

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**INFLUENCIA DE LOS INCENTIVOS LABORALES EN LA
MOTIVACIÓN DEL COLABORADOR DE LA DISTRIBUIDORA SIPAN
DISTRIBUCIONES SAC**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

ROGER DANIEL GONZALES NIÑO

ASESOR

LINDA MARITA CRUZ PUPUCHE

<https://orcid.org/0000-0002-8600-8032>

Chiclayo, 2020

**INFLUENCIA DE LOS INCENTIVOS LABORALES EN LA
MOTIVACIÓN DEL COLABORADOR DE LA
DISTRIBUIDORA SIPAN DISTRIBUCIONES SAC**

PRESENTADA POR:

ROGER DANIEL GONZALES NIÑO

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR:

Rafael Camilo Girón Córdova
PRESIDENTE

Luis Augusto Angulo Bustíos
SECRETARIO

Linda Marita Cruz Pupuche
VOCAL

DEDICATORIA

A Dios nuestro creador, quien guía nuestros pasos e ilumina nuestras mentes con sabiduría

A mis padres quienes fueron fuente de apoyo y motivación para la realización de esta presente investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por siempre acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito uno de mis anhelos más deseados.

A mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

Finalmente agradecer a todas las personas que me brindaron su apoyo desmedido y desinteresado en especial a los docentes que con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Santo Torio de Mogrovejo.

Índice

Resumen	8
Abstract	9
I. Introducción	10
II. Marco Teórico	13
Antecedentes	13
Bases teóricas	15
III. Metodología	22
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	22
3.2. Diseño de investigación.....	22
3.3. Población, muestra y muestreo	23
3.4. Criterios de selección:.....	23
3.5. Operacionalización de variables	24
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	26
3.7. Procedimientos.	26
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos.	27
3.8.1. Análisis de fiabilidad.....	27
3.8.2. Análisis KMO (Prueba de multidimensionalidad)	28
3.8.3. Normalidad.....	28
3.9. Matriz de consistencia.	30
3.10. Consideraciones éticas.	32
IV. Resultados	33
4.1 Perfil Sociodemográfico de la muestra analizada.....	33
4.2 Análisis de los incentivos laborales y la motivación	34
4.2.1 Análisis del descriptivo incentivo laboral	34
4.2.2 Análisis del descriptivo Motivación.....	36
4.3 Correlaciones	38
4.4 Resultados del análisis de la causalidad entre constructos y por dimensiones.....	39
VI. Conclusiones	44
VII. Recomendaciones.....	45
VIII.Referencias	46
IX. Anexos.....	50

Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	24
Tabla 2. Análisis de fiabilidad.....	27
Tabla 3. Análisis KMO de Incentivos Laborales	28
Tabla 4. Análisis KMO de Motivación Laboral.....	28
Tabla 5. Normalidad de los datos.....	29
Tabla 6. Datos sociodemográficos	33
Tabla 7. Baremación.....	34
Tabla 8. Coeficiente de correlación de Spearman.....	38
Tabla 9. Modelo de regresión lineal simple entres variables	39
Tabla 10. Modelo de regresión lineal simple entre las dimensiones de las variables	39

Índice de Figuras

Figura 1: Modelo conceptual de variables	21
Figura 2: Dimensiones de incentivos laborales	35
Figura 3: Dimensiones de motivación.....	36
Figura 4:Comparación entre Incentivos laborales y Motivación	37

Resumen

En la investigación se buscó evaluar la influencia del incentivo laboral sobre la motivación de los colaboradores. EL objetivo fue determinar si el incentivo laboral influye sobre la motivación de los colaboradores de la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo de tipo aplicada y nivel explicativo y el diseño de la investigación fue no experimental de corte transversal. Se ha utilizado como instrumento el cuestionario debidamente validado y aplicado a 50 colaboradores. La encuesta de incentivo laboral contiene 15 ítems dividido en 5 dimensiones siendo sus dimensiones: incentivos laborales (3); incentivos económicos (3); incentivos recreativos (3); incentivos educativos (3) e incentivos sociales (3 ítems). El cuestionario fue estructurado y se evaluó mediante la escala Likert 1 (totalmente en desacuerdo) al 7 (totalmente de acuerdo) y la encuesta de la motivación laboral contiene 15 ítems dividido en tres dimensiones, siendo sus dimensiones: Logro (5 ítems), Poder (5 ítems) y afiliación (5 ítems). El instrumento empleado fue estructurado basado en los planteamientos teóricos de David McClelland. Se concluye que se encontró influencia positiva del incentivo laboral en la motivación de los colaboradores, con lo que se tiene si el trabajador tiene una mejor percepción de los incentivos laborales entonces eso le producirá mayor motivación.

Palabras clave: Incentivo laboral, motivación, influencia, colaborador

Clasificaciones JEL: M1, M10, M12

Abstract

The research sought to evaluate the influence of the work incentive on the motivation of the collaborators. The objective was to determine whether the work incentive influences the motivation of the employees of the Sipan Distribution SAC. The research had a quantitative approach of applied type and explanatory level and the design of the research was not experimental of transversal cut. The duly validated and applied questionnaire has been used as a tool for 50 partners. The labour incentive survey contains 15 items divided into 5 dimensions: labor incentives (3); economic incentives (3); recreational incentives (3); educational incentives (3) and social incentives (3 items). The questionnaire was structured and evaluated using the Likert 1 scale (totally disagreeable) to 7 (totally agreed) and the Labour Motivation Survey contains 15 items divided into three dimensions, their dimensions being: Achievement (5 items), Power (5 items) and Affiliation (5 items). The instrument used was structured based on the theoretical approaches of David McClelland. It is concluded that there was a positive influence of the work incentive on the motivation of the employees, with what you have if the worker has a better perception of the work incentives then that will produce more motivation.

Keywords: Incentive work, motivation, influence, collaborator

JEL Clasifications: M1, M10, M12

I. Introducción

Los incentivos y el reconocimiento facilitan una manera eficaz de incitar a los empleados para que logren más altos niveles de desempeño. Un trabajador motivado siempre se esforzará para cumplir con los objetivos y metas que se proponen en la organización (Mohamed y Zulkifle & Mohd, 2016).

“El capital humano se convierte en lo más valioso de la empresa y, por supuesto, en un elemento imprescindible para sacar el trabajo adelante. Un empleado motivado y feliz de realizar su trabajo es un empleado productivo y las empresas tienen una gran responsabilidad en hacer que esto suceda” (ObservatorioRhh, 2019).

Los trabajadores son un factor esencial para que una empresa sea competitiva, sin embargo, no todas las empresas demuestran interés en los trabajadores e ignoran que, si cumplen con las necesidades del trabajador, el nivel de empeño, esfuerzo y cumplimiento de todos los objetivos laborales aumenta (Diario Gestión, 2014).

En un estudio realizado en las empresas ubicadas en el sur de Jordania, AlShedia comprobaron la existencia de incentivos laborales y su efectividad para mejorar la motivación y desempeño de los empleados. Sin embargo, gran parte de la investigación publicada acerca de este tema ha mostrado un gran desacuerdo sobre si el sistema de recompensa a través del uso de diversos tipos (incentivos financieros, no financieros, sociales) podrían aumentar el rendimiento de los empleados o no (Abulraheem, 2016).

Por otro lado, en el ámbito internacional, el Observatorio de Recursos Humanos (2017), en base a los datos de PeopleMatters, señala que el 90% de las empresas trabaja con planes de incentivos comerciales obsoletos, dado que estos pierden su alineamiento estratégico con toda facilidad y, por lo general, se van transformando en un conjunto de medidas e indicadores tan complejo que va perdiendo todo su potencial. Siendo así que solo el 48,6% de las empresas españolas cuenta ya con algún programa de incentivos. Ante esto, se evidencia que existen compañías que valoran y potencian con ello las acciones que fidelizan clientes, aumentan las ventas o aseguran la consecución de objetivos. Cabe indicar que el 93 % de sus planes de incentivos están destinados a sus propios empleados y equipos de ventas o comerciales. (Sodexo, 2018)

Los planes de incentivos constituyen un elemento fundamental de esa propuesta de valor que las empresas ofrecen a sus empleados según lo afirma Tendencias Laborales, (2015), por ello las compañías deben contar con programas de incentivos y reconocimiento bien diseñados, dado que con esto lograrán aumentar las ventas un 50 % y obtener unos beneficios que superan hasta en un 27 % la media de su sector.

Por tanto, resultado de un eficiente sistema de incentivos es la productividad. Sin embargo, de acuerdo con el (Diario Gestión, 2016) la productividad de las empresas peruanas sigue lejos de la frontera de la productividad mundial, a pesar de que esta es una de las principales fuentes para enfrentar la difícil coyuntura económica por la que atraviesa el Perú.

En la actualidad las distribuidoras suelen establecer políticas de incentivos laborales para el logro de los objetivos de los colaboradores. Sin embargo, es siempre una preocupación saber si la gestión de este sistema logra el cometido para el que fue diseñado.

La distribuidora Sipan Distribuciones SAC es una empresa cuyo rubro es ser distribuidor mayorista de abarrotes y bebidas, cuenta con 50 trabajadores y desde 1998 se encuentra atendiendo en el mercado Chiclayano. La distribuidora tiene sus propios incentivos laborales como los financieros y no financieros, las mismas que no están siendo desarrolladas de manera eficiente dentro de la empresa, por ejemplo: incentivos laborales (reconocimientos al mejor desempeño), incentivos educativos (apoyo en los estudios), incentivos sociales, entre otros. Así mismo, en la entrevista realizada al gerente Oscar Linares Rojas, manifestó que el colaborador no cumple con sus metas, existe poca motivación y estima que el desempeño de ellos no es el óptimo. Esto hace pensar que los diferentes tipos de incentivos laborales no estarían ejerciendo el impacto esperado en los colaboradores.

En los últimos 12 meses se llegó a solo el 70% de las cuotas establecidas por la empresa, esto podría deberse a que los trabajadores no se sienten motivados con la política de incentivos laborales. En las reuniones que la empresa organiza por alguna celebración especial se nota un ausentismo de los colaboradores, llegando incluso a tener solo el 40% de los invitados. Existe un alto índice de tardanzas e inasistencias en la empresa siendo este un mal común desde hace varios meses, aun cuando se contrata nueva fuerza de ventas.

Por tanto, se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿El incentivo laboral influye sobre la motivación de los colaboradores de la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC?

El objetivo general del presente estudio fue determinar si el incentivo laboral influye sobre la motivación de los colaboradores de la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC. Y como objetivos específicos: Determinar el tipo de incentivo laboral que más predomina en los colaboradores, determinar el nivel de motivación laboral y determinar si la dimensión incentivos laborales, incentivos económicos, incentivos recreativos, incentivos educativos e incentivos sociales influyen sobre la motivación de los colaboradores de la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC.

Con los resultados brindados podrán emplear estrategias para motivar a los empleados, ya que ellos ayudan a que una organización sobreviva o sobresalga. Los directivos deben reflexionar qué puede motivar a sus trabajadores, entre todas las funciones de un gerente, motivar a sus colaboradores es muy complicado.

Asimismo, esta investigación, es un gran aporte para este mercado cada vez más competitivo, ya que sirve como referencia para que empresas de este sector puedan desarrollar los incentivos adecuados y oportunos para que exista un mayor crecimiento personal y reforzar las relaciones entre los directivos y los trabajadores.

El presente estudio está estructurado en capítulos, en el primero se efectuó una introducción al tema abordado en la investigación, en el capítulo dos se consideraron los antecedentes y bases teóricas del tema tratado, el capítulo tres muestra la metodología utilizada, en el capítulo cuatro se detalló los resultados del análisis efectuado así como la discusión con trabajos previos, en el capítulo cinco y seis se hicieron las conclusiones y recomendaciones del estudio, en el capítulo siete y ocho se listó las fuentes bibliográficas y anexos utilizados en la presente investigación.

II. Marco Teórico

Antecedentes

Zafa, Ishag, Shoukat, & Rizwan (2014) realizaron un estudio en Pakistán, a 200 trabajadores donde analizaron el impacto de las variables recompensa extrínseca e intrínseca, capacitación y expectativa sobre la motivación. El modelo está realmente desarrollado por los autores, pero las bases fueron tomadas por el estudio de estos investigadores: Butkus y Green (1999), Baron (1893), Bishop (1987), Chiaburu y Tekleab (2005), Luthans (1998), Moser (1997), Lucas y Ogilvie (2006), Vroom (1964), Ajila (2004). Además, los autores mencionaron que si los trabajadores están motivados se mantendrán satisfechos en su trabajo, cumplirá con los objetivos de la empresa y, por lo tanto, la empresa obtendrá resultados óptimos. En los resultados se hallaron que el sueldo y la apreciación no están afectando de manera directa en la motivación del trabajador, la satisfacción laboral tampoco tiene una relación directa con la motivación del trabajador, sin embargo, la expectativa, la formación y el conocimiento tiene una relación directa con la motivación del empleado, pues estas tres variables motivan mucho al trabajador.

Asimismo, Ekpudu & Ojeifo (2014) determinaron el papel de los incentivos financieros y las recompensas en la motivación de los empleados. Y los objetivos específicos fueron: establecer si el incentivo financiero recompensa o no la actitud de los empleados en el trabajo y determinar si la satisfacción laboral influye en la productividad. La sucursal Jebba de Power Holding Company of Nigeria (PHCN) seleccionó a 100 de los 503 empleados, incluidas las categorías junior y senior. El cuestionario fue un instrumento utilizado en el estudio para recopilar los datos requeridos de los encuestados. Se proporcionaron seis incentivos y elementos de recompensa en el estudio para que los encuestados clasifiquen por orden de importancia (sueldo, bono, promoción, fiesta de fin de año, reconocimiento, política de la empresa). El estudio concluye que los incentivos y premios financieros tienen una influencia positiva en la actitud de los empleados en el trabajo; la satisfacción laboral influye en la productividad de los empleados, independientemente de su género y jerarquía en la organización; y que los incentivos y recompensas financieras motivan a los empleados más que los incentivos y recompensas no financieros en la empresa estudiada.

Además, Gonzáles (2014) realizó una investigación en la ciudad de Lima cuyo propósito fue identificar la relación entre los incentivos y la motivación según la teoría de las necesidades de McClellan, de los trabajadores.

Se evidencia que existe una relación entre los incentivos y la motivación. Además, el sistema valorado es ineficaz, ya que los niveles de motivación de los colaboradores son negativos. Los investigadores recomiendan que se agreguen algunos incentivos con el objetivo de lograr la satisfacción y la fidelidad de los trabajadores.

Shine, Rajput, Khan y Raghuwanshi (2015) en un intento de descubrir los principales factores que motivan a los empleados y explicar cuál es la relación entre recompensa, reconocimiento y motivación mientras trabajan dentro de una organización realizaron una investigación cuyo análisis estadístico mostró que diferentes dimensiones de la motivación y la satisfacción en el trabajo están significativamente correlacionadas y la recompensa y el reconocimiento tienen un gran impacto en la motivación de los empleados.

Abulraheem (2016), en otro estudio se trazó como objetivo examinar la influencia de los tipos de incentivos (extrínseca, intrínseca, social y de recompensas) en la motivación de los empleados. La muestra consistió en 308 trabajadores que constituyeron 60% de la población objetivo (513 personas) que trabajan para una empresa ubicada en la parte sur de Jordania. Los resultados indicaron que existe una relación estadísticamente significativa entre los tipos de incentivos, y desempeño de los empleados. El estudio ha concluido que, la gerencia debe tener un profundo sentido de compromiso hacia el tema de incentivar los empleados y así aumentar los niveles de motivación.

Vaca (2017) realizó una investigación en Ecuador cuyo objetivo fue indagar la relación de los factores motivacionales mediante el análisis de varias teorías de motivación: teoría de las necesidades de Maslow, teoría de las relaciones humanas de McGregor, teoría de las necesidades de McClelland y teoría de las expectativas. Para efecto del estudio se determinaron los siguientes factores como modelo de evaluación: Remuneración, Ambiente Físico, Seguridad, Necesidad de Logro, Reconocimiento, Poder, Expectativa, Equidad, Relaciones Personales y Afiliación. Los resultados evidencian que los factores

más motivantes son la: afiliación, necesidades del logro y reconocimiento.

Barkley (2017) en su investigación se propuso identificar y desarrollar un mecanismo de incentivos efectivo para las medianas y pequeñas empresas en China a través de la comparación de diferentes teorías y factores de incentivos. La muestra estuvo conformada por 260 empleados para el cuestionario y 20 empleados para la entrevista. El análisis general de los datos concluye que la motivación laboral afecta significativamente el desempeño de los empleados en las organizaciones pequeñas y medianas que operan en el sector de negocios de China. Además, la compensación, las recompensas, reconocimiento y los beneficios médicos afectan la motivación laboral de los empleados que trabajan por debajo del nivel gerencial. Por otra parte, el análisis de la entrevista concluye que, los empleados que trabajan a nivel de supervisión se sienten más motivados, cuando la organización les proporciona programas de capacitación, oportunidades de crecimiento profesional y equilibrio en la vida laboral.

Bases teóricas

Incentivo laboral:

Según Chiavenato (2007) son los “pagos” realizados por la organización a sus participantes (salarios, premios, beneficios sociales, oportunidades de crecimiento, seguridad en el empleo, supervisión abierta, elogios, etc.) a cambio de las contribuciones. Cada incentivo posee un valor de conveniencia que es subjetivo, ya que varía de individuo a individuo: lo que para uno es útil, puede no serlo para otro.

Por otro lado, para Banjoko (2006) “son premios que se otorgan cuando se han alcanzado objetivos predeterminados dentro de una organización. Así mismo, se puede considerar como pagos variables hechos a los empleados sobre la base de la cantidad de producción o resultados alcanzados”.

Por último, “indica que los incentivos son varios planes introducidos por las organizaciones para motivar a los empleados y grupos individuales de las mismas” (Amah, 2013)

Para Yang (2008) estos planes de incentivos, se conforman por dos tipos: Financiero y No Financiero.

Incentivos financieros: Se refiere a todo aquello que está relacionado con la remuneración, bonos, comisiones, vacaciones, propinas y horas extras.

Se conforma por:

Incentivos económicos:

Es todo pago que la organización realiza a los colaboradores como resultado de su rendimiento, esto expresado monetariamente.

Incentivos no financieros:

Se refiere al crecimiento profesional del trabajador, calidad de vida laboral, reconocimientos, promociones en el trabajo, seguridad y autonomía, beneficios recreativos, guarderías, asistencia médica y odontológica, apoyo social.

Se constituye por:

Incentivos laborales:

Es todo incentivo asociado solo al contexto laboral y su mejor desempeño como: movilidad, horarios flexibles, estacionamientos, agencias bancarias en el centro de trabajo.

Incentivos recreativos:

La organización ofrece horarios de descanso, diversión, recreación a su familia, paseos con el equipo de trabajo.

Incentivos educativos:

La organización ofrece la oportunidad al trabajador de capacitarse constantemente, culminar la carrera, entre otros beneficios.

Incentivos sociales:

La organización reconoce públicamente el desempeño del trabajador, almuerzos con los jefes, participación de reuniones y eventos sociales. Asimismo, Ajila (2004) lo define a este tipo de incentivo como los que se encuentran del propio trabajo, como la satisfacción de completar una tarea, la apreciación del empleador.

Motivación

A diario se observa cómo algunos trabajadores, motivados por las actividades que ejecutan se comportan de manera positiva frente al trabajo inclusive en contextos desfavorables, mientras que otros trabajadores siempre permanecen negativos e insatisfechos con sus labores ante esto surge la necesidad de definir qué es la motivación y su importancia en el trabajo.

Definición

La motivación laboral fue definida como “la dirección, intensidad y persistencia de las conductas relacionadas con el trabajo, deseado por la organización o sus representantes” (Mitchell, 1997). Así mismo, se midió utilizando una medida general de motivación laboral desarrollada y validada por primera vez por Patchen et al. (Patchen, 1970; Patchen, Petz y Allen, 1965). Esta medida de 4 ítems les pide a los individuos que se califiquen a sí mismos en cuanto a qué tan involucrados están en su trabajo (dirección) y qué tan duro trabajan (intensidad) en un conjunto de escala de respuesta de 5 puntos.

Baron (1893) menciona que la motivación “se genera mediante un proceso de pasos donde la persona emplea toda su energía para dirigirse a una acción o meta”.

Del mismo modo, Kinicki y Kreitner (2001) asumen que la motivación corresponde a “un proceso emocional que origina la inspiración y la determinación de las acciones voluntarias que ayudan a alcanzar los objetivos”.

Rutherford (1990) descubrió en su estudio que la motivación es “el agente eficaz en una empresa donde los trabajadores son innovadores en sus puestos de trabajo. Es tarea de la empresa estimular y motivar a sus trabajadores constantemente.

Demirci (2005) refiere que “la motivación se da cuando el ser humano tiene la capacidad de cambiar su conducta, dirigiéndose hacia una meta”.

Grant (2008) realizó un estudio donde la motivación imponía los resultados de los empleados, como la persistencia, la productividad y el rendimiento. La motivación es un reflejo de nivel de energía, el compromiso y el ingenio que los colaboradores de la organización contribuyen a sus trabajos. La motivación es una característica emocional que suscita un empleado de actuar hacia una meta anhelada (Zafar, 2014), es decir, la motivación es un componente esencial del comportamiento organizacional, que contribuye canalizar el empeño, la energía, logrando que el trabajador se sienta estimulado para lograr los propósitos de la empresa y lograr que se sientan mucho mejor.

La motivación de los trabajadores juega un rol esencial en lograr los niveles más altos de la satisfacción (Petcharak, 2004). Asimismo, es un proceso donde las personas son influenciadas para dirigirse hacia adelante y realizar algo fundamentalmente para satisfacer sus necesidades y alcanzar satisfacción. (Butkus y Green, 1999)

La doctora en Psicología clínica Laura Olivero estudió la motivación en Buenos Aires- Argentina y definió la motivación como la combinación entre los deseos y energías de la persona para conseguir una meta. También, señaló que las personas pueden ser motivadas por fuerzas internas (creencias y anhelos) y por fuerzas externas (miedo, peligros y el contexto), es decir, la motivación depende del poder de la necesidad y el

conocimiento que se tiene de un acto para apoyar a satisfacer una necesidad. (Olivero, 1997)

La motivación “es a la vez objetivo y acción, si la persona está desmotivada no tendrá interés en el objetivo y por lo tanto, no conseguirá ningún resultado. Entonces es el resultado de la interacción del individuo con la realidad” (Chang, 2010).

Una de las teorías más interesantes y la más utilizada de la motivación laboral es la teoría de la motivación al logro, propuesta por McClelland, Atkinson, Clark y Lowell (1953).

Esta teoría se ha empleado en la investigación.

Para McClelland (1989) las necesidades se aprenden en la niñez y, por lo tanto, cuando son adultos unas necesidades se proyectarán más que otros. Todas las personas tienen tipos de motivos (con diferentes intensidades). Él realizó una investigación a gerentes y ejecutivos y en los resultados se observa que la motivación se clasifica en 3 categorías.

Necesidad de logro o realización:

Autores como García (2008), Hampton et al. (1989), Trechera (2005) y Valdés (2005) mencionan que las personas con una alta necesidad de logro son aquellas que les gusta trabajar en situaciones en las que pueden tomar personalmente la responsabilidad de encontrar solución a sus problemas y así mismo tienden a proponerse metas alcanzables. Se diferencian por intentar hacer bien las cosas, anhelan sobresalir y prefieren una retroalimentación para mejorar su desempeño antes que recibir recompensas financieras.

Necesidad de poder:

Para MacClelland las personas que poseen una alta necesidad de poder, son aquellas que les gusta influir sobre otras para conseguir sus objetivos, siempre necesitan ganar argumentos y hacer que sus criterios prevalezcan siempre.

Por otro lado, MacClelland expresa que el poder tiene dos caras. La primera origina reacciones negativas. Esta cara del poder se relaciona con situaciones de dominio-sumisión, y se asocia con personas autoritarias que piensan que debe hacerse lo que ellas desean y que pueden controlar a las demás.

La otra cara del poder es positiva refleja el proceso mediante el cual el comportamiento persuasivo e inspirador de una persona puede evocar sentimientos de fortaleza y habilidad en otras y las ayuda a establecer metas. Es decir, permite apoyar a otras personas para que puedan expresar sus propias habilidades y de esta manera cumplan con las metas que se propongan.

Necesidad de afiliación:

McClelland menciona que las personas con una alta necesidad de afiliación tienden a interesarse y a pensar con frecuencia acerca de la calidad de sus relaciones personales. Conceden mucha importancia a los momentos agradables que comparten con otras personas y se preocupan por mostrar siempre una imagen favorable en sus relaciones interpersonales.

Así mismo para MacClelland estas personas buscan la compañía de otras, por ello si les dan de escoger para trabajar en una tarea con personas altamente competitivas y grupo de amigos, estas optan por los amigos.

Finalmente, MacClelland afirma que la meta común de la motivación de afiliación es la interacción social y lograr la aceptación de otras personas.

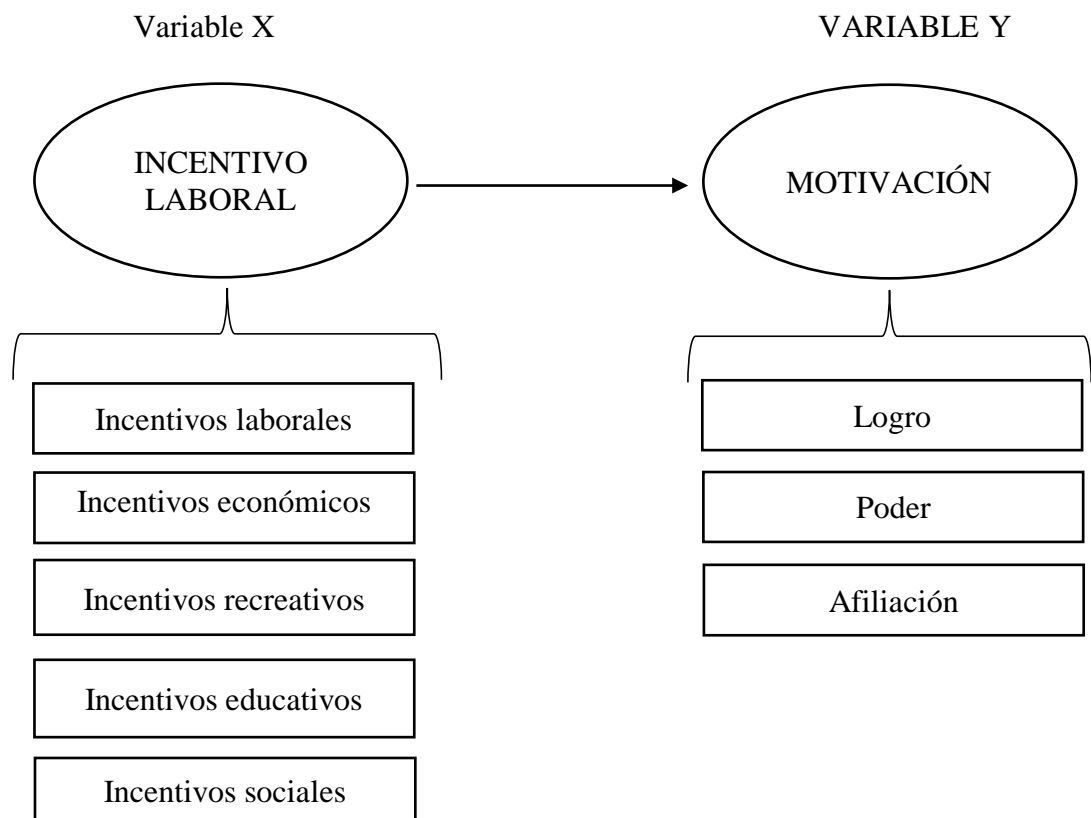


Figura 1: Modelo conceptual de variables

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

Enfoque: El enfoque del presente documento de investigación fue cuantitativo, pues se utilizaron las estadísticas para medir y evaluar las variables de estudio (incentivos laborales y motivación laboral). El enfoque cuantitativo "usa recolección de datos para probar hipótesis con base en la mediación numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento" (Hernández, et al., 2006).

Tipo: Según la finalidad es aplicada porque propone transformar el conocimiento 'puro' en conocimiento útil. La investigación aplicada es "una solución eficiente y con fundamentos a un problema que se ha identificado" (Hernández et al., 2006).

Nivel de estudio: explicativa, pues se intentó probar la causalidad de las variables que se consideran en el presente estudio. "En la investigación explicativa su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables" (Hernández et al., 2006).

3.2. Diseño de investigación

Para esta investigación se utilizó el diseño no experimental, pues el investigador no tiene control sobre las variables, así como lo menciona (Hernández et al., 2010) "es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables".

Así mismo la investigación fue de tipo transversal considerando que se hará en un solo instante de tiempo.

El estudio es prospectivo dado que se utilizaron fuentes primarias para la recolección de datos a analizar.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: La población lo componen los 50 colaboradores que trabajan a tiempo completo en la organización. No habrá cálculo de la muestra ni muestreo, dado que la población es factible para ser medida.

3.4. Criterios de selección:

Se seleccionó a la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC. bajo dos criterios; conveniencia y de representatividad. En referencia al primero, porque se tuvo acceso a la información de la empresa (realidad actual, problemática y datos importantes) y respecto al segundo porque esta reunía la mayor cantidad de características para el estudio.

3.5. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores	Escala	Técnica	Instrumento
Incentivo laboral Yang (2008)	Incentivos laborales	Aportar nuevas ideas al trabajo	TIPO LIKERT	ENCUESTA	CUESTIONARIO
		Trabajo adecuadamente valorado			
		Reconocimiento a su desempeño laboral			
	Incentivos económicos	Salario			
		Bonos, comisiones			
		Compañeros que ganan mas			
	Incentivos recreativos	Brindar actividades de recreación			
		Participación de eventos deportivos			
		Fomentar la motivación en el colaborador			
	Incentivos educativos	Oportunidades de capacitación			
		Convenios para estudios profesionales			
		Brindar apoyos para estudios			
	Incentivos sociales	Participación en eventos sociales			
		Participación de reuniones sociales			
		Realización de eventos exclusivos sociales			

Variable	Dimensión	Indicadores	Escala	Técnica	Instrumento
Motivación Laboral McClelland (1989)	Logro	Desempeño laboral	TIPO LIKERT	ENCUESTA	CUESTIONARIO
		Situaciones difíciles y desafiantes			
		Ser programado(a) en tareas complejas			
		Fijar y alcanzar metas realistas			
		Satisfacción de terminar una tarea difícil			
	Poder	Competencia y Ganar			
		Trabajar bajo presión			
		Confronto a la gente			
		Influenciar a la gente			
		Tener más control sobre los acontecimientos			
	Afiliación	Hablar de otros temas			
		Estar en compañía de otras personas			
		Construir relaciones cercanas			
		Pertenecer a los grupos y organizaciones			
		Trabajar con otras personas			

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El instrumento que se utilizó para el siguiente estudio, es un cuestionario a través de la técnica de la encuesta.

La encuesta de incentivo laboral contiene 15 ítems dividido en 5 dimensiones siendo sus dimensiones: incentivos laborales (3); incentivos económicos (3); incentivos recreativos (3); incentivos educativos (3) e incentivos sociales (3 ítems).

El cuestionario fue estructurado y se evaluó mediante la escala Likert 1 (totalmente en desacuerdo) al 7 (totalmente de acuerdo).

La encuesta de la motivación laboral contiene 15 ítems dividido en tres dimensiones, siendo sus dimensiones: Logro (5 ítems), Poder (5 ítems) y afiliación (5 ítems).

El instrumento empleado fue creado basado en los planteamientos teóricos de David McClelland y fue diseñada con la técnica de Likert. Teniendo para las respuestas una escala de importancia de 1 a 7 en 3 parámetros, es decir que para responder se utiliza una escala del 5 al 7 en absolutamente de acuerdo, 4 en indiferente y del 1 al 3 en absolutamente en desacuerdo.

3.7. Procedimientos.

Se contrató personal especializado para el levantamiento de la información. La encuesta se realizó de manera presencial en dos reuniones (01 y 03 de marzo, horario 5 pm) convocadas por el gerente aprovechando la presencia de todos los trabajadores a tiempo completo de la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC. El cuestionario fue asistido por una profesional en Psicología a fin de garantizar el correcto entendimiento de los ítems.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos.

El procesamiento de la información se realizó en el programa estadístico SPSS versión 25 y Excel versión 2016. Se realizó la evaluación de la consistencia interna o confiabilidad de Cronbach de los datos por dimensión. Este procedimiento se realizó a la prueba piloto y a los resultados finales del cuestionario.

Los primeros cálculos fueron de las medidas descriptivas de las dimensiones analizadas. El estudio también tuvo en consideración las pruebas de normalidad para establecer si los datos siguen una distribución normal o no. La prueba que se utilizó para probar las relaciones entre variables serían R de Pearson o el estadístico Rho de Spearman.

Finalmente, para efectos de contrastar las hipótesis, se realizaron las pruebas de correlación de Spearman y la prueba de causalidad resueltas con análisis de regresión múltiple.

3.8.1. Análisis de fiabilidad

Las dimensiones tanto de incentivo laboral como de motivación, poseen una fiabilidad adecuada puesto a que sus datos son superiores en todos los casos a 0.7 (regla de decisión), medida estándar en cuanto a lo asequible y deseable en cuanto al valor Alfa de Cronbach.

Tabla 2. *Análisis de fiabilidad*

Variab les	Dimensiones	Fiabilidad
Incentivos Laborales	Incentivo Laboral	0.786
	Incentivo económico	0.728
	Incentivo recreativo	0.770
	Incentivo educativo	0.774
	Incentivo social	0.798
Motivación	Logro	0.807
	Poder	0.739
	Afiliación	0.777

3.8.2. Análisis KMO (Prueba de multidimensionalidad)

Los Incentivos laborales como la Motivación Laboral demuestran que tienen características adecuadas en cuanto a la factorialidad de los mismos, puesto a que tanto la sigma (<0.05) y el KMO (> 0.5) se encuentran conformes, demostrando de esta manera que el concepto merece un análisis multidimensional.

Tabla 3. *Análisis KMO de Incentivos Laborales*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.593
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	396.640
	gl	105
	Sig.	0.000

Tabla 4. *Análisis KMO de Motivación Laboral*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.578
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	449.375
	gl	105
	Sig.	0.000

3.8.3. Normalidad

Los datos de la investigación muestran que no se distribuye con normalidad, esto debido a que el valor de la sigma es menor a 0.05 en todas las dimensiones de ambos constructos. La prueba elegida fue la de Kolmogorov, porque la muestra es de 50 personas. Es importante conocer el comportamiento de los datos para el tratamiento correcto del mismo.

Tabla 5. *Normalidad de los datos*

Estadísticos	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Incentivo Laboral	0.186	50	0.000
Incentivo económico	0.209	50	0.000
Incentivo recreativo	0.132	50	0.029
Incentivo educativo	0.151	50	0.006
Incentivo social	0.132	50	0.029
Logro	0.135	50	0.023
Poder	0.162	50	0.002
Afiliación	0.203	50	0.000

3.9. Matriz de consistencia.

Influencia del incentivo laboral en la motivación del colaborador de la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC.

Problema principal	Objetivo principal	Hipótesis principal	Dimensiones/ Variables	Indicadores/ Operacionalización
¿El incentivo laboral influye en la motivación de los colaboradores de la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC??	Determinar si el incentivo laboral influye sobre la motivación de los colaboradores de la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC.		Variable independiente Incentivo laboral	Participación del colaborador Apreciación en el puesto de trabajo Reconocer el desempeño
			Incentivos laborales	Salario Bonos, comisiones Compañeros que ganan mas
			Incentivos económicos	Brindar actividades de recreación Participación de eventos deportivos Fomentar la motivación en el colaborador
			Incentivos recreativos	Oportunidades de capacitación Convenios para estudios profesionales Brindan apoyos para estudios
			Incentivos educativos	Participación en eventos sociales Participación de reuniones sociales Realización de eventos exclusivos sociales
			Incentivos sociales	

<p>1-Determinar el tipo de incentivo laboral que más predomina en los colaboradores.</p> <p>2- Determinar los niveles de la motivación de los colaboradores.</p> <p>3- Determinar si las dimensiones incentivos laborales, incentivos económicos, incentivos recreativos, incentivos educativos e incentivos sociales influyen sobre la motivación de los colaboradores de la Distribuidora Sipan Distribuciones SAC.</p>	<p>Variable dependiente</p> <p>Motivación</p>	<p>Desempeño laboral</p> <p>Situaciones difíciles y desafiantes</p> <p>Ser programado(a) en tareas complejas</p> <p>Fijar y alcanzar metas realistas</p> <p>Satisfacción de terminar una tarea difícil</p>
	<p>Logro</p>	<p>Competencia y Ganar</p> <p>Trabajar bajo presión</p> <p>Confronto a la gente</p> <p>Influenciar a la gente</p> <p>Tener más control</p>
	<p>Poder</p>	<p>Hablar de otros temas</p> <p>Estar en compañía de otras personas</p> <p>Construir relaciones cercanas</p> <p>Pertenecer a los grupos y organizaciones</p> <p>Trabajar con otras personas</p>
	<p>Afiliación</p>	

<p>Diseños de Investigación</p> <p>No experimental, transversal, prospectivo</p>	<p>Población/Muestra</p> <p>Población: 50</p> <p>Muestra: Población medible</p>
---	--

<p>Técnicas Estadísticas</p> <p>Pruebas estadísticas: Media, desviación estándar. Para la parte relacional R de Pearson o Rho de Spearman.</p> <p>Para la parte de causalidades Regresión lineal múltiple</p>	<p>Tipo de Investigación</p> <p>Enfoque cuantitativo de tipo aplicado de alcance explicativo.</p>
--	--

3.10. Consideraciones éticas.

A cada uno de los participantes se les manifestó las condiciones, derechos y responsabilidades que el estudio involucró donde asumirán la condición de ser informantes. Además, se les informó la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación. Por último, el investigador actuó con prudencia durante el proceso de recojo de información.

IV. Resultados

El presente capítulo está abocado a mostrar las características de cada variable de estudio, así como la relación y posible causa efecto entre dichas variables. Para caracterizar o conocer los atributos de las variables, se ha utilizado los principales estadísticos descriptivos, en tanto que para el cruce de variables tanto en relación como en una posible causa efecto, se ha utilizado estadísticos inferenciales como el análisis de relación a través de Rho de Spearman y la causa efecto a partir del cálculo de los mínimos cuadrados (análisis de la regresión lineal).

4.1 Perfil Sociodemográfico de la muestra analizada

Tabla 6. *Datos sociodemográficos*

Variable	Categorías	Frecuencia	Participación
Sexo	Mujer	8	16%
	Hombre	42	84%
Estado Civil	Soltero	23	46%
	Casado	27	54%
Nivel de educación	Colegio	23	46%
	Técnico	9	18%
	Superior	13	26%
Edad	Incompleto	5	10%
	Joven	32	64%
	Adulto Joven	12	24%
Ingresos	Adulto Mayor	6	12%
	0-1000	17	34%
	1000-2000	16	32%
	2000-3000	10	20%
	3000-más	7	14%

Interpretación: Las características de la unidad de análisis son, la mayor carga porcentual está en el sexo masculino pues por costumbre se contrata personal de dicho género para el trabajo de ventas en la modalidad de cobertura horizontal. Así mismo, características tales como el nivel de educación y la edad representan la mayoría porcentual en datos tales como que, en su mayoría, sólo estudiaron hasta el nivel colegial, además de tener una edad “joven” es decir personas que por su edad puedan hacer los recorridos en los distintos puntos de venta. En los ingresos no existe predominancia porcentual de ninguno de los datos.

4.2 Análisis de los incentivos laborales y la motivación

Se utilizó la siguiente tabla para calificar los niveles de motivación. Esta baremación es propuesta por el autor a fin de categorizar y calificar las respuestas de los colaboradores, utilizando para ello una división equidistante (dividir la escala en 3 partes iguales).

Tabla 7. *Baremación*

Niveles	Puntuación media
Bajo	1.00 – 3.00
Medio	3.01 – 5.00
Alto	5.01– 7.00

4.2.1 Análisis del descriptivo incentivo laboral

En esta sección, se tomó las medias de cada tipo de incentivo laboral (educativo, social, recreativo, laboral y económico) para identificar cuál de ellos goza de mayor aceptación por parte de los colaboradores.

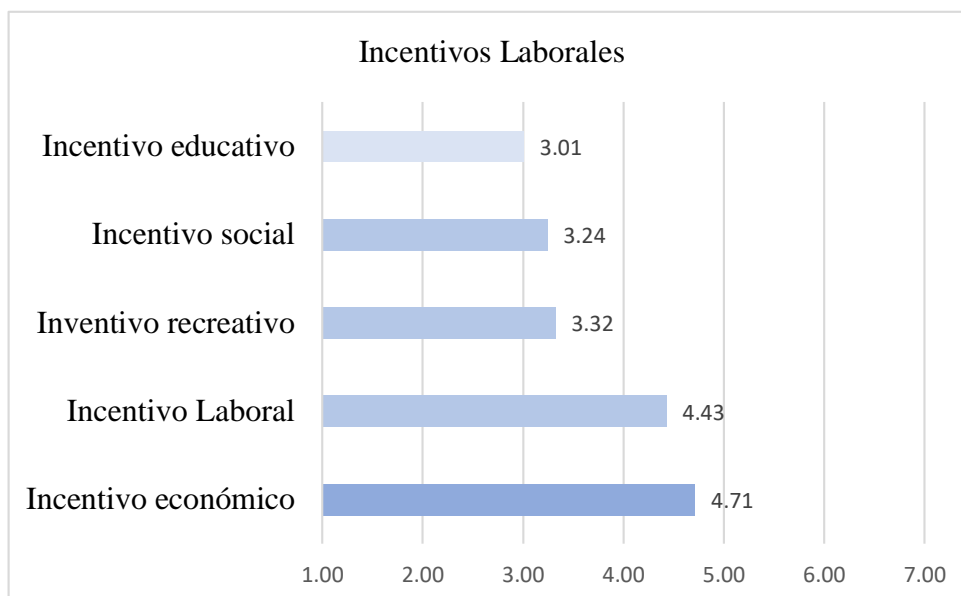


Figura 2: Dimensiones de incentivos laborales

Interpretación: Del 100% de colaboradores, el 84% son hombres y 16% son mujeres, quienes califican los incentivos económicos como la dimensión más predominante, seguido los incentivos laborales, dado que sus medias oscilan entre 4.43 y 4.71 respectivamente. Así mismo, las dimensiones más perjudicadas que se perciben dentro de los colaboradores son los incentivos educativos, sociales y recreativos. La empresa solo considera primordial cumplir con la remuneración según la eficiencia del trabajador, la misma que oscila en su mayoría entre 0-1000 soles (34%) mientras que en un menor porcentaje (14%) entre 3000 soles a más, y además de algunos beneficios económicos como el bono ignorando otro tipo de reconocimientos que el trabajador considera importante como el mejor vendedor del mes, entre otros. También, se evidencia la falta de apoyo económico para dos grupos de colaboradores, los que desean continuar sus estudios y los que anhelan actualizarse académicamente, el primer grupo representa el 56% de colaboradores sin estudios e incompletos y el segundo el 44% con estudios superiores y técnicos, además, la importancia de potenciar las relaciones interpersonales mediante eventos sociales, actividades recreativas, paseos, etc.

4.2.2 Análisis del descriptivo Motivación

En esta sección, se evaluó las medias que se registraron en cada tipo de motivación (Afilación, Poder y Logro) con la finalidad de identificar el nivel en que se encontraban las mismas (bajo, medio y alto).

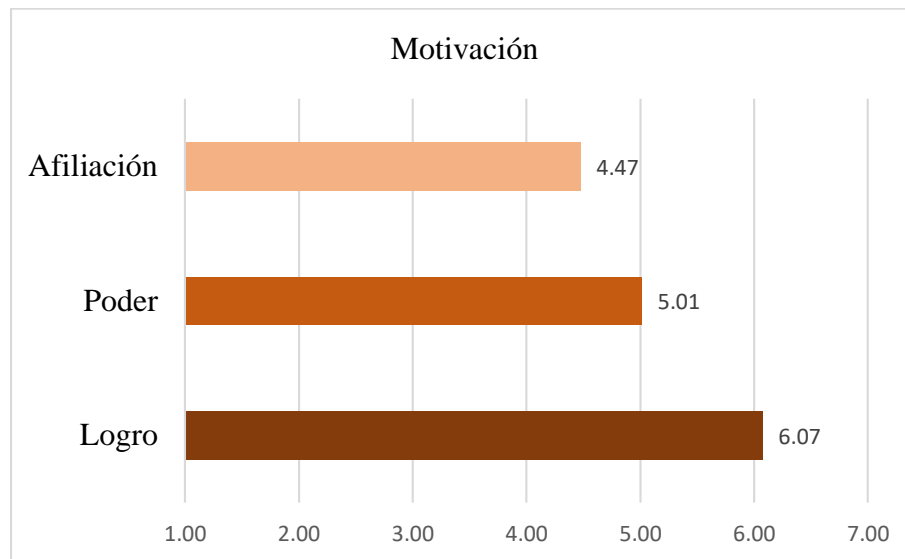


Figura 3: Dimensiones de motivación

Interpretación: Del 100%, el 84% son hombres y 16% mujeres valoran la motivación por logros como la más predominante dentro de la variable Motivación, con una media percibida (6.07) de calificación alta, esto posiblemente porque les interesa autorealizarse en la parte académica y en lo laboral, por lo mismo que la mayoría solo cuentan con estudios de Colegio (56%) e incompletos (10%), lo cual restringe ascender dentro de la empresa. Los colaboradores intentan mejorar su desempeño laboral con el objetivo de potenciar sus capacidades y obtener reconocimientos. Asimismo, cada día en su trabajo (sector ventas) se proponen trabajar en situaciones difíciles porque al lograr cada meta se sienten satisfechos o motivados. Consiguientemente, las dimensiones poder y la afiliación poseen medias similares, puesto que oscilan en 0.54 puntos según la escala, esto demuestra que a los colaboradores les agrada trabajar en competencia y ganar, esto sin importar que se den en situaciones de presión y estrés, así mismo, les gusta influir en la gente para alcanzar sus objetivos. Finalmente, en referencia a la dimensión de afiliación, prefieren pertenecer a grupos y organizaciones, construir relaciones cercanas con los

compañeros(as) de trabajo y trabajar con otras personas más que trabajar solos, esto debido a que en su mayoría la población de trabajo son jóvenes, representa el 64% del 100%, quienes tienden a ser muy sociables y a buscar diversas actividades de recreación e integración.

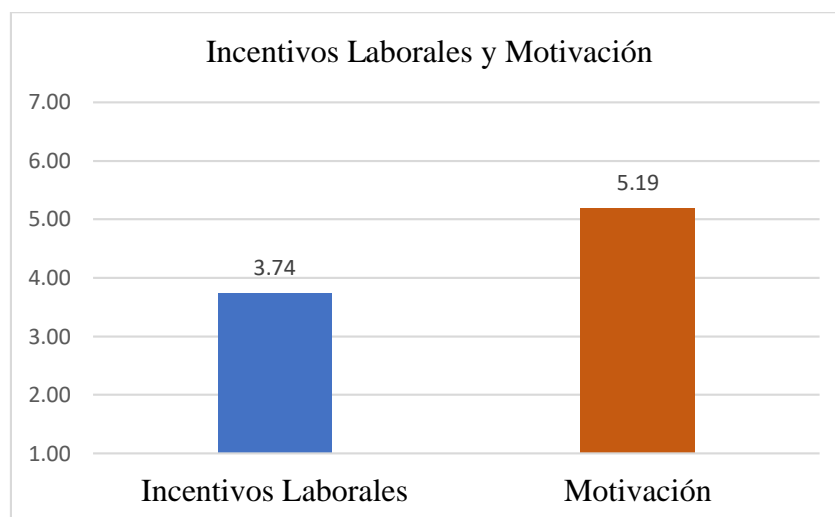


Figura 4: Comparación entre Incentivos laborales y Motivación

Interpretación: Del 100% de colaboradores, 86% son hombres y 14% mujeres, siendo en su mayoría casados con nivel de colegio y con un salario de 0-1000 soles, con lo cual se observa que la motivación destaca sobre los incentivos laborales por 1.45 puntos según la escala establecida en el cuestionario, en otras palabras, los colaboradores sienten estar mucho más motivados, con una calificación Alta (5.19), a pesar de poseer incentivos laborales con percepciones ubicadas con una calificación regular (3.74). Los colaboradores, aquellos que son responsables del excelente funcionamiento de la organización, por ello, es importante que se le motive a cada trabajador mediante diferentes estímulos como económicos, reconocimientos sociales, convenios educativos, paseos para trazar lazos entre todos los miembros de la empresa. La existencia de recompensas y su aplicación es una de las diversas estrategias organizativas utilizadas para mejorar el desempeño de los empleados y la organización porque obviamente el trabajador se siente con ánimos de trabajar, de cumplir objetivos.

4.3 Correlaciones

Tabla 8. *Coefficiente de correlación de Spearman*

Dimensiones	Logro	Poder	Afiliación	Estadísticos
Incentivo Laboral	,917**	,975**	,911**	Coefficiente de correlación Spearman
	0.00	0.01	0.00	Sig. (bilateral)
Incentivo económico	,935**	,915**	,922**	Coefficiente de correlación Spearman
	0.01	0.01	0.00	Sig. (bilateral)
Incentivo recreativo	,974**	,965**	,815**	Coefficiente de correlación Spearman
	0.00	0.00	0.00	Sig. (bilateral)
Incentivo educativo	,917**	,895**	,817**	Coefficiente de correlación Spearman
	0.00	0.00	0.00	Sig. (bilateral)
Incentivo social	,986**	,932**	,14**	Coefficiente de correlación Spearman
	0.00	0.00	0.00	Sig. (bilateral)

Se utilizó la prueba de correlación de Spearman en tanto los datos no siguen una distribución normal. Se comprueba la existencia de correlación cuanto la relación entre las dimensiones arroja un valor sigma menor a 0.05, De ser positivo la correlación a través de un sigma significativo, se procede a analizar y la intensidad de dicha correlación que se refleja en los coeficientes de Spearman (los mismos que van de -1 a 0 y de 0 a 1).

En otras palabras, todas las dimensiones pertenecientes a los incentivos laborales son positiva e intensamente correlacionales con las dimensiones de la motivación. Ello si bien es cierto no es una evidencia causa – efecto, sin embargo, brinda un panorama claro sobre la dependencia de ambas variables. En el análisis empresarial, estos hallazgos reflejan que a medida que las personas perciban como bueno el sistema de incentivos laborales estarán más motivados y viceversa, es decir que a medida que se les incentive económicamente a los colaboradores, mayor será su motivación de logro (buscarán metas superiores). Esto aplica para todas las dimensiones de incentivo y motivación.

4.4 Resultados del análisis de la causalidad entre constructos y por dimensiones.

Tabla 9. Modelo de regresión lineal simple entres variables

Estadísticos	B	Desv.		Sig.
		Error	Beta	
(Constante)	5.677	0.451		0.000
INCENT	0.131	0.118	0.916	0.000

Interpretación: Al realizar la prueba de regresión lineal, y obtener datos como el valor de sigma (menor a 0.05) y el valor del coeficiente Beta estandarizado de 0.9, se prueba que existe influencia entre la variable independiente (incentivos laborales) sobre la dependiente (motivación). A nivel de gestión esto implica que los incentivos laborales es un predictor de la motivación que perciben los colaboradores, por lo que, si la alta dirección de la empresa decide estimular, mejorar o rediseñar el sistema de incentivos laborales, esto afectaría de inmediato la motivación de los colaboradores.

Tabla 10. Modelo de regresión lineal simple entre las dimensiones de las variables

Estadísticos	B	Desv. Error	Beta	Sig.
(Constante)	5.616	0.624		0.000
IL	0.017	0.100	0.931	0.000
IE	0.036	0.131	0.951	0.000
IR	0.115	0.085	0.928	0.000
IEDU	0.110	0.094	0.921	0.000
ISOC	0.041	0.090	0.908	0.000

Interpretación: Además, se analizó las dimensiones de la variable independiente y se marcó la regresión lineal para comprobar si existe influencia de éstas sobre la variable dependiente (Motivación). En tal aspecto, todas las dimensiones confirman la existencia de influencia, puesto a que sus valores Sigmas son menores a 0.05 (cumplen con la regla de decisión)

Según el Coeficiente de Beta, se observó un mayor valor en Incentivos económicos (0.951) respecto a Motivación, lo cual significa que a mayor intensidad de estímulos económicos como bonos o vales de consumo, mayor será la motivación del colaborador en la empresa. Y en contraparte, se percibió un menor valor en Incentivos sociales (0.908) respecto a la Motivación, lo cual representa que a menor intensidad de recompensas sociales como actividades de integración, menor será la motivación dentro de la organización.

V. Discusión

En referencia al objetivo general de determinar si el incentivo laboral influye sobre la motivación de los colaboradores se encontró una influencia significativa y positiva, lo que indicó que, ante una mejor apreciación de los incentivos laborales en general, se producirá una mayor motivación, esto también fue hallado, por (Shine, Reputó, Khan y Raghuwanshi, 2015) los cuales buscando saber qué factores eran relevantes para motivar a los empleados encontraron que la recompensa y el reconocimiento tienen un gran impacto en la motivación de los empleados.

Al analizar el objetivo de determinar el tipo de incentivo laboral que más predomina en los colaboradores, los resultados obtenidos identificaron que el incentivo que principalmente reciben los trabajadores es el económico (el sueldo o remuneración), y es lo que valoraron más, mientras que los incentivos educativos, sociales o recreativos fueron menos apreciados por los colaboradores. Ciertamente esto se da tal como lo refirieron (Koontz y Weihrich, 2013), quienes revelaron que el dinero no puede ser ignorado como motivador ya sea de manera de remuneración, bonos, etc. o cualquier otra cosa que pueda darse a los trabajadores a cambio de su desempeño.

Sin embargo, Dessler (2009) refiere que la mayoría de las organizaciones emplean la combinación de incentivos económicos y no económicos. Los incentivos que reciben son aumento de sueldo, comisiones, etc. y también, reciben premios como el empleado del mes, reconocimientos por el logro de metas alcanzadas, convenios educativos, paseos recreativos.

Frente al objetivo de evaluar los niveles de la motivación de los colaboradores, se pudo encontrar que los colaboradores sienten estar motivados, con una calificación alta (5.19), a pesar de poseer incentivos laborales con percepciones ubicadas con una calificación regular de (3.74). Asimismo, el tipo de motivación que más predomina son las de los logros, con una media percibida de calificación alta, que está dada porque los colaboradores se muestran a favor y concuerdan con las metas que la empresa se traza y con el hecho de poder alcanzarlas puesto que ello les causa satisfacción. Estos resultados muestran un aspecto que caracteriza a los colaboradores y es que buscan potenciar sus capacidades y se proponen trabajar en situaciones difíciles porque al lograr cada meta se

sienten satisfechos o motivados. El análisis de las dimensiones poder y afiliación mostraron una calificación alta y regular respectivamente, entendiéndose con ello que se sienten más motivados al establecer control en aquellas situaciones que los llevan a competir y consecuentemente ganar que al socializar. Similares conclusiones obtuvo (Vaca, 2017) quien al realizar un estudio para indagar la relación de los factores motivacionales mediante el análisis de varias teorías de motivación: teoría de las necesidades de Maslow, teoría de las relaciones humanas de McGregor, teoría de la motivación – higiene de Frederick Herzberg, teoría de la satisfacción de las necesidades de McClelland y teoría de las expectativas halló que los factores más motivantes son la: afiliación, necesidades del logro y reconocimiento, salvo que en la presente investigación no se consideró relevante la afiliación.

Ante el objetivo de determinar si la dimensión incentivos laborales influyen en la motivación, se halló que existe influencia significativa y positiva, es decir ante una mejor percepción de los incentivos laborales esto causará una mayor motivación en los trabajadores, con lo cual se espera que también aumente su desempeño tal como lo encontró (Shine, Rajput, Khan y Raghuwanshi, 2015) quienes al buscar hallar los principales factores que motivan a los empleados y explicar cuál es la relación entre recompensa, reconocimiento y motivación mientras trabajan dentro de una organización concluyeron que las diferentes dimensiones de la motivación y la satisfacción en el trabajo están significativamente correlacionadas y la recompensa y el reconocimiento tienen un gran impacto en la motivación de los empleados.

Frente al el objetivo de determinar si la dimensión incentivos económicos influyen en la motivación, se halló influencia significativa lo que indica que una mejor valoración de los incentivos económicos, bonos, premios en dinero, recompensas monetarias causan una mayor motivación en los trabajadores. Ello fue también resultado del trabajo de (Ekpudu & Ojeifo, 2014), los que determinaron el papel de los incentivos financieros y las recompensas en la motivación de los empleados. El trabajo concluyó que los incentivos y premios financieros tienen una influencia positiva en la actitud de los empleados en el trabajo; en la satisfacción laboral y ésta influye en la productividad de los empleados, independientemente de su género y jerarquía en la organización; y que los incentivos y recompensas financieras motivan a los empleados más que los incentivos y recompensas no financieros en la empresa estudiada.

Ante el objetivo de determinar si la dimensión incentivos recreativos influyen en la motivación, se determinó que ésta dimensión influye positivamente, esto es, que la percepción de estos incentivos que tienen que ver con espacios de recreación que se pueden brindar a los empleados juntamente con los compañeros de trabajo y sus familias tiene un efecto positivo y significativo en la motivación de los colaboradores. Esto se entiende desde ya, porque en el entorno laboral actual en el que se tiene poco espacio para compartir tiempo de calidad con la familia, estos aspectos son apreciados por los colaboradores. Sin embargo, el trabajo de (Ekpudu & Ojeifo, 2014) halló que los incentivos y recompensas financieras motivan a los empleados más que los incentivos y recompensas no financieros.

Al evaluar si la dimensión incentivos educativos influye sobre la motivación, se halló influencia positiva y significativa, es decir mientras más incentivos de capacitación, formación y actualización perciban los empleados esto ocasionará mayor motivación en ellos. Este hallazgo puede compararse con el de (Barkley, 2017) quien en su investigación concluyó que, se sienten más motivados, cuando la organización les proporciona programas de capacitación, oportunidades de crecimiento profesional y equilibrio en la vida laboral, sobre todo cuando trabajan en un entorno de supervisión.

Finalmente, al evaluar si la dimensión incentivos sociales influye sobre la motivación de los colaboradores, se halló también influencia significativa, esto es, que los colaboradores al percibir un entorno social grato, en el que participa con sus compañeros inclusive con superiores en reuniones sociales, se siente más motivado para desarrollar su labor en la empresa. Este tipo de eventos puede servir para justamente reconocer el esfuerzo de los trabajadores lo que les brindará satisfacción y además eso mejoraría su desempeño. Este tipo de incentivos son los que se dan dentro del propio trabajo, como la satisfacción de completar una tarea, la apreciación del empleador (Ajila, 2004).

VI. Conclusiones

Respecto al objetivo general del estudio, se determinó que los incentivos laborales tienen una influencia significativa sobre la motivación, esto debido a que los colaboradores se motivan de manera inmediata tras percibir los estímulos que la organización les ofrece.

Se encontró también que el incentivo laboral mejor valorado era el económico, resultado que se esperaba pues en la situación actual del país el empleado busca mejorar su calidad de vida a partir de mejorar sus ingresos, menores valoraciones recibieron los incentivos no económicos.

La motivación en los trabajadores se encontró en su nivel alto, siendo la que más valoraron, la asociada a los logros, pues los trabajadores buscan alcanzar las metas que la empresa les plantea y ello es motivo de satisfacción para ellos.

Cuando se evaluó la influencia de los incentivos económicos en la motivación, se halló influencia significativa y positiva, esto refiere que, si el trabajador tiene una alta percepción de los incentivos económicos, entonces ello les causará mayor motivación para alcanzar lo que la empresa les pide.

Se halló que los incentivos recreativos influyen en la motivación de manera positiva, lo que refiere que lo que motiva también al trabajador es poder percibir espacios de recreación que no necesariamente estén asociados a un ingreso económico.

Los incentivos educativos también tuvieron influencia positiva en la motivación, es decir que al empleado también lo motiva el poder formarse y capacitarse dentro de la empresa para potenciar sus habilidades y de esta manera mejorar su desempeño.

Por último, los incentivos sociales influyen sobre la motivación de los colaboradores, esto es, que los colaboradores al percibir un entorno social grato, en el que participan en reuniones sociales con sus compañeros incluso con sus jefes, se sienten más motivados para desarrollar sus labores en la empresa.

VII. Recomendaciones

Establecer sistemas de incentivos para mejorar la motivación que se acople tanto a las necesidades del colaborador como al de la empresa dada la influencia positiva de los incentivos en la motivación del trabajador.

En referencia a la dimensión “motivación económica”, se sugiere incorporar una política de bonos adecuada para motivar el logro de metas u objetivos en la empresa, de modo que se genere una sana competencia por alcanzarlos y mantener motivados a los colaboradores por obtenerlos en los periodos subsiguientes.

Respecto a la dimensión “motivación de logros”, se debe establecer metas alcanzables y que sean incentivadas adecuadamente para que generen la motivación por lograrlas.

En referencia a la motivación de mayor ponderación que está asociada a los incentivos económicos, se sugiere implementarlos de manera gradual para conseguir mantener motivados a los trabajadores, buscando establecerlos en montos que sean atractivos y acorde al esfuerzo que se deba efectuar para llegar a ellos.

En relación a la dimensión “incentivos recreativos”, se debe incorporar actividades que unan a los colaboradores con sus familias para fortalecer los lazos entre los colaboradores, a fin de generar un ambiente laboral grato.

En referencia a la dimensión “incentivos educativos”, se sugiere plantear actividades de capacitación hacia los colaboradores que permitan mejorar su desempeño en su puesto laboral, de modo que se encuentre siempre actualizado y capacitado para ejercer mejor su función.

Respecto a la dimensión “incentivos sociales”, se debe fomentar eventos en los que se premie a los mejores trabajadores y se motive a los que no alcanzaron sus metas colocando como referentes a sus propios pares.

VIII. Referencias

- Abulraheem, M. (2016). The Influence of Rewards on Employees Performance. *British Journal of Economics, Management & Trade*. 13. 1-25.
- Ajila, C & Abiola, A. (2004). Influence of Rewards on Workers Performance in an Organization, *Journal of Social Science*, 8(1), pp.7-12
- Andrew (2004). Measuring job satisfaction surveys comparative analytical report, European foundation for the improvement of leaving and working condition, 2007
- Armstrong, M. (2003). “Employee Reward”, 3rd ed., London: CIPD.
- Barber, A. & Bretz, R. (2000). Compensation, attraction, and retention. In S. L. Rynes, & B. Gerhart (Eds.), *Compensation in organizations* (pp. 32–60). San Francisco: Jossey-Boss
- Barkley, A. (2017) Impact of work motivation on employee performance: A comparative study of Chinese small médium enterprise. *ResearchGate 1-67*
- Baron, R. (1983). *Behavior in organizations*. New York: Allyn & Bacon, Inc
- Bishop, J. (1987). “The Recognition and Reward of Employee Performance”, *Journal of Labor Economics*, 5(4), p.2.
- Chang, A. (2010). Estudio de la motivación laboral y el conocimiento de la necesidad predominante según la teoría de las necesidades de McClelland, en los médicos del Hospital Nacional Arzobispo Loayza (tesis de posgrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Chiaburu, D. & Tekleab, A. (2005), “Individual and contextual influences on multiple dimensions of training effectiveness”, *Journal of European Industrial Training*, Vol. 29 No. 8, pp. 604-26.
- Dalvi, M., & Ebrahimi, H. (2013). Investigating the Effects of Reward on the Cooperation in the Sale and Marketing Department from Managers’ Perspective (Isfahan Food industries Case Study). *International Journal of Academic Research in Business and Social sciences*, 3 (1), 144-153.
- Deepro, D. (1994). *How to recognize and reward employees*. New York: AMACOM.
- Dessler, G. (2009). *Administración de Recursos Humanos*, Decimoprimer edición, México, DF. Pearson Educación
- Diario Gestión. (2016). Lo que están haciendo las compañías peruanas para ser más competitivas. Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/haciendo-companias-peruanas-competitivas-108146>

- Ekpudu, J. & Ojeifo, S. (2014) Financial Incentives and Rewards on Employee Motivation in the Nigerian Electricity Distribution Company. *European Journal of Business and Management*, 6 (2) 89-95
- González-Alva, S. (2014). Gestión del desempeño y motivación de los trabajadores de una empresa automotriz. *San Martín Emprendedor*, 5(51), 14–34. Retrieved from http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1653/1/sme_v5n1_art2.pdf
- Hernández et. al. (2006) *Metodología de la investigación* (6^{ta} ed.). Mc Graw Hill/ INTERAMERICANA EDITORES, S.A: México
- Koontz, H. & Weihrich, H. (2013). *Elementos de Administración* (8^{ta} ed.), México, DF. McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- LePine, J., Erez, A. & Johnson, D. (2002), “The nature and dimensionality of organizational citizenship behavior: a critical review and metaanalysis”, *Journal of Applied Psychology*, 8 (1), 52-66
- Lewis, J. (2013). Differences between monetary and non-monetary incentives. Accessed on 4th May, 2013 at www.smallbusiness.chron.com/
- Locke, E. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp.1297-1349). Chicago: Rand McNally.
- Lucas, L. & Ogilvie, D. (2006). Things are not always what they seem. How reputations, culture and incentives influence knowledge transfer”, *The Learning Organization*, Vol. 13 No. 1, pp. 7-24.
- Luthans, F. (1998). *Organizational Behavior*. Boston: Irwin McGraw-Hill. Luthans, Fred, Harriette S. McCaul, Nancy G. Dodd (1985). Organizational Commitment: A Comparison of American, Japanese, and Korean Employees, *The Academy of Management Journal*, 28(1), pp.213-219.
- Macey, W.H., Schneider, B., Barbera, K.M., Young, S.A. 2011, *Employee Engagement: tools for Analysis, Practice, and Competitive Advantage*, Wiley-Blackwell, Malden, MA.
- McClelland, DC. (1989). *Estudio de la Motivación Humana*. Madrid, Nancea.
- Malhotra, N., Budhwar, P. & Prowse, P. (2007). Linking rewards to commitment: An empirical investigation of four UK call centres. *International Journal of Human Resource Management*, 18(12), 2095–2017.

- Mitchell, T. (1997). Matching motivational strategies with organizational contexts. In L. Cummings & B. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior* (pp. 57-149). Greenwich, Conn.: JAI Press.
- Moser, K. (1997). Commitment in organizations. *Psychologies*, 41 (4), pp.160-170.
- Mottaz, C. J. (1985). The Relative Importance of Intrinsic and Extrinsic Rewards as Determinants of Work Satisfaction. *The Sociological Quarterly*, 26(3), 365–385. doi:10.1111/j.1533-8525.1985.tb00233.x
- Nas, T. (2006). “Sağlık Örgütlerinde Ödüllendirme Sistemlerinin Performans Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama” (The Effects of Reward Systems in Health Organizations on Performance): An Application”, Gazi University, Institute of Social Sciences, Master Thesis.
- Noriega, I. (2016). Los incentivos laborales en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa latino distribuciones S.A.C distrito de Trujillo (*tesis de pregrado*). Universidad Nacional de Trujillo: Trujillo
- Observatorio de Recursos Humanos. (2017). El 90% de las empresas trabaja con planes de incentivos comerciales obsoletos – ORH. Recuperado el 15 de junio del 2018: <https://www.observatoriorh.com/compensacion-y-beneficios/90-empresas-trabaja-planes-incentivos-comerciales-obsoletos.html>
- Palma, S. (1998) Motivación y Desempeño Laboral. Separata Fac. Psicología URP. Lima.
- Patchen, M. (1970). Participation, achievement, and involvement on the job. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Patchen, M., Pelz, D. C., & Allen, C. W. (1965). Some questionnaire measures of employee motivation and morale. Ann Arbor, MI: Institute for Social Research.
- Pratheepkanth, P. (2011). Reward System and Its Impact On Employee Motivation in Commercial Bank of Sri Lanka Plc, In Jaffna District. *Global Journal of Management and Business Research*, ISSN: 0975-5853, 11(4), 84–92. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2012.03.002>
- Porter, L. & Lawler, E. (1968). *Managerial Attitudes and Performance*. Homewood, IL: Dorsey Press.
- Reio, T. & Callahan, J. *Journal of Business and Psychology* (2004) 19: 3. <https://doi.org/10.1023/B:JOBU.0000040269.72795.ce>
- Rusbult, C., Farrell, D., Rogers, D. & Mainous, A. (1988). Impact of exchange variables on exit, voice, loyalty, and neglect: An integrative model of responses to declining job satisfaction. *Academy of Management Journal*, 31(3), pp.599-627.
- Rutherford, D. G. (1990). *Hotel Management and Operations*. New York, NY: Van Nostrand Reinhold.

- Sodexo. (2018). Beneficios laborales. Recuperado el 10 de Mayo del 2019: <https://info.sodexo.com.uy/beneficios-laborales>
- Steers, R. & Braunstein, D. A (1976) Behaviorally Based Measure of Manifest Needs in Work Settings. *Journal of Vocational Behaviour*, 2, 254.
- Taspınar, F. (2006). “Motivasyon Araçlarının isgören Motivasyonu Üzerine Etkisi:Afyonkarahisar ilindeki Termal Otel işletmelerinde Bir Arastırma” (The Effects of Motivation Tools on Employee Motivation: An Application on Thermal Hotels in AfyonKarahisar), Master Thesis, Afyon Kocatepe University, Institute of Social Sciences
- Vaca, M. (2017). Motivación Laboral en los servidores públicos de Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 2(7), 101–108.
- Vroom, V. (1964). *Work and Motivation*. Wiley, New York. Wahba, M., House, R., 1974. Expectancy theory in work and motivation: some logical and methodological issues. *Human Relations* 27, 121–147.
- Yang, H. (2008). “Efficiency Wages and Subjective Performance Pay”, *Economic Inquiry*, 46(2), pp. 179–196.
- Zafar, N., e Ishaq, S. (2014). Determinants of Employee Motivation and its impact on Knowledge Transfer and Job Satisfaction. *International Journal of*, 4(3), 50–69. Retrieved from: http://paper.ijcsns.org/07_book/200808/20080808.pdf%5Cnhttp://www.macrothink.org/journal/index.php/ijhrs/article/view/5874

X. Anexos

Anexo 1: Cuestionario

Objetivo: El siguiente cuestionario tiene como objetivo principal obtener información para conocer los atributos sobre cómo percibe **el incentivo laboral** en la empresa

Instrucciones: Estos ítems serán calificados utilizando una escala Likert de 7 puntos. Estos puntos de la escala son “totalmente en desacuerdo” (1), “muy en desacuerdo” (2), “en desacuerdo” (3), “indiferente” (4) “de acuerdo” (5) ; “ muy de acuerdo” (6) y “Totalmente de acuerdo” (7) **Por favor marcar solo una opción**

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5	6	7

Incentivos laborales								
1	¿Nos permite aportar nuevas ideas en el puesto de trabajo?	1	2	3	4	5	6	7
2	¿Su trabajo es adecuadamente valorado por la distribuidora?	1	2	3	4	5	6	7
3	¿Se le reconoce por su desempeño laboral eficiente?	1	2	3	4	5	6	7
Incentivo económico								
4	¿Se le remuneran adecuadamente por el esfuerzo realizado?	1	2	3	4	5	6	7
5	¿Los pagos están relacionados directamente con su rendimiento laboral?	1	2	3	4	5	6	7
6	¿Hay colaboradores que trabajan menos que usted y ganan más en la distribuidora?	1	2	3	4	5	6	7
Incentivos recreativos								
7	¿Se realizan actividades recreativas como: paseos, deportes, campamentos u otros?	1	2	3	4	5	6	7
8	¿Se les invita a participar en campeonatos deportivos con otras distribuidoras?	1	2	3	4	5	6	7
9	¿Se otorgan reconocimientos para el mejor vendedor del mes?	1	2	3	4	5	6	7
Incentivos educativos								
10	¿Reciben capacitación para el desempeño de sus actividades?	1	2	3	4	5	6	7
11	¿Hay convenios con universidades para continuación de estudios profesionales?	1	2	3	4	5	6	7
12	¿Recibe apoyo económico para estudios relacionados a su trabajo?	1	2	3	4	5	6	7
Incentivos sociales								
13	¿Se les invita a participar de eventos sociales con otras distribuidoras?	1	2	3	4	5	6	7
14	¿Participa de reuniones sociales con la gerencia por su buen desempeño?	1	2	3	4	5	6	7
15	¿Realizan eventos sociales exclusivos para los mejores colaboradores?	1	2	3	4	5	6	7

El siguiente cuestionario tiene como objetivo principal obtener información para conocer los atributos sobre cómo percibe la **motivación laboral** en su empresa. **Por favor marque sólo una opción.**

Totalmente en desacuerdo	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5	6	7

Preguntas de logro								
1	Intento mejorar mi desempeño laboral	1	2	3	4	5	6	7
2	Me gusta trabajar en situaciones difíciles y desafiantes	1	2	3	4	5	6	7
3	Me gusta ser programado(a) en tareas complejas	1	2	3	4	5	6	7
4	Me gusta fijar y alcanzar metas realistas	1	2	3	4	5	6	7
5	Disfruto con la satisfacción de terminar una tarea difícil	1	2	3	4	5	6	7
Preguntas de Poder								
6	Me gusta trabajar en competición y ganar	1	2	3	4	5	6	7
7	Me gusta trabajar en situaciones de estrés y presión	1	2	3	4	5	6	7
8	Confronto a la gente con quien estoy en desacuerdo	1	2	3	4	5	6	7
9	Me gusta influenciar a la gente para conseguir mi objetivo	1	2	3	4	5	6	7
10	Frecuentemente me esfuerzo por tener más control sobre los acontecimientos o hechos que me rodean	1	2	3	4	5	6	7
Preguntas de Afiliación								
11	A menudo me encuentro hablando con otras personas sobre temas que no forman parte del trabajo	1	2	3	4	5	6	7
12	Me gusta estar en compañía de otras personas que laboran en el trabajo	1	2	3	4	5	6	7
13	Tiendo a construir relaciones cercanas con los compañeros(as) de trabajo	1	2	3	4	5	6	7
14	Me gusta pertenecer a los grupos y organizaciones	1	2	3	4	5	6	7
15	Prefiero trabajar con otras personas más que trabajar solo(a)	1	2	3	4	5	6	7

Anexo 2: Consentimiento informado

Fecha _____

Yo _____, colaborador(a)
de _____, en base a lo expuesto en el presente documento, acepto
voluntariamente participar en la investigación
“ _____”, conducida por el(la) Profesor(a)
_____, investigador(a) de USAT

He sido informado(a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de este estudio y de las características de mi participación. Reconozco que la información que provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, esta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado(a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin tener que dar explicaciones ni sufrir consecuencia alguna por tal decisión.

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al Investigador Responsable del proyecto al correo electrónico _____, o al teléfono _____.

Nombre y firma del participante

NOMBRE
Investigador responsable

Anexo 3: Constancia de Validación por juicio de expertos



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe Fiorilla Del Milagro Casco Guevara, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **“INFLUENCIA DE LOS INCENTIVOS LABORALES EN LA MOTIVACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA DISTRIBUIDORA SIPAN DISTRIBUCIONES S.A.C., CHICLAYO 2019”**, elaborado por el estudiante **Roger Daniel Gonzales Niño** ; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 2019

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Fiorilla Del Milagro Casco Guevara.

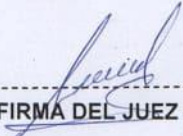
Cargo Actual: Responsable de la Oficina de Recursos Humanos - FN- USHP.

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Deius Sánchez Linares, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **“INFLUENCIA DE LOS INCENTIVOS LABORALES EN LA MOTIVACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA DISTRIBUIDORA SIPAN DISTRIBUCIONES S.A.C., CHICLAYO 2019”**, elaborado por el estudiante **Roger Daniel Gonzales Niño** ; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 2019



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Deius Sánchez Linares
Cargo Actual: Docente de Practicas nivel Universitario

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, CESAR M. CHUMAN CABEZAS, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciado en Administración de Empresas**, titulado **"INFLUENCIA DE LOS INCENTIVOS LABORALES EN LA MOTIVACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA DISTRIBUIDORA SIPAN DISTRIBUCIONES S.A.C., CHICLAYO 2019"**, elaborado por el estudiante **Roger Daniel Gonzales Niño** ; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 2019



FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: CESAR MANUEL CHUMAN CABEZAS

Cargo Actual: DOCENTE