- Flexibilidad: la empresa es flexible con los horarios de trabajo debido a su gran rendimiento por ello evalúa también la manera de que trabajen remoto sin estar presionándolos que lleguen a cierto horario, es más el trabajador

optimiza su tiempo como mejor le parezca siempre y cuando cumpla con sus deberes dentro del trabajo.

- Tiempo: aquí la empresa puede ofrecer algunos días libres después de haber culminado un gran proyecto o después de haber realizado y finalizado algún objetivo organizacional dando como recompensa el descanso del trabajador.
- Formación: este incentivo consiste en que la empresa le regale capacitaciones dentro y fuera del país a los trabajadores. Esto impacta de manera positiva a la empresa también ya que los trabajadores aportaran sus nuevos conocimientos a esta.
- Servicios: Seguros de salud, planes de pensiones, guarderías o el acceso gratuito a una alimentación saludable son algunos de los servicios que ofrecen las empresas para motivar a los equipos.
- Ocio: “Habilitar un espacio de ocio en la oficina u organizar actividades de team building puede mejorar las dinámicas de los equipos y ayuda a limar asperezas” (ADP, 2021)

### **2.2.2 COMPROMISO ORGANIZACIONAL**

#### **Definición:**

El nivel de compromiso de los empleados con la empresa en la que trabajan se ha convertido en uno de los fenómenos más estudiados en los últimos años. Una de las razones del creciente interés en torno a esta estructura no es solo su capacidad para impactar en la eficiencia y el bienestar de los empleados, sino también porque es una de las alternativas más efectivas para lograr las metas organizacionales. A su vez el Compromiso organizacional (OC) es un mecanismo para analizar la lealtad de los empleados y la conexión con su organización.

El compromiso organizacional comenzó a ser relevante para la Academia a partir de la publicación del estudio de Lodahl y Kejner en 1965. Tras la publicación del estudio, el compromiso organizacional se ha convertido en un área fundamental de investigación en la comunidad económica. empresa. Esto a menudo está estrechamente relacionado con la motivación de los empleados, ya que la motivación está ligada al compromiso organizacional hasta cierto punto. Si los empleados no están motivados, en este caso, es posible que no estén comprometidos con su organización.

Robbins, (1998) define “el compromiso organizacional como un estado en el cual un empleado se identifica con una organización en particular, sus metas y deseos, para mantener la pertenencia a la organización”. Un alto compromiso laboral significa identificarse con el trabajo específico de uno, mientras que un alto compromiso organizacional significa identificarse con la propia organización.

Comprender el compromiso organizacional puede ayudar a predecir la satisfacción laboral, el compromiso de la fuerza laboral, la distribución del liderazgo, el desempeño, la inseguridad laboral y más. Es importante mirar esto desde una perspectiva de gestión para entender su dedicación a las tareas asignadas cada día.

Arias (1973), quien define “compromiso como la fuerza relativa de identificación y de involucramiento de un individuo con una organización”. Por otro lado, Hellriegel, (1999) define “el compromiso organizacional como la intensidad de la participación de un empleado y su identificación con la organización”. Se caracteriza por la creencia y aceptación de los objetivos y valores de la organización, la voluntad de realizar esfuerzos significativos por los intereses de la organización y el deseo de pertenecer a la organización.

Chiavenato (1992) opina que “el compromiso organizacional es el sentimiento y la comprensión del pasado y del presente de la organización, como también la comprensión y compartimiento de los objetivos de la organización por todos sus participantes”. Aquí no hay alienación de los empleados, sino el mismo compromiso.

Partiendo de que el compromiso organizacional se basa tanto en las creencias de los empleados como en la apreciación de la empresa, es decir, en base a cómo la ven, es importante que los dueños de la empresa o colaboradores les brinden un ambiente cómodo y confortable. Bienestar, sienten que son parte de la organización y no un trabajador más de la cadena productiva, ya que, como resultado, los empleados perderán gradualmente el interés por su trabajo, lo que provocará una reducción de la productividad y el abandono de la empresa.

El compromiso organizacional se refiere al grado en que un individuo se identifica y pertenece a una empresa. La relación entre una empresa y sus empleados es crucial para que todo funcione correctamente, por lo que una de las tareas más importantes de una empresa es la gestión del compromiso.

La lealtad de los empleados juega un papel importante para poder hablar de compromiso organizacional, pues cuando se menciona la palabra lealtad, podemos decir que es la obligación de los empleados trabajar arduamente de acuerdo a las expectativas de los supervisores, gerentes e incluso el jefe de la empresa. La empresa, todo esto, no espera compensación monetaria o no. La lealtad de los empleados está directamente relacionada con la cantidad de tiempo que pasan con las empresas u organizaciones mencionadas, independientemente de su nivel.

**Importancia:**

El compromiso organizacional hoy en día es estudiado a nivel mundial por su importancia que tiene para la empresa, cuando los trabajadores tienen claro el compromiso organizacional individualmente también se comprometen con el cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales es por ello que dentro de la empresa es tan importante esta variable ya que no habría necesidad de obligar o condicional al trabajador para que cumpla sus funciones de la mejor manera posible siendo eficiente en todo momento.

### **Ventajas:**

Tener una empresa cuyos empleados tienen un compromiso organizacional significativo les da a los empleadores una serie de ventajas sobre los competidores. El compromiso de los empleados puede mejorar cosas como la productividad o la eficiencia. En este sentido, cuando una empresa demuestra un alto nivel de compromiso organizacional, reduce aspectos como el ausentismo o la rotación de empleados en la empresa.

Dentro de las principales ventajas según Harrison & Hubbard tenemos a las siguientes:

- Incrementa la productividad de los trabajadores.
- Incrementa la eficiencia y efectividad.
- Motiva al trabajo en equipo.
- Mejora el clima de la organización.
- Se resuelven los conflictos más fácil y rápido.
- Incrementa la rentabilidad de la empresa.
- Las metas de la empresa son parte de los empleados.

### **Dimensiones**

## 1. Normativo

“El compromiso normativo considera aspectos de lealtad, al igual que el actitudinal (afectividad)” (Mowday, Steers, & Porter, 1979).

- Cumplir metas: dentro de la empresa u organización se plantean metas a corto plazo el cual deben de cumplirse en un determinado periodo
- Cumplir objetivos: como bien se sabe el conjunto de metas forma un objetivo organizacional el cual es a largo plazo, y todos como equipo deben trabajar conjuntamente para lograrlo.
- Políticas: dentro de la empresa se establecen políticas para encaminar correctamente la empresa y todos los trabajadores sin excepción deben cumplirla.
- Responsabilidad: dentro de la empresa cada trabajador es responsable de sus funciones y de su compromiso que tenga con la empresa.

## 2. Afectivo

Mowday, Steers & Porter (1979) indica que “existen diferencias que generan dos tipos diferentes de compromisos afectivos, lo cual hace que los instrumentos de medición no los tome como iguales”.

- Identificación: aquí se ve cuan identificado está el trabajador con la empresa y eso se ve en cuanto al compromiso que sienta para con la empresa.
- Valores de afectividad: se centra en el amor y afecto que tiene el trabajador por su empresa.
- Implicaciones del personal: los trabajadores consideran un segundo hogar a la empresa por que se implican a un 100% a la empresa afrontando

problemas que no son de ellos y también disfrutando se cada logro que se tiene.

### 3. De Continuidad

El compromiso de continuidad también llamado actitudinal postulado por Mowday, Steers & Porter (1979) relata “un aspecto de lealtad que expresa el deseo personal de permanecer y seguir integrado a la empresa. Sin embargo, este deseo puede partir de la percepción de falta de alternativas, lo que vincularía el compromiso actitudinal con el componente de continuidad”.

- Concientización: aquí el trabajador es consciente de que no puede abandonar la empresa por los beneficios que le brindan y a su vez por todo el afecto que le tiene a la empresa.
- Decisión: aquí más allá de otras oportunidades mejores que tenga el trabajador, toma la decisión de continuar en la empresa, pero será por afecto, consideración y estima.
- Sacrificio: el sacrificio que tiene el trabajador al rechazar mejores ofertas de trabajo para continuar en la empresa en la cual empezó y se fortaleció con el tiempo.

## 2.3. Definición de términos básicos

### **Incentivo Laboral:**

Chiavenato (1998) indica que “los incentivos monetarios o recompensas organizacionales refuerzan actividades que aumentan la consciencia, la responsabilidad del individuo y del grupo en el que se desempeña, incrementan el espíritu de equipo y destacan el desempeño excelente, dando así valor a la organización”.

**Compromiso Organizacional:**

Robbins, (1998) define “el compromiso organizacional como un estado en el cual un empleado se identifica con una organización en particular, sus metas y deseos, para mantener la pertenencia a la organización”.

**Comisión:**

Es un porcentaje que recibe el trabajador de forma por cada venta o cliente nuevo que este pueda conseguir.

**Merito:**

Aquí la empresa valora el esfuerzo del trabajador por lo cual puede aumentar su salario o en todo caso promover a un puesto mejor.

**Sueldo:**

Es un sueldo adicional que se da al trabajador por haber cumplido con ciertos objetivos o metas trazadas por la empresa en un plazo determinado.

**Bono:**

Pensiones, primas anuales, subsidios salariales, esquemas de préstamos, bonos y reembolso de medicamentos y servicios médicos son parte de los beneficios económicos habituales.

**Aparatos eléctricos:**

Aquí el gerente otorga vales económicos a los trabajadores en una empresa de electrodomésticos específicos para que puedan adquirir un bien en beneficio del trabajador y de su familia.

**Unidades de producción:**

La empresa regala sus propios productos a los trabajadores que se esfuerzan por hacer su trabajo cada día mejor.

**Flexibilidad:**

La empresa es flexible con los horarios de trabajo debido a su gran rendimiento por ello evalúa también la manera de que trabajen remoto sin estar presionándolos que lleguen a cierto horario, es más el trabajador optimiza su tiempo como mejor le parezca siempre y cuando cumpla con sus deberes dentro del trabajo.

**Tiempo:**

Aquí la empresa puede ofrecer algunos días libres después de haber culminado un gran proyecto o después de haber realizado y finalizado algún objetivo organizacional dando como recompensa el descanso del trabajador.

**Formación:**

Este incentivo consiste en que la empresa le regale capacitaciones dentro y fuera del país a los trabajadores. Esto impacta de manera positiva a la empresa también ya que los trabajadores aportaran sus nuevos conocimientos a esta.

**Servicios:**

Seguros de salud, planes de pensiones, guarderías o el acceso gratuito a una alimentación saludable son algunos de los servicios que ofrecen las empresas para motivar a los equipos

## 2.4. Formulación de la hipótesis

### 2.4.1. Hipótesis general

Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022

### 2.4.2. Hipótesis específicas

Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional normativo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.

Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional afectivo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.

Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de continuidad en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.

### 2.4.3. Operacionalización de Variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
V1: INCENTIVOS LABORALES	Económicos	Comisión Merito Sueldo Bono Aparatos eléctricos	1, 2, 3, 4, 5, 6	Likert

		Unidades de producción		
	No económicos	Flexibilidad Tiempo Formación Servicios ocio	7, 8, 9, 10, 11	Likert

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
V2: COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Normativo	Cumplir metas Cumplir objetivos Políticas Responsabilidad	1, 2, 3, 4	Likert
	Afectivo	Identificación Valores de afectividad Implicaciones del personal	5, 6, 7	Likert
	De Continuidad	Concientización Decisión Sacrificio	8, 9, 10	Likert

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1 Diseño metodológico

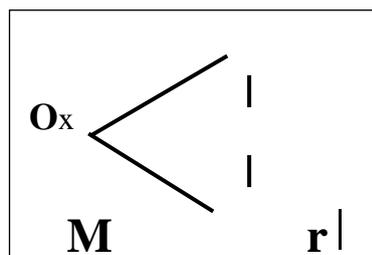
Según Arias (2012) indica que “el diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado”. (p. 27)

#### 3.1.1 Tipo de Investigación

“La investigación aplicada consiste en mantener conocimientos y realizarlos en la práctica además de mantener estudios científicos con el fin de encontrar respuesta a posibles aspectos de mejora en situación de la vida cotidiana” (Gerena, 2010). La presente investigación es de tipo mixta debido a que se usarán teorías concretas.

#### 3.1.2 Nivel de Investigación

“La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comparar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014). La presente investigación es de nivel correlacional.



**M** = Muestra de los trabajadores.

**O<sub>x</sub>** = Incentivos Laborales

**O<sub>y</sub>** = Compromiso Organizacional

**r** = Relación entre ambas variables.

#### 3.1.3 Diseño

Hernandez, Fernandez, & Baptista (2014) indican que “la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables”. La presente investigación es de diseño no experimental de tipo transversal porque no se manipularán las variables de los Incentivos Laborales y el Compromiso Organizacional.

### **3.1.4 Enfoque**

Hernández, Fernández, & Baptista (2014) definen que el enfoque cuantitativo es “la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. La presente investigación es de enfoque cuantitativo.

## **3.2. Población y muestra**

### **3.2.1 Población**

Según Bernal (2010), “es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p. 160).

20 trabajadores de la empresa distribuidora Marcaventa.

### **3.2.2 Muestra**

La Muestra está constituida por el total de la población en estudio que son 20 trabajadores.

### **3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.3.1. Técnicas a emplear**

Según López & Fachelli (2015) “la encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica”. Esta investigación utilizará la encuesta para recolectar los datos.

#### **3.3.2. Descripción de los instrumentos**

Según García (2012) “El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas, normalmente de varios tipos, preparado sistemática y cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación o evaluación, y que puede ser aplicado en formas variada”. La presente investigación empleará el cuestionario para ambas variables.

### **3.4. Técnicas para el procesamiento de la información**

Excel v.2010, SPSS v.24

#### **Instrumentos**

Encuesta

Guía de observación

Cuaderno de campo

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### 4.1. Análisis de resultados

Tabla 1  
¿Alguna vez Ud. ha recibido comisiones en su Distribuidora?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	4	20%
Casi nunca	7	35%
A veces	5	25%
Casi Siempre	1	5%
Siempre	3	15%
TOTAL	20	100%

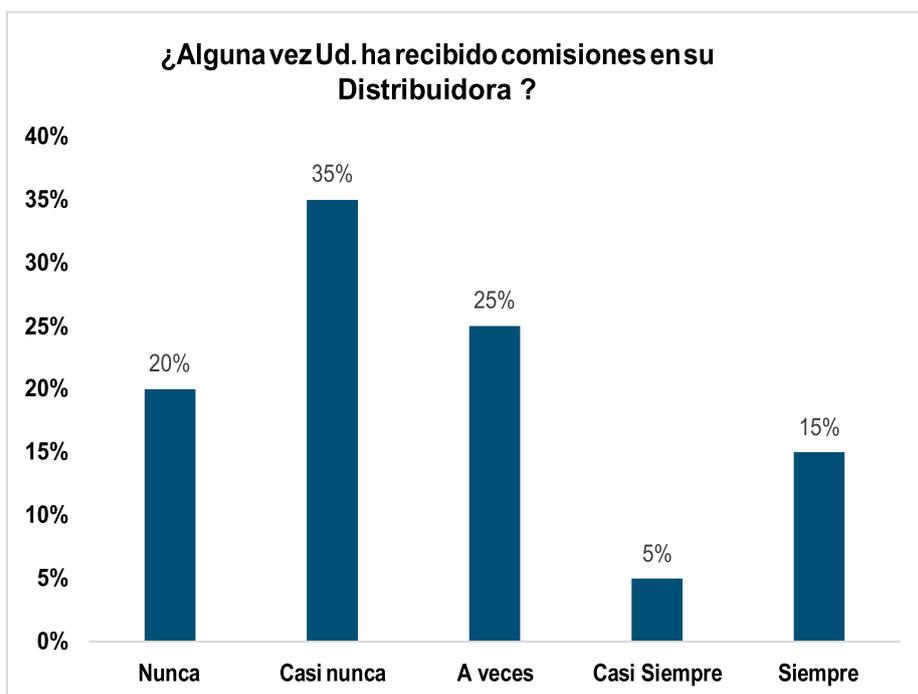


Figura 1 ¿Alguna vez Ud. ha recibido comisiones en su Distribuidora?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 20% indica que nunca ha recibido comisiones, el 35% indica que casi nunca ha

recibido comisiones, el 25% indica que a veces ha recibido comisiones, el 5% indica que casi siempre ha recibido comisiones y el 15% indica que siempre ha recibido comisiones.

Tabla 2  
 ¿Alguna vez Ud. ha sido acreedor del orden de mérito en su Distribuidora?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	15	75%
Casi nunca	4	20%
A veces	1	5%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	20	100%

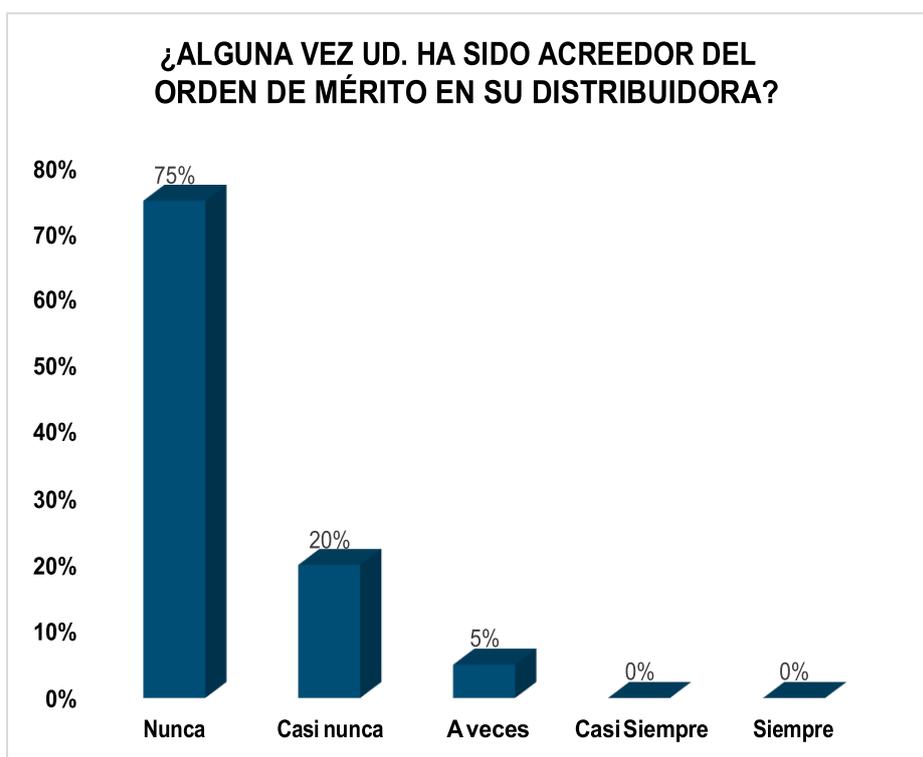


Figura 2 ¿Alguna vez Ud. ha sido acreedor del orden de mérito en su Distribuidora?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 75% indica que nunca ha sido acreedor del orden de mérito, el 20% indica que casi nunca sido acreedor del orden de mérito y el 5% indica que a veces sido acreedor del orden de mérito.

Tabla 3  
 ¿Alguna vez Ud. ha recibido buen sueldo en su Distribuidora?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
Casi nunca	3	15%
A veces	5	25%
Casi Siempre	8	40%
Siempre	4	20%
TOTAL	20	100%

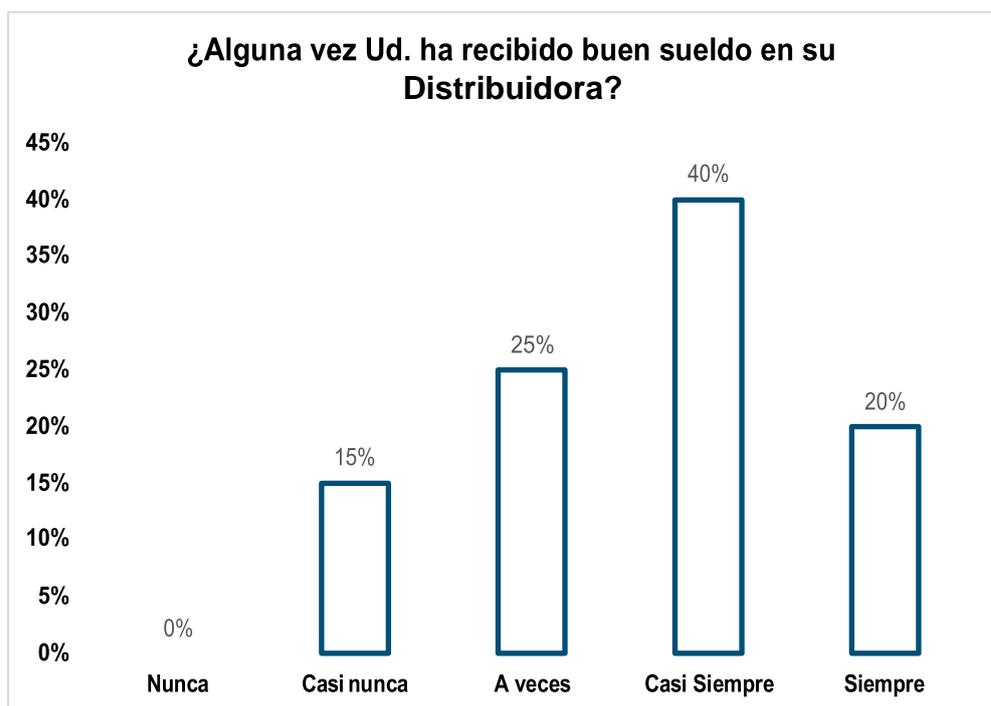


Figura 3 ¿Alguna vez Ud. ha recibido buen sueldo en su Distribuidora?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 15% indica que casi nunca ha recibido buen sueldo, el 25% indica que a veces ha recibido buen sueldo, el 40% indica que casi siempre ha recibido buen sueldo y el 20% indica que siempre ha recibido buen sueldo.

Tabla 4  
 ¿Alguna vez Ud. ha recibido bonos en su Distribuidora ?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	8	40%
Casi nunca	7	35%
A veces	4	20%
Casi Siempre	1	5%
Siempre	0	0%
TOTAL	20	100%

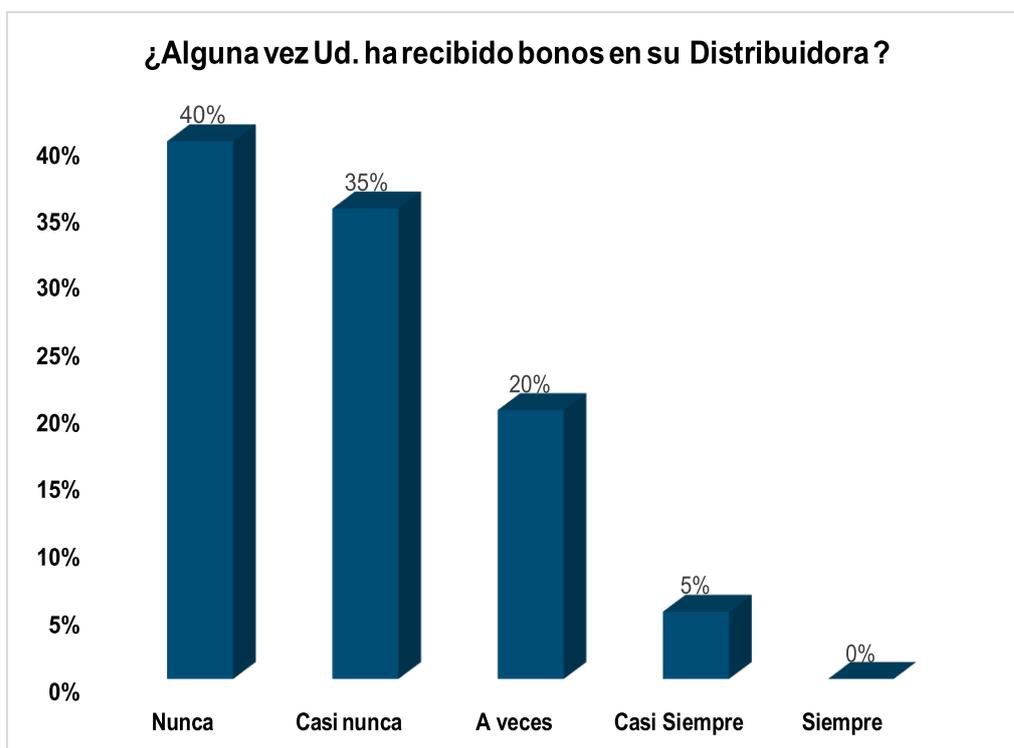


Figura 4 ¿Alguna vez Ud. ha recibido bonos en su Distribuidora ?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 40% indica que nunca ha recibido bonos, el 35% indica que casi nunca ha recibido bonos, el 20% indica que a veces ha recibido bonos y el 5% indica que casi siempre ha recibido bonos.

Tabla 5  
 ¿Alguna vez Ud. ha recibido aparatos eléctricos en su Distribuidora?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	20	100%
Casi nunca	0	0%
A veces	0	0%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	20	100%

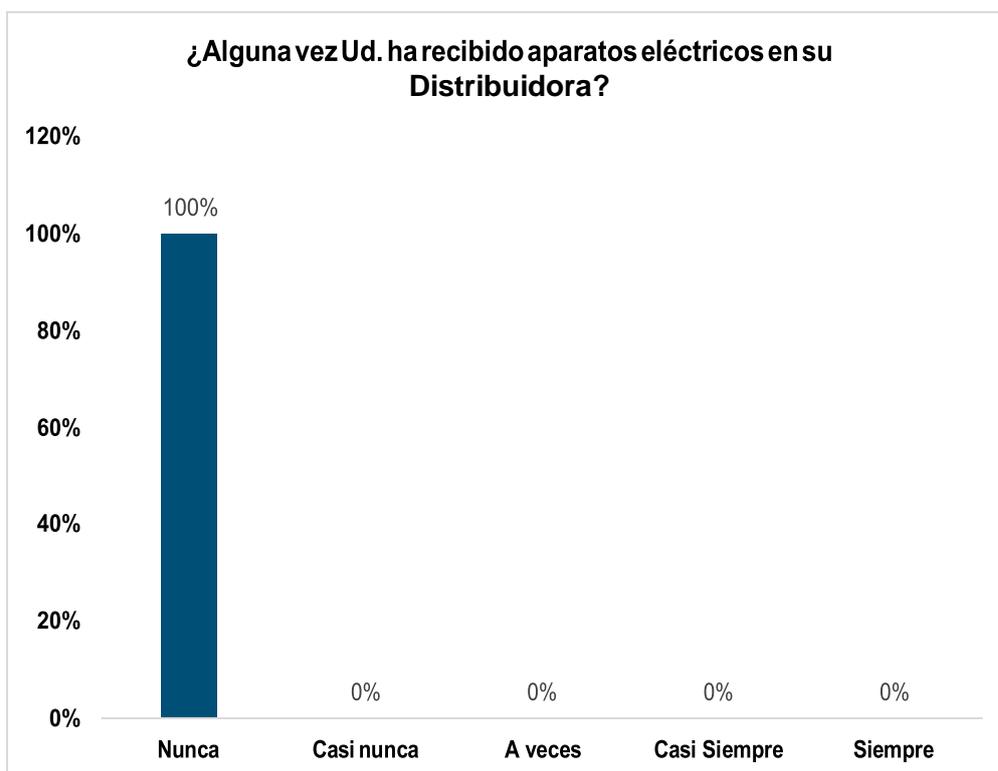


Figura 5 ¿Alguna vez Ud. ha recibido aparatos eléctricos en su Distribuidora?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 100% indica que nunca ha recibido aparatos eléctricos.

Tabla 6  
 ¿Alguna vez Ud. ha recibido unidades de producción en su Distribuidora ?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	7	35%
Casi nunca	2	10%
A veces	6	30%
Casi Siempre	1	5%
Siempre	4	20%
TOTAL	20	100%

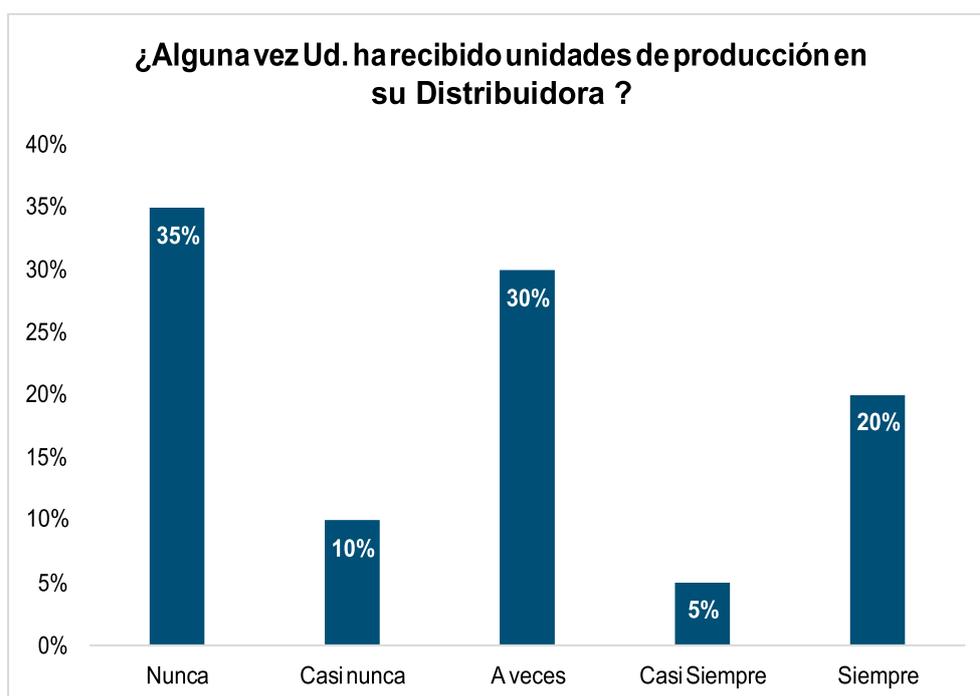


Figura 6 ¿Alguna vez Ud. ha recibido unidades de producción en su Distribuidora ?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 35% indica que nunca ha recibido unidades de producción en su Distribuidora, el 10% indica que casi nunca ha recibido unidades de producción en su Distribuidora, el 30% indica que a veces ha recibido unidades de producción en su Distribuidora, el 5% indica que casi siempre ha recibido unidades de producción en su Distribuidora y el 20% indica que siempre ha recibido unidades de producción en su Distribuidora.

Tabla 7  
 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con trabajo remoto dentro de su empresa?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	19	95%
Casi nunca	1	5%
A veces	0	0%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	20	100%

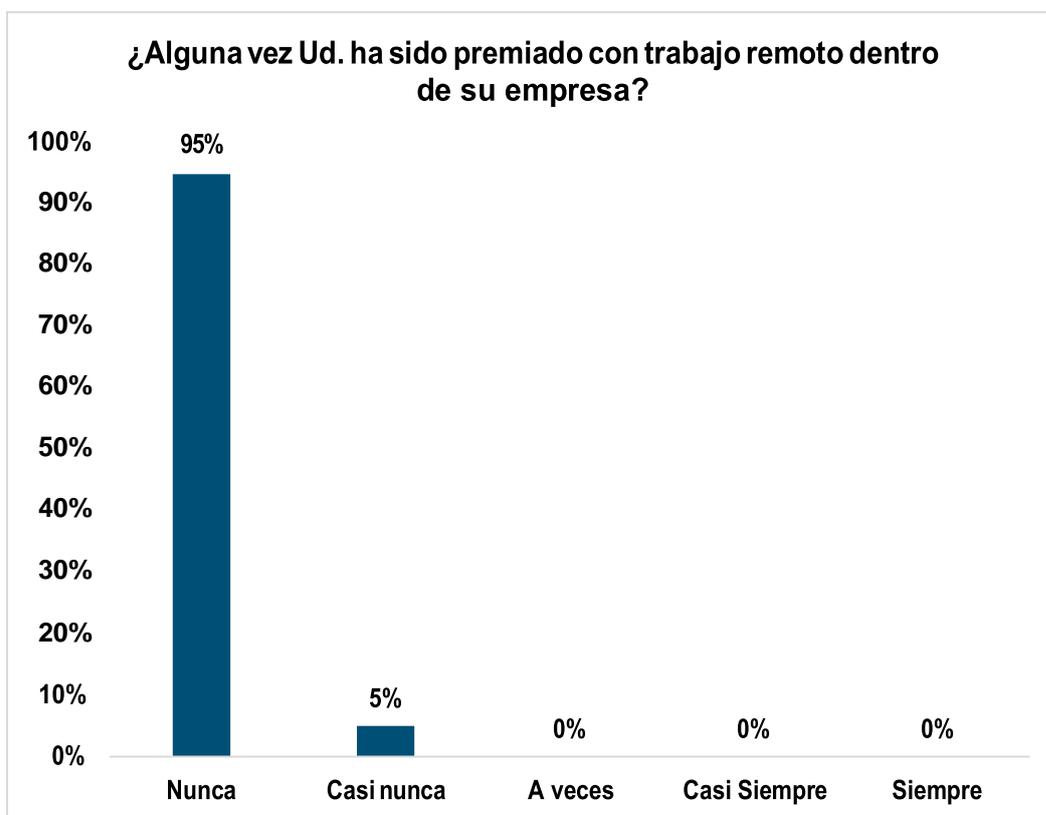


Figura 7 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con trabajo remoto dentro de su empresa?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 95% indica que nunca ha sido premiado con trabajo remoto dentro de su empresa y el 5% indica que casi nunca ha sido premiado con trabajo remoto dentro de su empresa.

Tabla 8  
 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	5	25%
Casi nunca	4	20%
A veces	6	30%
Casi Siempre	2	10%
Siempre	3	15%
TOTAL	20	100%

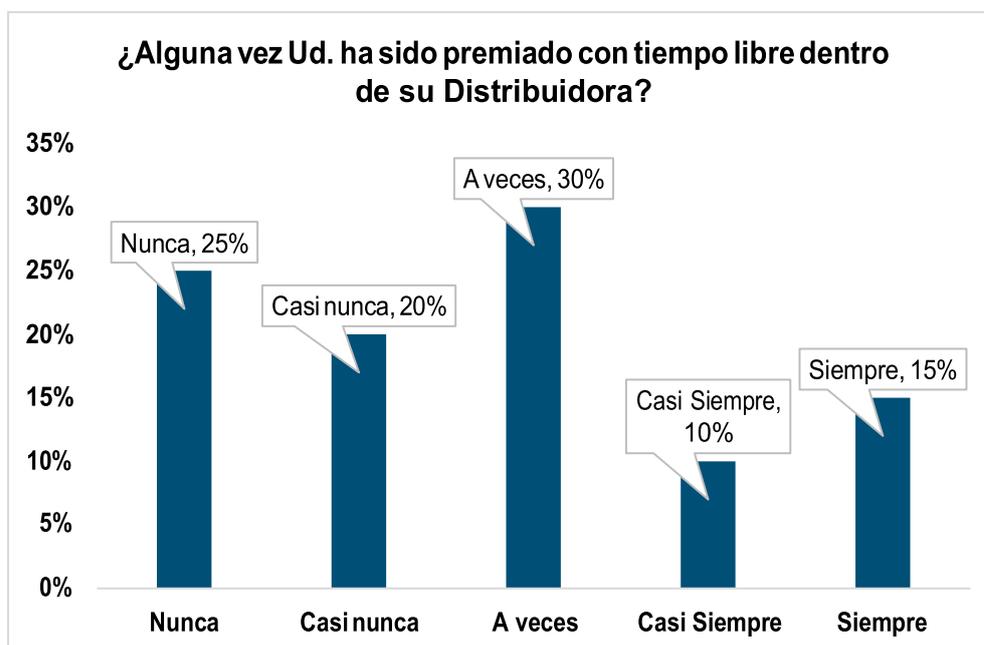


Figura 8 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 25% indica que nunca ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora, el 20% indica que casi nunca ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora, el 30% indica que a veces ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora, el 10% indica que casi siempre ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora y el 15% indica que siempre ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora.

Tabla 9  
 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado capacitaciones de regalo dentro de su Distribuidora?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	18	90%
Casi nunca	2	10%
A veces	0	0%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
TOTAL	20	100%

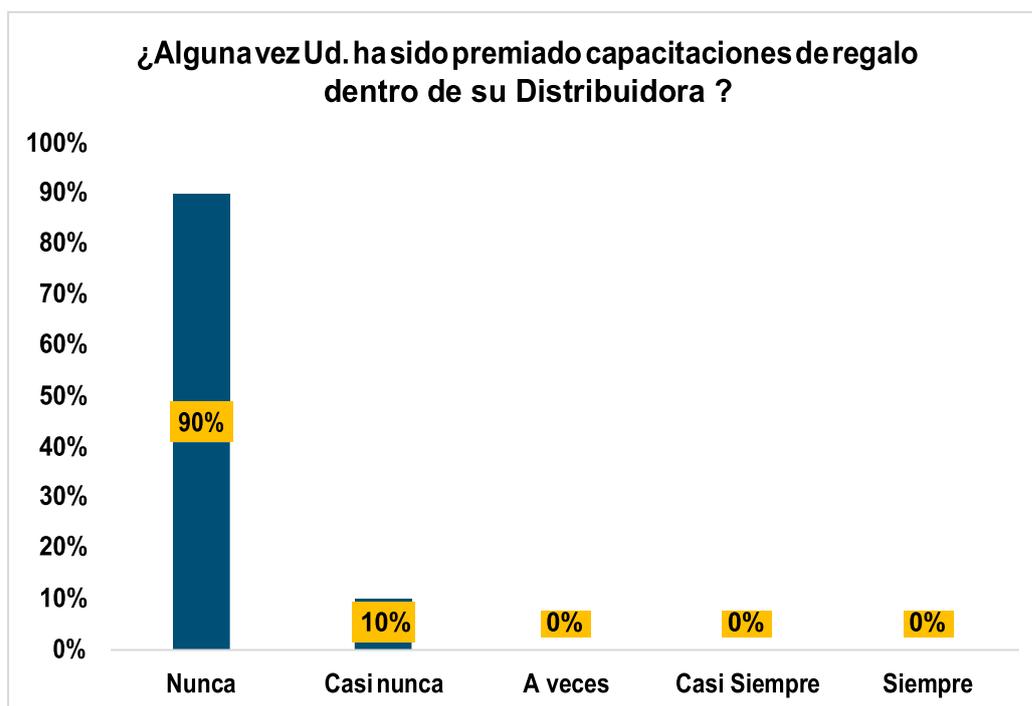


Figura 9 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado capacitaciones de regalo dentro de su Distribuidora?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 90% indica que nunca ha sido premiado capacitaciones de regalo dentro de su Distribuidora y el 10% indica que casi nunca ha sido premiado capacitaciones de regalo dentro de su Distribuidora.

Tabla 10  
 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	4	20%
Casi nunca	2	10%
A veces	7	35%
Casi Siempre	6	30%
Siempre	1	5%
TOTAL	20	100%

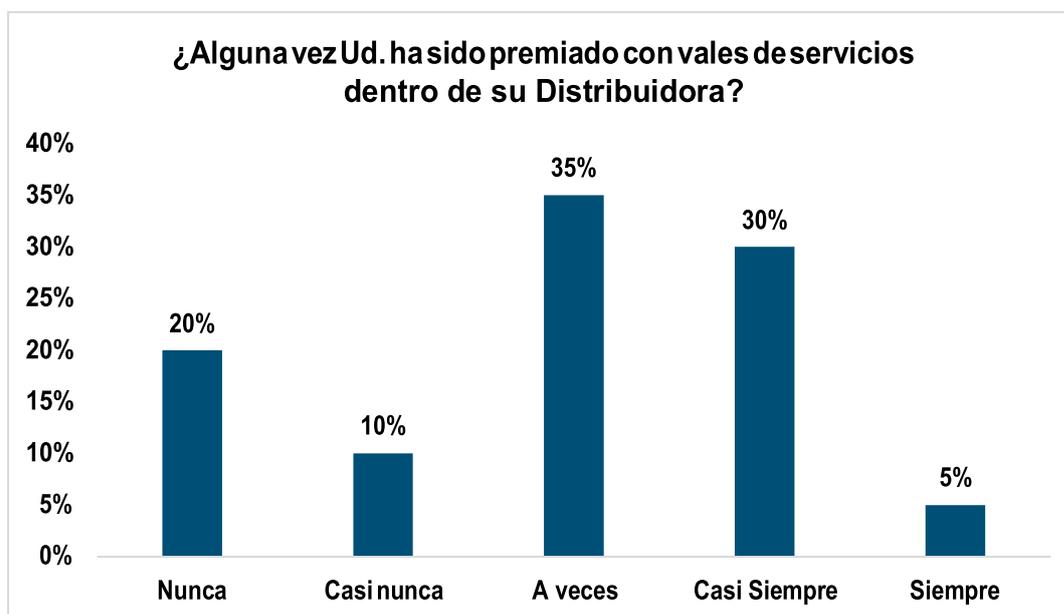


Figura 10 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 20% indica que nunca ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora, el 10% indica que casi nunca ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora, el 35% indica que a veces ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora, el 30% indica que casi siempre ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora y el 5% indica que siempre ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora.

Tabla 11  
 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora ?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	1	5%
Casi nunca	2	10%
A veces	7	35%
Casi Siempre	4	20%
Siempre	6	30%
TOTAL	20	100%

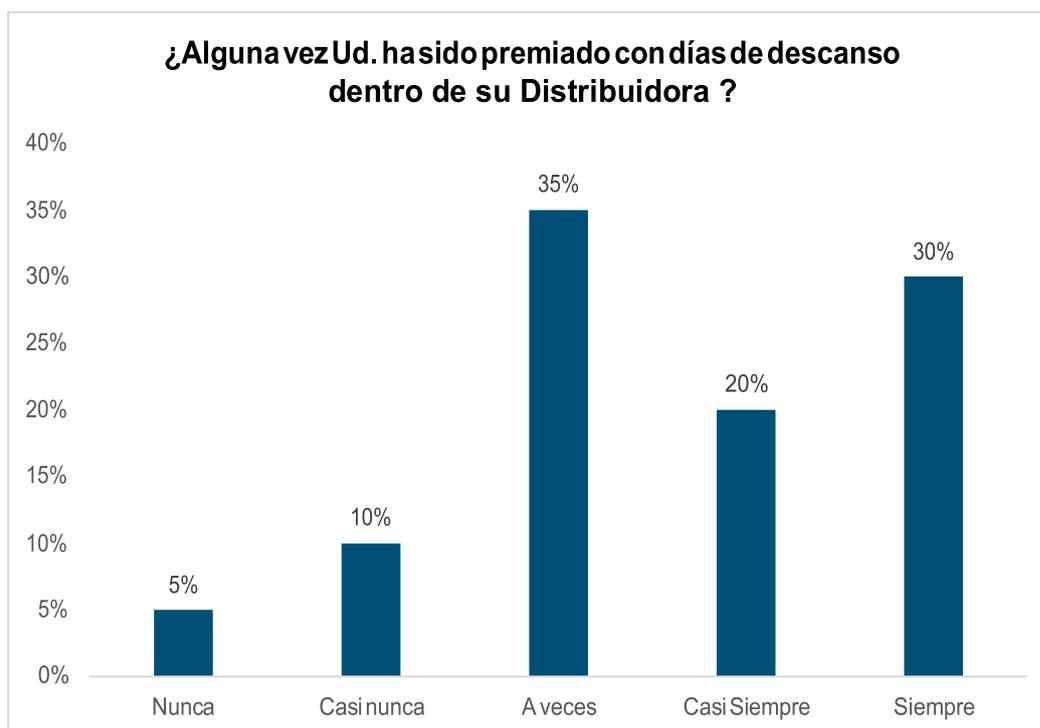


Figura 11 ¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora ?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 5% indica que nunca ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora, el 10% indica que casi nunca ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora, el 35% indica que a veces ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora, el 20% indica que casi siempre ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora y el 30% indica que siempre ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora.

Tabla 12  
 ¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de las metas organizacionales?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	4	20%
Casi nunca	8	40%
A veces	2	10%
Casi siempre	6	30%
Siempre	0	0%
TOTAL	20	100%

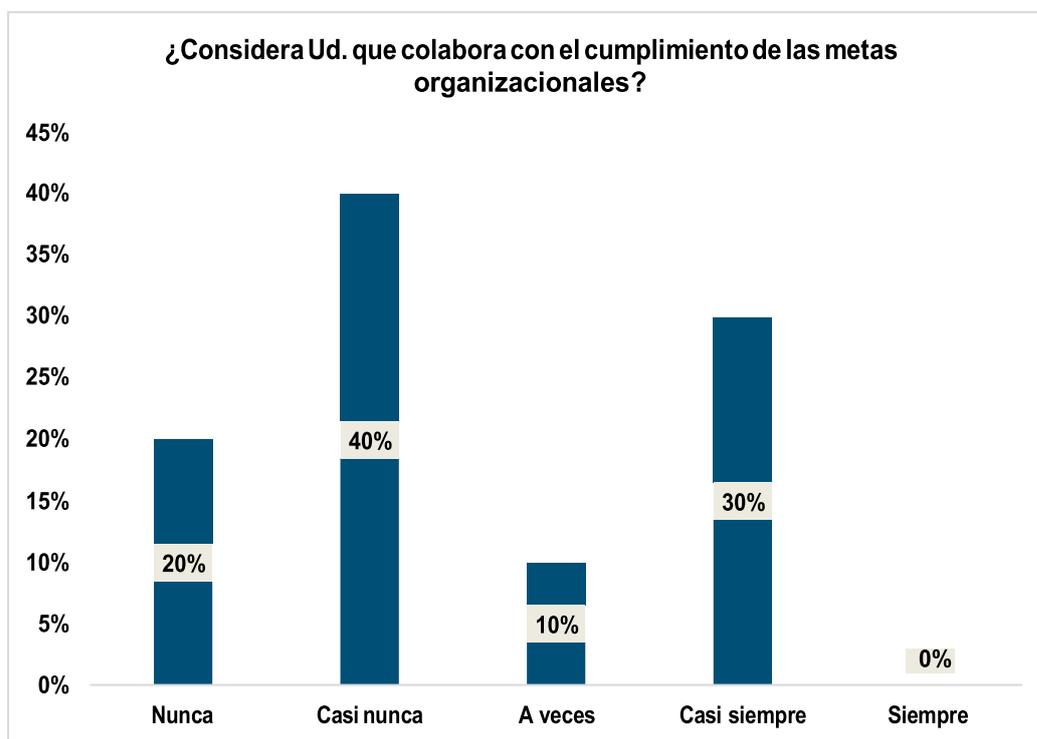


Figura 12 ¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de las metas organizacionales?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 20% indica que nunca colabora con el cumplimiento de las metas organizacionales, el 40% indica que casi nunca colabora con el cumplimiento de las metas organizacionales, el 10% indica que a veces colabora con el cumplimiento de las metas organizacionales y el 30% indica que casi siempre colabora con el cumplimiento de las metas organizacionales.

Tabla 13  
 ¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de los objetivos organizacionales?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	5	25%
Casi nunca	7	35%
A veces	2	10%
Casi siempre	6	30%
Siempre	0	0%
TOTAL	20	100%

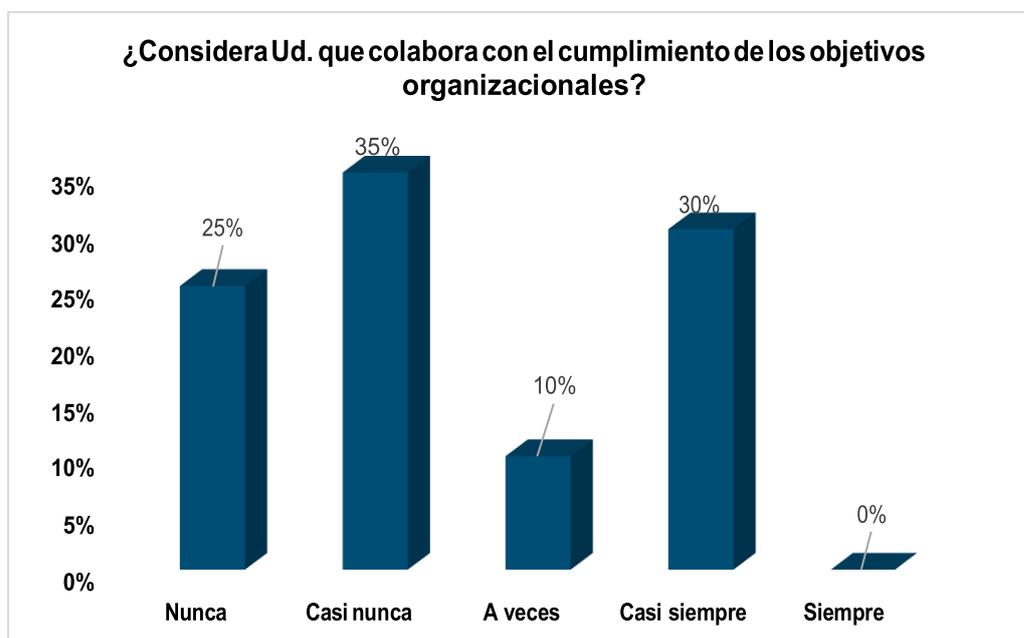


Figura 13 ¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de los objetivos organizacionales?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 25% indica que nunca colabora con el cumplimiento de los objetivos organizacionales, el 35% indica que casi nunca colabora con el cumplimiento de los objetivos organizacionales, el 10% indica que a veces colabora con el cumplimiento de los objetivos organizacionales y el 30% indica que casi siempre colabora con el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Tabla 14  
 ¿Considera Ud. que cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	2	10%
Casi nunca	4	20%
A veces	3	15%
Casi siempre	7	35%
Siempre	4	20%
TOTAL	20	100%

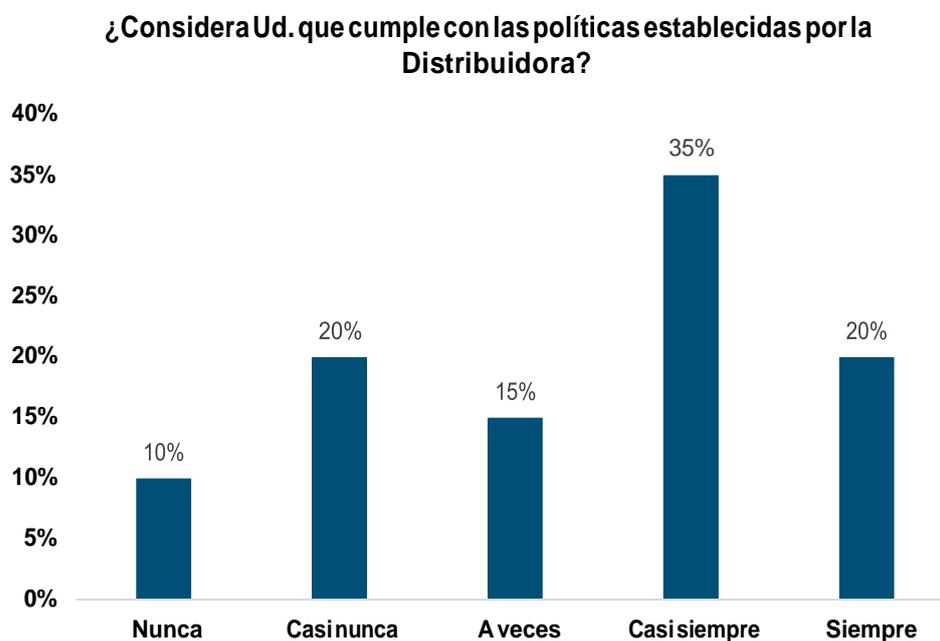


Figura 14 ¿Considera Ud. que cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 10% indica que nunca cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora, el 20% indica que casi nunca cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora, el 15% indica que a veces cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora, el 35% indica que casi siempre cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora y el 20% indica que siempre cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora.

Tabla 15  
 ¿Considera Ud. que es responsable con sus labores dentro de la Distribuidora?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
Casi nunca	2	10%
A veces	4	20%
Casi siempre	4	20%
Siempre	10	50%
TOTAL	20	100%

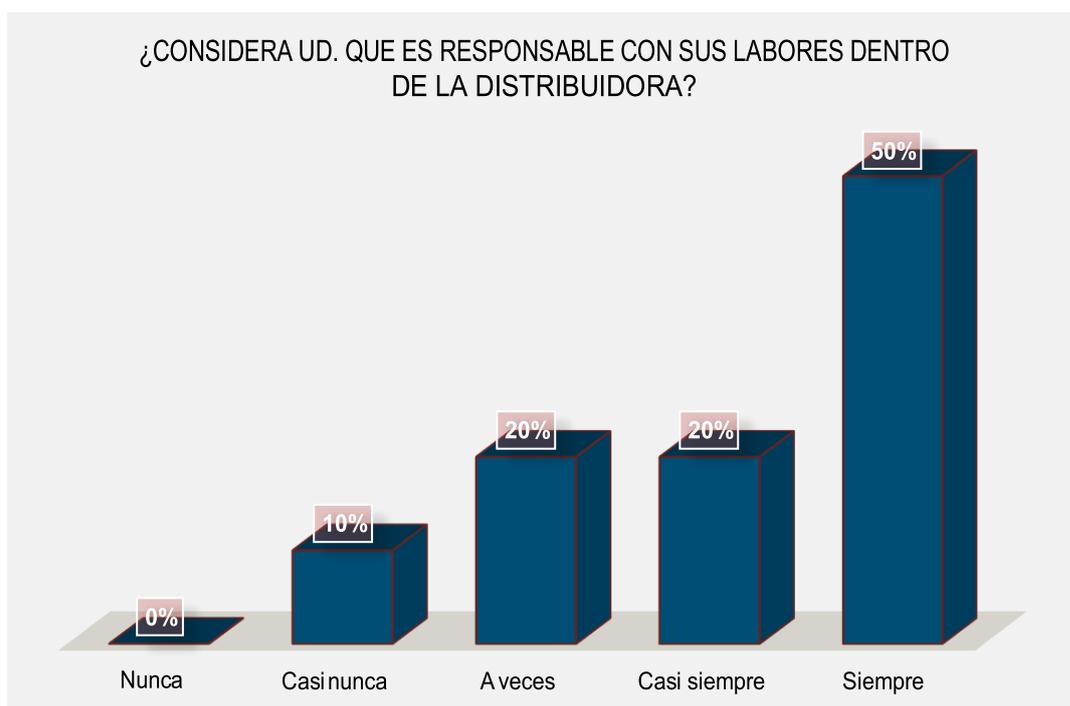


Figura 15 ¿Considera Ud. que es responsable con sus labores dentro de la Distribuidora?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 10% indica que casi nunca es responsable con sus labores dentro de la Distribuidora, el 20% indica que a veces es responsable con sus labores dentro de la Distribuidora, el 20% indica que casi siempre es responsable con sus labores dentro de la Distribuidora y el 50% indica que siempre es responsable con sus labores dentro de la Distribuidora.

Tabla 16  
¿Ud. se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	4	20%
Casi nunca	2	10%
A veces	3	15%
Casi siempre	5	25%
Siempre	6	30%
TOTAL	20	100%

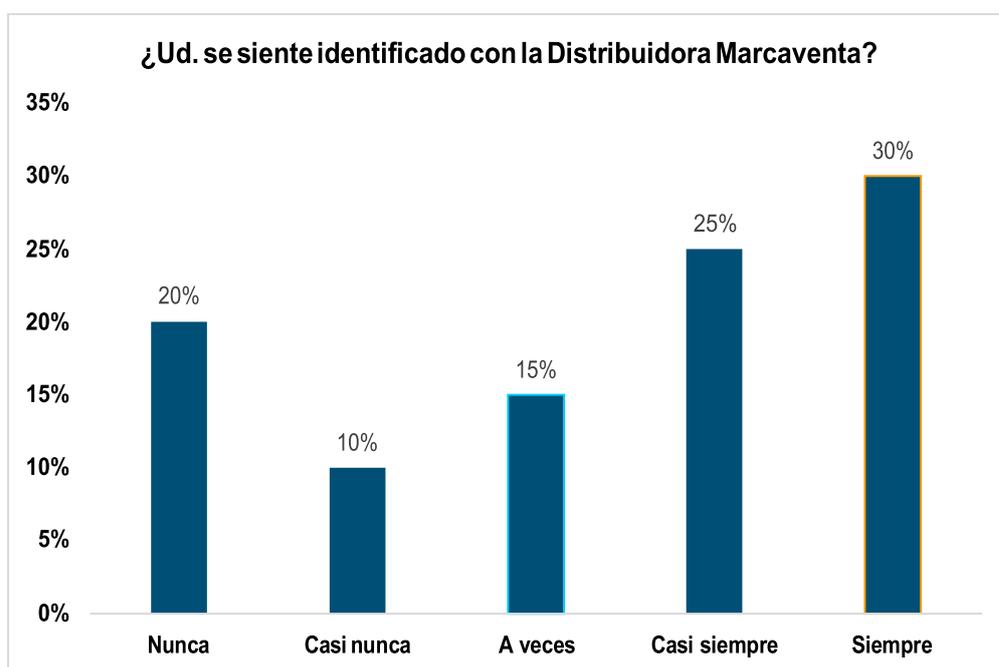


Figura 16 ¿Ud. se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 20% indica que nunca se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa, el 10% indica que casi nunca se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa, el 15% indica que a veces se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa, el 25% indica que casi siempre se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa y el 30% indica que siempre se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa.

Tabla 17  
 ¿Ud. se siente que la Distribuidora Marcaventa es como su segundo hogar?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	8	40%
Casi nunca	5	25%
A veces	4	20%
Casi siempre	2	10%
Siempre	1	5%
TOTAL	20	100%

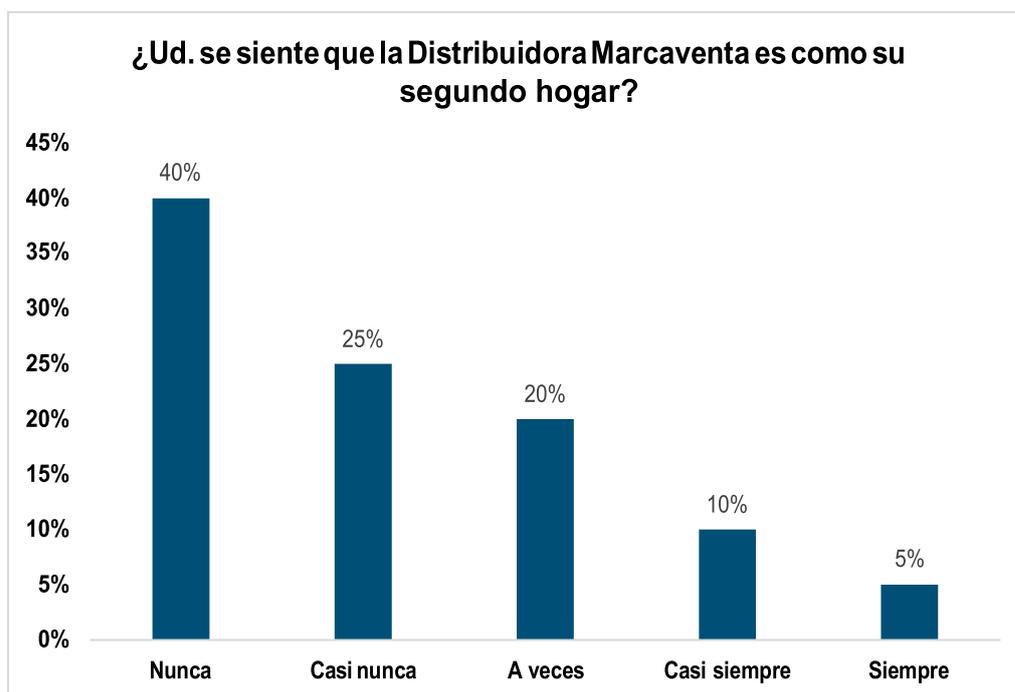


Figura 17 ¿Ud. se siente que la Distribuidora Marcaventa es como su segundo hogar?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 40% siente que la Distribuidora Marcaventa nunca es como su segundo hogar, el 25% siente que la Distribuidora Marcaventa casi nunca es como su segundo hogar, el 20% siente que la Distribuidora Marcaventa a veces es como su segundo hogar, el 10% siente que la Distribuidora Marcaventa casi siempre es como su segundo hogar y el 5% siente que la Distribuidora Marcaventa siempre es como su segundo hogar.

Tabla 18  
 ¿Ud. se siente que todo lo que pase con la Distribuidora Marcaventa también tiene que ver con Ud.?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	4	20%
Casi nunca	7	35%
A veces	3	15%
Casi siempre	5	25%
Siempre	1	5%
TOTAL	20	100%

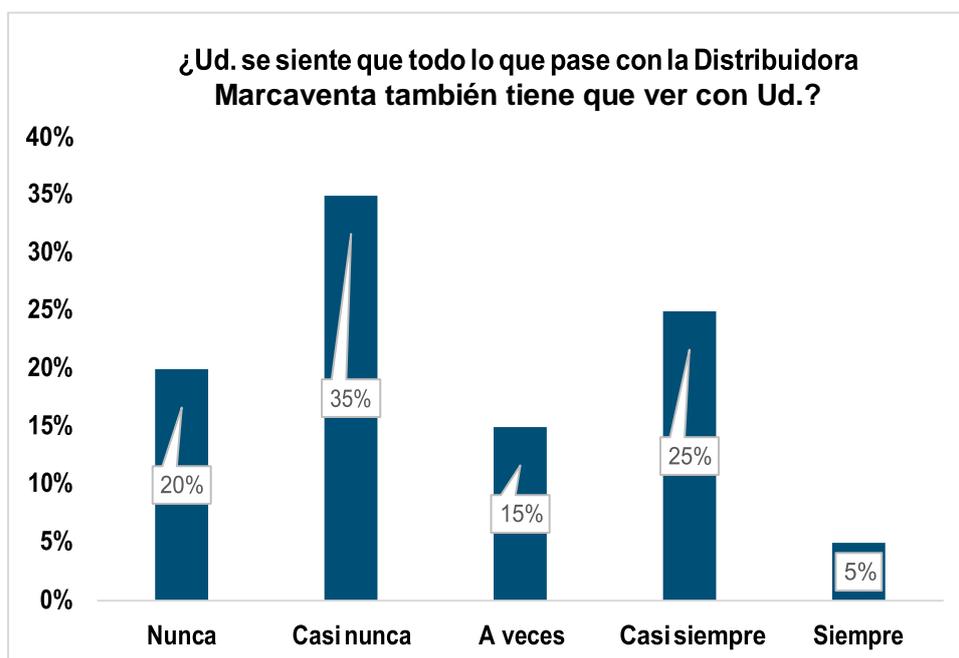


Figura 18 ¿Ud. se siente que todo lo que pase con la Distribuidora Marcaventa también tiene que ver con Ud.?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 20% siente que todo lo que pase con la distribuidora Marcaventa nunca tiene que ver con él, el 35% siente que todo lo que pase con la distribuidora Marcaventa casi nunca tiene que ver con él, el 15% siente que todo lo que pase con la distribuidora Marcaventa a veces tiene que ver con él, el 25% siente que todo lo que pase con la distribuidora Marcaventa casi siempre tiene que ver con él y el 5% siente que todo lo que pase con la distribuidora Marcaventa siempre tiene que ver con él.

Tabla 19  
 ¿Considera Ud. que no se iría a trabajar en otra Distribuidora que no sea Marcaventa?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	0	0%
Casi nunca	1	5%
A veces	7	35%
Casi siempre	4	20%
Siempre	8	40%
TOTAL	20	100%

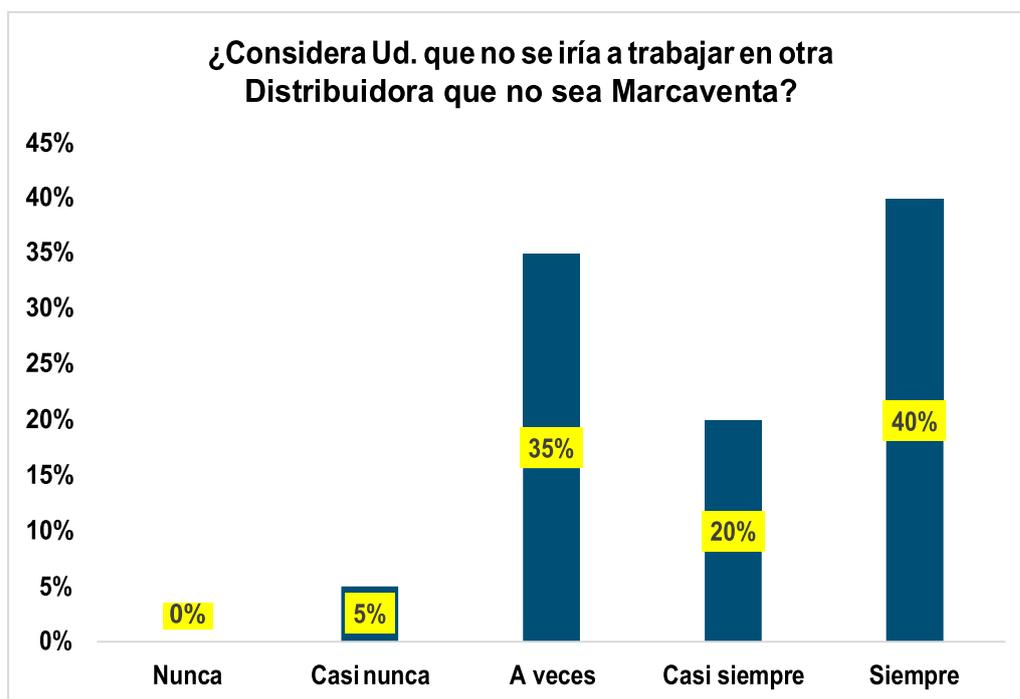


Figura 19 ¿Considera Ud. que no se iría a trabajar en otra Distribuidora que no sea Marcaventa?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 5% considera que casi nunca se iría a trabajar en otra Distribuidora que no sea Marcaventa, el 35% considera que a veces se iría a trabajar en otra Distribuidora que no sea Marcaventa, el 20% considera que casi siempre se iría a trabajar en otra Distribuidora que no sea Marcaventa y el 40% considera que siempre se iría a trabajar en otra Distribuidora que no sea Marcaventa.

Tabla 20  
 ¿Considera Ud. que la decisión más acertada que ha tenido es haber iniciado a trabajar en la Distribuidora Marcaventa?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	4	20%
Casi nunca	3	15%
A veces	7	35%
Casi siempre	1	5%
Siempre	3	15%
TOTAL	18	90%

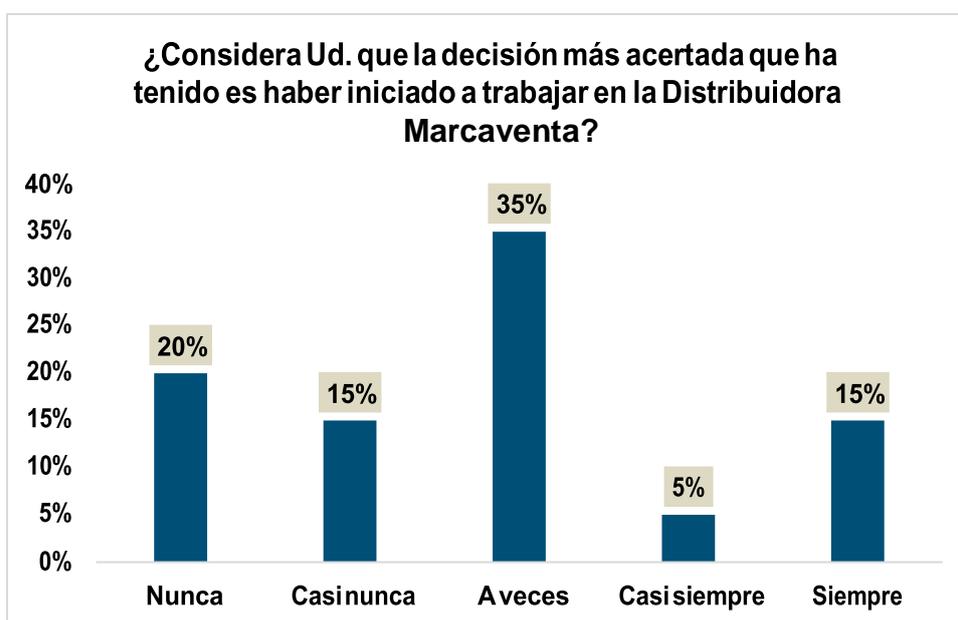


Figura 20 ¿Considera Ud. que la decisión más acertada que ha tenido es haber iniciado a trabajar en la Distribuidora Marcaventa?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 20% considera que la decisión más acertada que ha tenido nunca es haber iniciado a trabajar en la distribuidora, el 15% considera que la decisión más acertada que ha tenido casi nunca es haber iniciado a trabajar en la distribuidora, el 35% considera que la decisión más acertada que ha tenido a veces es haber iniciado a trabajar en la distribuidora, el 5% considera que la decisión más acertada que ha tenido casi siempre es haber iniciado a trabajar en la distribuidora y el 15% considera que la decisión más acertada que ha tenido siempre es haber iniciado a trabajar en la distribuidora.

Tabla 21  
 ¿Considera Ud. un sacrificio irse de la Distribuidora Marcaventa?

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nunca	7	35%
Casi nunca	4	20%
A veces	2	10%
Casi siempre	5	25%
Siempre	2	10%
TOTAL	20	100%

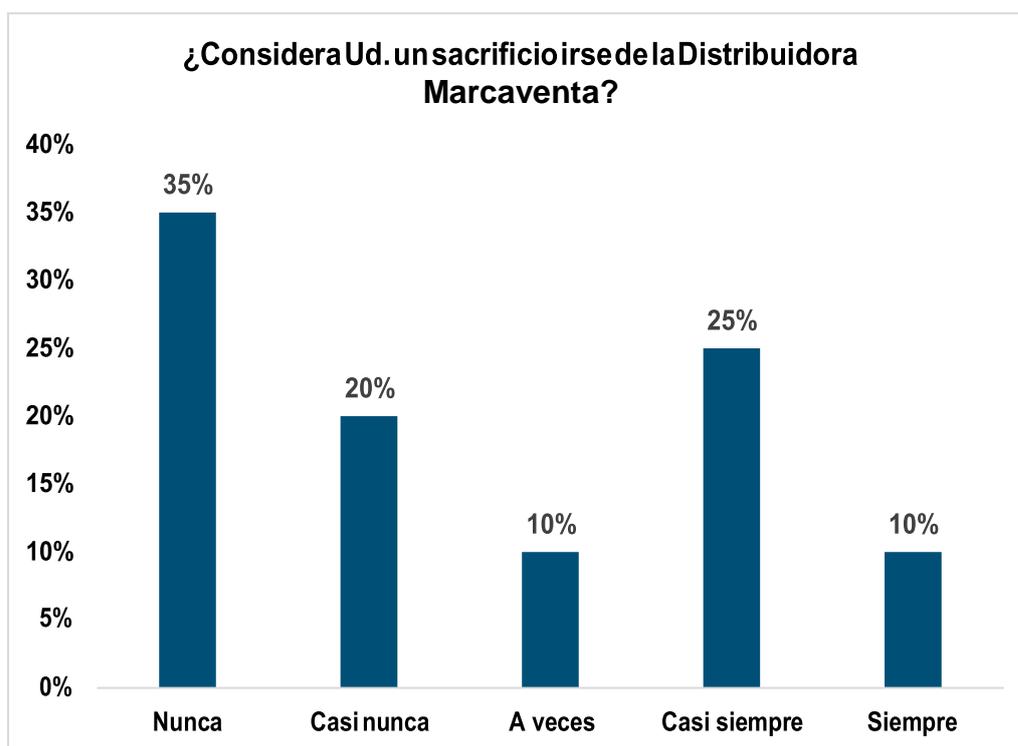


Figura 21 ¿Considera Ud. un sacrificio irse de la Distribuidora Marcaventa?

**INTERPRETACIÓN:** Se encuestó a 20 trabajadores de la distribuidora Marcaventa de los cuales, el 35% considera que nunca es un sacrificio irse de la distribuidora Marcaventa, el 20% considera que casi nunca es un sacrificio irse de la distribuidora Marcaventa, el 10% considera que a veces es un sacrificio irse de la distribuidora Marcaventa, el 25% considera que casi siempre es un sacrificio irse de la distribuidora Marcaventa y el 10% considera que siempre es un sacrificio irse de la distribuidora Marcaventa.

## 4.2 Contratación de Hipótesis

### PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS GENERAL

**H<sub>0</sub>**: “Los incentivos laborales no se relacionan significativamente con el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”.

**H<sub>1</sub>**: “Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”.

### DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Usamos los siguientes estándares:

Si la significancia asintótica (**p**) > al nivel de significancia (**0.05**), se acepta la H<sub>0</sub>.

Si el valor de **p<0.05** se rechaza **H<sub>0</sub>**.

**Aplicamos SPSS v24:**

*Tabla 22*  
*Correlación entre incentivos laborales y el compromiso organizacional*

		incentivos laborales	compromiso organizacional
<i>incentivos laborales</i>	Correlación de Pearson	1	0,788*
	Sig. (bilateral)		0,037
	N	20	20
compromiso organizacional	Correlación de Pearson	0,788*	1
	Sig. (bilateral)	0,037	
	N	20	20

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### **INTERPRETACIÓN:**

Como puede verse en la Tabla 22, la significancia asintótica (0.037) es menor que el nivel de significancia (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa (hipótesis del investigador). En otras palabras, “Los incentivos laborales si se relacionan significativamente con el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”. Además, el coeficiente de correlación es de 0,788 según Pearson, y el coeficiente de correlación es positivo y moderado según la escala de Bisquerra.

## PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 1

**H<sub>0</sub>:** “Los incentivos laborales no se relacionan significativamente con el compromiso organizacional normativo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”.

**H<sub>1</sub>:** “Los incentivos laborales si se relacionan significativamente con el compromiso organizacional normativo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”.

### DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Usamos los siguientes estándares:

Si la significancia asintótica (**p**) > al nivel de significancia (**0.05**), se acepta la H<sub>0</sub>.

Si el valor de **p<0.05** se rechaza **H<sub>0</sub>**.

**Aplicamos SPSS v24:**

*Tabla 23*  
*Correlación entre incentivos laborales y el compromiso organizacional normativo*

		incentivos laborales	compromiso organizacional normativo
incentivos laborales	Correlación de Pearson	1	0,868*
	Sig. (bilateral)		0,039
	N	20	20
compromiso organizacional normativo	Correlación de Pearson	0,868*	1
	Sig. (bilateral)	0,039	
	N	20	20

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### **INTERPRETACIÓN:**

Como se muestra en la Tabla 23, la significancia asintótica (0.039) es menor que el nivel de significancia (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa (hipótesis del investigador). Es decir, “Los incentivos laborales si se relacionan significativamente con el compromiso organizacional normativo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”. Además, según la escala de Bisquerra, la correlación es positiva y alta.

## PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 2

**H<sub>0</sub>:** “Los incentivos laborales no se relacionan significativamente con el compromiso organizacional afectivo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”.

**H<sub>1</sub>:** “Los incentivos laborales si se relacionan significativamente con el compromiso organizacional afectivo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”.

### DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Usamos los siguientes estándares:

Si la significancia asintótica (**p**) > al nivel de significancia (**0.05**), se acepta la H<sub>0</sub>.

Si el valor de **p**<**0.05** se rechaza **H<sub>0</sub>**.

**Aplicamos SPSS v24:**

*Tabla 24*

*Correlación entre incentivos laborales y el compromiso organizacional afectivo*

		incentivos laborales	compromiso organizacional afectivo
incentivos laborales	Correlación de Pearson	1	0,799*
	Sig. (bilateral)		0,042
	N	20	20
compromiso organizacional afectivo	Correlación de Pearson	0,799*	1
	Sig. (bilateral)	0,042	
	N	20	20

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### **INTERPRETACIÓN:**

Como se observa en la tabla 24, la significancia asintótica (0,042) es menor que el nivel de significación (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, “Los incentivos laborales si se relacionan significativamente con el compromiso organizacional afectivo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”. Además, la correlación de Pearson es 0.799, de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y moderada.

### PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 3

**H<sub>0</sub>**: “Los incentivos laborales no se relaciona significativamente con el compromiso organizacional de continuidad en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”.

**H<sub>1</sub>**: “Los incentivos laborales si se relaciona significativamente con el compromiso organizacional de continuidad en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”.

### DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Usamos los siguientes estándares:

Si la significancia asintótica (**p**) > al nivel de significancia (**0.05**), se acepta la H<sub>0</sub>.

Si el valor de **p<0.05** se rechaza **H<sub>0</sub>**.

**Aplicamos SPSS v24:**

*Tabla 25*

*Correlación entre incentivos laborales y el compromiso organizacional de continuidad*

		incentivos laborales	compromiso organizacional de continuidad
incentivos laborales	Correlación de Pearson	1	0,673*
	Sig. (bilateral)		0,033
	N	20	20
compromiso organizacional de continuidad	Correlación de Pearson	0,673*	1
	Sig. (bilateral)	0,033	
	N	20	20

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### **INTERPRETACIÓN:**

Como se observa en la tabla 25, la significancia asintótica (0,033) es menor que el nivel de significación (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, “Los incentivos laborales si se relaciona significativamente con el compromiso organizacional de continuidad en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”. Además, la correlación de Pearson es 0.673, de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y moderada.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

### 5. 1. DISCUSIÓN

La presente investigación tiene como resultado que se acepta la hipótesis alterativa “Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022”, rechazándose la hipótesis nula.

El presente resultado tiene concordancia con el siguiente autor: Donoso (2020) en su tesis titulada “*compromiso organizacional respecto a la relación contractual en una unidad técnica de un municipio de la región metropolitana*”, su objetivo de investigación es “Identificar el nivel de compromiso existente en el equipo que conforma la Unidad Técnica de la municipalidad perteneciente a la Región Metropolitana, a fin de evidenciar si existen diferencias entre el nivel de compromiso y la relación contractual”, su diseño de investigación es descriptivo, su población está conformada por 30 personas al igual que su muestra, llegó a la siguiente conclusión: “El estudio realizó un análisis del nivel de compromiso en relación con el tipo de contrato que mantiene los funcionarios, contrastando exclusivamente el nivel de compromiso de los trabajadores que mantiene contrato a de planta y a contrata, sin embargo, la unidad de estudio mantiene tres tipos de contratos vigentes, trabajadores de planta, a contrata y honorario” (p. 90).

## CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 6. 1. CONCLUSIONES

**Primera:** Se concluye que los trabajadores de la distribuidora Marcaventa no reciben comisiones por las ventas que hacen al mes, aunque estos hayan superado la meta mensual que se tiene en la distribuidora.

**Segunda:** Se concluye que la distribuidora Marcaventa no tiene un cuaderno donde se detallan el orden de mérito de los trabajadores realizando su trabajo y compromiso con la distribuidora generando que los trabajadores no se esfuercen por estar dentro de los primeros puestos.

**Tercera:** Se concluye que los trabajadores de la distribuidora Marcaventa nunca han recibido aparatos eléctricos en modo de recompensa por haber tenido el mayor número de ventas o por haber cumplido alguna meta organizacional.

**Cuarta:** Se concluye que los trabajadores de la distribuidora Marcaventa nunca han sido premiados por su excelencia con capacitaciones que incrementen su potencial como trabajadores.

**Quinta:** Se concluye que los trabajadores de la distribuidora Marcaventa consideran que no colaboran al cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales debido a que no lo tienen claro y no saben cómo apoyar en ello.

## 6. 2. RECOMENDACIONES

**Primera:** Se recomienda que la distribuidora tenga como estrategia empezar a dar comisiones como un extra cuando el trabajador cumple la meta del mes o del año, motivando así al trabajador para que cada día se esfuerce más por lograr la meta y consecuentemente también el objetivo.

**Segunda:** Se recomienda al jefe de la empresa a tener mes a mes un orden de mérito de los trabajadores haciendo que estos se esfuercen por salir dentro de los primeros en esta lista y su vez se implementa el reconocimiento por el trabajo motivando así al trabajador.

**Tercera:** Se recomienda implementar como plan estratégico en la distribuidora la premiación con aparatos eléctricos que motiven al trabajador y a su vez alegre a sus familias teniendo como efecto secundario el agradecimiento por parte de los trabajadores ya que también satisfacen las necesidades de sus familias.

**Cuarta:** Se recomienda que el jefe de la distribuidora considere como plan estratégico de compromiso organizacional premiar a los trabajadores del mes con capacitaciones de alto peso con el fin de que estos crezcan profesionalmente y a su vez indirectamente también favorece a la distribuidora ya que lo aprendido se pondrá en práctica.

## CAPÍTULO VII: FUENTES DE INFORMACIÓN

### 7. 1. Fuentes Bibliográficas

- ADP, R. (03 de Agosto de 2021). *Tipos de incentivos laborales y ejemplos de cada tipo*.  
Obtenido de <https://www.apd.es/tipos-de-incentivos-laborales/>
- Ajahuana, K., & Guerra, B. (2017). compromiso organizacional y satisfacción laboral en trabajadores del centro de salud ampliación Paucarpata de Arequipa. *Pregrado*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa, Perú.
- Alvarez, M. (2021). los incentivos laborales y su relación con el desempeño de los colaboradores en la empresa Beetech, Trujillo, 2021. *Pregrado*. Universidad Privada del norte, Trujillo, Perú.
- Arias, G. (1973). *administración de recursos humanos*. Mexico: Trillas.
- Chavez, L., & Ramirez, K. (2019). Compromiso laboral en la empresa Maestro Alfa Store de la ciudad de Iquitos, año 2018. *Pregrado*. Universidad Científica del Perú, Iquitos, Perú.
- Chiavenato, I. (1992). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (Tercera ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (1998). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Mexico: McGrawll.
- Donoso, J. (2020). compromiso organizacional respecto a la relacion contractual en una unidad técnica de un municipio de la región metropolitana. *Posgrado*. Universidad de Chile, Santiago, Chile.
- Fernandez, A. (2017). el compromiso organizacional. *Pregrado*. Universidad de Valladolid, Soria, España.
- Hellriegel, D. (1999). *Comportamiento organizacional*. Mexico: International Thomson Editores.

- Mowday, R., Steers, R., & Porter, L. (1979). *The measurement of Organizational Commitment. Journal of Vocational Behavior*. Estados Unidos: Vocational Behavior.
- Robbins, S. (1998). *Comportamiento Organizacional* (Decimotercera ed.). Mexico: McGraw Hill.
- Romero, P. (2017). Compromiso organizacional de los servidores públicos que se encuentran con contratos ocasionales y con nombramiento del Ministerio de Relaciones Laborales. *Posgrado*. Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador.
- SAP Concur. (15 de Marzo de 2022). *¿Cómo establecer una política de incentivos laborales?* Obtenido de <https://www.concur.pe/news-center/incentivos-laborales#:~:text=Los%20incentivos%20laborales%20son%20un,fin%20de%20aumentar%20su%20producci%C3%B3n>.
- Seguel, R. (2014). descripción y análisis del uso de incentivos laborales en organizaciones: una propuesta de acción. *Pregrado*. Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile.
- Travezaño, F., & Salvio, S. (2018). compromiso organizacional y satisfacción laboral en los colaboradores de las empresas de grifos y estaciones de servicios en la provincia de Pasco, 2017. *Pregrado*. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, Pasco, Perú.
- Villena, E. (2020). factores asociados al compromiso organizacional de los trabajadores de la Unidad de Gestión Educativa local, Yungay, 2019. *Pregrado*. Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo, Huaraz, Perú.

# ANEXOS

## Anexo

## Matriz de consistencia

**TÍTULO:** LOS INCENTIVOS LABORALES Y EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA DISTRIBUCIONES MARCAVENTA

SAC HUALMAY, PRIMER SEMESTRE 2022

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p><b>PROBLEMA</b></p> <p><b>GENERAL:</b></p> <p>¿Cómo se relacionan los incentivos laborales y el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022?</p>	<p><b>OBJETIVO</b></p> <p><b>GENERAL:</b></p> <p>Determinar la relación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa SAC</p>	<p><b>HIPOTESIS</b></p> <p><b>GENERAL:</b></p> <p>Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional en la empresa distribuciones Marcaventa</p>	<p><b>VARIABLE</b></p> <p><b>I</b></p> <p><b>Incentivos</b></p> <p><b>Laborales</b></p>	<p>Económicos</p> <p>No económicos</p> <p>Normativo</p>	<p><b>NIVEL DE INVESTIGACION:</b></p> <p>correlacional</p> <p><b>DISEÑO DE LA INVESTIGACION</b></p> <p>No experimental</p> <p><b>TIPO DE INVESTIGACION</b></p> <p>Básica</p>

<p><b>PROBLEMAS ESPECIFICOS:</b></p> <p>¿Cómo se relacionan los incentivos laborales y el compromiso organizacional normativo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022?</p> <p>¿Cómo se relacionan los incentivos laborales y el compromiso organizacional afectivo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022?</p>	<p>Hualmay, primer semestre 2022.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECIFICOS:</b></p> <p>Determinar la relación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional normativo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.</p> <p>Determinar la relación de los incentivos laborales y el compromiso</p>	<p>SAC Hualmay, primer semestre 2022.</p> <p><b>HIPOTESIS ESPECIFICOS:</b></p> <p>Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional normativo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.</p> <p>Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el</p>	<p><b>VARIABLE II</b></p> <p><b>Compromis o Organizacional I</b></p>	<p>Afectivo</p> <p>De Continuidad</p>	<p><b>ENFOQUE DE LA INVESTIGACION:</b></p> <p>Cuantitativo</p> <p><b>POBLACION:</b></p> <p>20 trabajadores</p> <p><b>MUESTRA:</b></p> <p>20 trabajadores</p> <p><b>ESTADISTICO DE PRUEBA:</b></p> <p>Spss</p> <p><b>TECNICA:</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTOS:</b></p> <p>Cuestionario</p>
---	--	---	--	---------------------------------------	--

<p>¿Cómo se relacionan los incentivos laborales y el compromiso organizacional de continuidad en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022?</p>	<p>organizacional afectivo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.</p> <p>Determinar la relación de los incentivos laborales y el compromiso organizacional de continuidad en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.</p>	<p>compromiso organizacional afectivo en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.</p> <p>Los incentivos laborales se relacionan significativamente con el compromiso organizacional de continuidad en la empresa distribuciones Marcaventa SAC Hualmay, primer semestre 2022.</p>			<p>11 preguntas para medir la variable X</p> <p>10 Preguntas para medir la variable Y</p>
--	--	--	--	--	---

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN**

**CUESTIONARIO**

**VARIABLE I: LOS INCENTIVOS LABORALES**

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Nº	Económicos	1	2	3	4	5
1	¿Alguna vez Ud. ha recibido comisiones en su Distribuidora ?					
2	¿Alguna vez Ud. ha sido acreedor del orden de mérito en su Distribuidora?					
3	¿Alguna vez Ud. ha recibido buen sueldo en su Distribuidora?					
4	¿Alguna vez Ud. ha recibido bonos en su Distribuidora ?					
5	¿Alguna vez Ud. ha recibido aparatos eléctricos en su Distribuidora?					
6	¿Alguna vez Ud. ha recibido unidades de producción en su Distribuidora ?					
	No económicos	1	2	3	4	5
7	¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con trabajo remoto dentro de su empresa?					
8	¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con tiempo libre dentro de su Distribuidora ?					
9	¿Alguna vez Ud. ha sido premiado capacitaciones de regalo dentro de su Distribuidora ?					
10	¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con vales de servicios dentro de su Distribuidora?					
11	¿Alguna vez Ud. ha sido premiado con días de descanso dentro de su Distribuidora ?					

## VARIABLE II: COMPROMISO ORGANIZACIONAL

	1	2	3	4	5
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Nº	Normativo	1	2	3	4	5
1	¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de las metas organizacionales?					
2	¿Considera Ud. que colabora con el cumplimiento de los objetivos organizacionales?					
3	¿Considera Ud. que cumple con las políticas establecidas por la Distribuidora?					
4	¿Considera Ud. que es responsable con sus labores dentro de la Distribuidora?					
	<b>Afectivo</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
5	¿Ud. se siente identificado con la Distribuidora Marcaventa?					
6	¿Ud. se siente que la Distribuidora Marcaventa es como su segundo hogar?					
7	¿Ud. se siente que todo lo que pase con la Distribuidora Marcaventa también tiene que ver con Ud.?					
	<b>De continuidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
8	¿Considera Ud. que no se iría a trabajar en otra Distribuidora que no sea Marcaventa?					
9	¿Considera Ud. que la decisión más acertada que ha tenido es haber iniciado a trabajar en la Distribuidora Marcaventa?					
10	¿Considera Ud. un sacrificio irse de la Distribuidora Marcaventa?					