



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**La comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona  
Especial de Desarrollo de Paita, 2021.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

**AUTORAS:**

Cárcamo Ramos, Sughey Yovana (<https://orcid.org/0000-0002-8218-2543>)

Salas Huamani, Miluska Susana (<https://orcid.org/0000-0002-7356-8225>)

**ASESORA:**

Dra. Luna Gamarra, Magaly Ericka (<https://orcid.org/0000-0002-7543-9275>)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

## **AGRADECIMIENTO**

Esta investigación se la dedicamos a Dios, a nuestros padres e hijos, quienes nos han apoyado a lo largo de Este camino que no ha sido fácil y estuvo lleno de obstáculos, que no solo nos brindaron su apoyo incondicional, sino que también se sacrificaron con nosotros para que pudiéramos tener un mejor futuro académico.

## **DEDICATORIA**

Esta investigación se la dedicamos a Dios, a nuestros padres e hijos, quienes nos han apoyado a lo largo de este camino que no ha sido fácil y estuvo lleno de obstáculos, que no solo nos brindaron su apoyo incondicional, sino que también se sacrificaron con nosotros para que pudiéramos tener un mejor futuro académico.

## índice de contenidos

AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA	iii
índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III.METODOLOGÍA	10
3.1. Tipo y diseño de investigación	10
3.2. Variables y operacionalización	10
3.3. Población, muestra y muestreo	13
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección-----	14
3 5. Procedimientos	15
3 6. Método de análisis de datos	15
3 7. Aspectos éticos	15
RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN	26
VI.CONCLUSIONES	28
VII.RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	30
ANEXOS	34

## Índice de tabla

Tabla 1. Distribución de frecuencia de Comunicación Organizacional .....	16
Tabla 2. Distribución de frecuencia de Comunicación Descendente .....	17
Tabla 3. Distribución de frecuencia de Comunicación Ascendente .....	18
Tabla 4. Distribución de frecuencia de Comunicación Horizontal .....	19
Tabla 5. Distribución de frecuencia de Incentivo Laboral .....	20
Tabla 6. Distribución de frecuencia de Incentivo Monetario.....	21
Tabla 7. Distribución de frecuencia de Incentivo No Monetario .....	22
Tabla 8. Grado de relación según coeficiente de correlación Rho Spearman .....	23
Tabla 9. Correlación entre comunicación organizacional y el incentivo laboral...24	
Tabla 10. Correlación entre comunicación organizacional y el incentivo monetario .....	24
Tabla 11. Correlación entre comunicación organizacional y el no incentivo monetario .....	25

## Índice de figuras

Figura 1. Diagrama de barras de la variable de comunicación organizacional .....	16
Figura 2. Diagrama de barras de la dimensión de comunicación descendente.....	17
Figura 3. Diagrama de barras de la dimensión de comunicación ascendente.....	18
Figura 4. Diagrama de barras de la dimensión de comunicación horizontal.....	19
Figura 5. Diagrama de barras de la variable de incentivo laboral.....	20
Figura 6. Diagrama de barras de la dimensión de incentivo monetario .....	21
Figura 7. Diagrama de barras de la dimensión de incentivo no monetario .....	22

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la Comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial de Desarrollo de Paita, 2021. El método fue de tipo básica, nivel descriptivo correlacional, enfoque cuantitativo, su diseño no experimental de corte transversal, aplicado a 20 trabajadores de la empresa por medio del censo, para la recolección de información se utilizó el instrumento cuestionario conformado por 23 preguntas de tipo Likert. El procesamiento de la información fue por medio del software SPSS versión 25, se hizo la prueba de confiabilidad en función a la estadística eficiente de alfa de Cronbach. Se concluye que existe relación entre la Comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial de Desarrollo de Paita, 2021, hallándose con un valor según la correlación de Rho de Spearman es 0,837 representando una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables y una sig.= 0,000 por lo tanto se acepta la relación.

Palabra Clave: Comunicación, organización, incentivo, laboral, monetario.

## **Abstract**

The general objective of the research was to determine the relationship between organizational communication and labor incentive in the Special Development Zone of Paita, 2021. The method was of basic type, descriptive correlational level, quantitative approach, non-experimental cross-sectional design, applied to 20 workers of the company by census, for the collection of information was used the questionnaire instrument consisting of 23 Likert-type questions. The information was processed by means of the SPSS software version 25, and the reliability test was carried out according to the Cronbach's alpha efficient statistic. It is concluded that there is a relationship between organizational communication and labor incentive in the Special Development Zone of Paita, 2021, finding a value according to Spearman's Rho correlation is 0.837 representing a very strong positive correlation between the two variables and a sig.= 0.000 therefore the relationship is accepted.

Keyword: Communication, organization, incentive, labor, monetary.



## **I. INTRODUCCIÓN**

En las empresas las satisfacciones son aspectos primordiales en la gestión de talento humano, cuyo objetivo del artículo es estudiar desde la percepción de los trabajadores. La búsqueda es de enfoque empírico, racional y causal, teniendo ambas variables no manipuladas y teniendo los datos específicos. Se realizó la encuesta de una muestra probabilística de 80 personas. El coeficiente Alpha de Cronbach superior a 0,70 nos da la confiabilidad de la escala. En el estudio se apreciaron diferencias en las valoraciones que hacen trabajadores en las organizaciones, las relaciones de unidad, la satisfacción intrínseca, siendo así los resultados sobresalientes contribuyendo de manera positiva en la organización la satisfacción y el desempeño.

La comunicación interna tuvo crecimiento dentro de la organización donde se direccionó en un solo objetivo. En la búsqueda, se mostró el impacto y el nivel de la comunicación interna en la organización, se indagó en diversas bases de datos. El principal hallazgo manifestó lo importante de mantener una buena comunicación interna, como herramientas de las gestiones públicas estratégicas, concluyendo que el nivel de comunicación interna de las organizaciones privadas es mayor que las organizaciones del estado, donde se obtuvo solución de liderazgo organizacional.

La investigación se desarrolló en la Zona Especial de Desarrollo de Paita es zona primaria aduanera de tratamiento especial, con impulsó al crecimiento de una inversión privada a fin de dar trabajo, los productos y servicios en el ámbito de influencia, las exportaciones donde se tuvo en cuenta la economía regional. Se promovió y dio servicio a todos los clientes para tener potencial empresarial. Al 2042 tendrá un crecimiento económico del país dando aportaciones, fomentar la inversión privada al 100% de su área habilitada actual. El incentivo laboral en la empresa afecta el desempeño de los trabajadores no habiendo una comunicación constante, fluida con los jefes directos, muchas veces realizan un trabajo deficiente porque no se sienten motivados, muestran desinterés de tal manera que no realizan correctamente sus labores al preferir trabajar en silencio y no consultar, siendo así cuando se delega un trabajo les cuesta mucho organizarlo, no cuentan con la

información que necesitan para poder realizar sus labores. Esto conlleva a las deficiencias en las funciones y bajo rendimiento que realizan, debido a las pocas capacitaciones y no contar con las herramientas adecuadas, se encuentran descontento ya que el esfuerzo que requiere le dificultad, no se percibe buenos resultados cuando realizan la evaluación de desempeño. Asimismo, la poca motivación se refleja en los trabajadores, no les brindan recompensas, incentivos, por lo que no contribuye a esforzarse más de lo que ellos pueden dar, sienten que su esfuerzo no es valorado y les crea frustración y desanimo en el ámbito laboral afectando la comunicación.

Las interrogantes o preguntas formo parte de la investigación, al respecto, se formuló el problema general: ¿qué relación existe entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la zona especial desarrollo de Paita, 2021?, y como problemas secundarios: 1) ¿qué relación existe entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la zona especial desarrollo de Paita, 2021? 2) ¿qué relación existe entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021? Todo estudio científico tuvo la razón de ser en los diferentes escenarios, así como teóricamente se pudo averiguar que se realizó con la finalidad de saber que influenciará en la comunicación y el incentivo en la zona especial de desarrollo de Paita, para que la empresa pueda proyectarse en su avance. Se constataron las teorías que existieron, siendo la más ajustada a la problemática, la teoría de Chiavenato, que el incentivo es conocido como estímulos o recompensas. En las empresas existen sistemas de incentivos conocido por motivación que estimulan los comportamientos. Se presentó la investigación proponiendo un mejor estímulo a sus trabajadores proyectándose en seguir sumando esfuerzos para continuar con el incentivo laboral teniendo los empleadores en la entidad donde se concretaron los objetivos que se establecieron según el reglamento dándoles las capacidades a los trabajadores en la organización. En la metodología se cuenta con los instrumentos donde se pudieron medir con la comunicación organizacional y el incentivo laboral donde fueron resaltantes y confiables donde se obtuvo la aceptación de continuar con la guía para las investigaciones sobre el tema. Se consideró que el cuestionario tuvo una forma de medir la problemática que se suscitó, la información que se obtuvo para compartir

nuestras experiencias con los demás. En la práctica se llegó a concretar la intención de saber que la comunicación organizacional y el incentivo laboral se encuentran constituidos como uno de las bases elemental interno en la evolución de la empresa. Este estudio benefició a la empresa zona especial de desarrollo Paita sino a otras empresas que tengan el empuje de mejorar la comunicación organizacional y el incentivo laboral. En conclusión, se logró beneficiar a los estudiantes universitarios que realizaron su investigación de carácter similar a las entidades y superiores al mando para la reflexión de la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la empresa del sector público.

La finalidad de las investigaciones es primordial de los estudios que se presentaron como objetivo general es determinar la relación que existió entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021. Asimismo, como objetivos específicos determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021, determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021.

Hipótesis general tuvo relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021. Asimismo, como hipótesis específicas hubo relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021, hubo relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Los antecedentes en los estudios científicos son el baluarte de otros puesto que direccionan y dan confiabilidad es así que presenta a Duarte (2019), *Diagnosis of internal organizational communication and its impact on the institutional performance of the Gad municipal de cantón salitre*. La inconsistencia de la practica en GAD municipal de Salitre no es clara dentro de la comunicación organizacional interna. Tuvo como finalidad: definir si el proceso comunicacional interno causa la baja práctica externa de la organización pública. Justifica que mejor constancia la organización gestiona los recursos de la localidad ofrece un bajo nivel de amabilidad a los clientes. Con una investigación de tipo descriptiva un criterio mixto que utilizan técnicas cuantitativas y cualitativas. Población: Sus actas entregadas tienen 425 profesionales, actualmente no labora la misma cantidad por la variación del gobierno local, adquiriendo un muestreo de manera No probabilística – Intencional de 100 colaboradores. Obteniendo como resultado la idea expuesta. Proponen plantear de una manera que fortalezca la comunicación organizacional interna y cumplir con la entidad.

Papic (2019), *Types of internal organizational communication in municipal educational facilities in Chile*. El objetivo establece el tipo de comunicación interna que se adapta entre personal de la directiva y docentes en la coordinación, visionándose a los objetivos en el régimen educativo del municipalizado en Chile. La parte cuantitativa la metodología se dio encuestando al 40 % de los rangos altos y al 40 % de los educadores. Obtuvieron 246 resultados en sus encuestas. La fase cualitativa se formularon preguntas en a dos dirigentes administrativos de enseñanza municipal. En conclusión, los resultados manifiestan que quienes ejercitan son los directores, comunicación de tipo formal, descendente, horizontal y ascendente para organizar con los educadores en el crecimiento de las labores determinado al realizarse con un solo objetivo. Finalmente podemos decir que los tipos de comunicación ayudan a organizar las labores de directores y los docentes en el desarrollo de la administración de la institución pedagógica. Aporte Lo que debe de tener en cuenta la parte administrativa como la plana docente tener una idea de trabajo para llegar a desarrolla y obteniendo resultados de una comunicación eficaz.

Moreno, et al (2018), *The organizational listening as a communication strategy. Analysis of its management in Spain, la atención del planteamiento de la comunicación - estudio de gestión en España*. El objetivo es analizar la práctica de la organización como habilidad de comunicación en las entidades de España. Con su distinción, la comunicación organizacional no es una estrategia muy estudiada. Se debe tener en cuenta si las organizaciones españolas utilizan técnicas de programas estratégicos en su relación pública, de esta manera conocer su instauración. Su metodología es cuantitativa a través de la encuesta a los stakeholders y comunicadores de la organización española. Las conclusiones refieren que las organizaciones en España utilizan esta estrategia muy poco a la medición de comunicación y otra el cliente sienta que las organizaciones hagan uso positivista de sus rendimientos. Aporte las organizaciones deben de tener estrategias para que tengan mejores resultados, para su propio beneficio de uno mismo, pero a su vez brindarle también a los usuarios o clientes ofertas, descuentos y sientan que también piensan en ellos, mediante una comunicación constante.

Veintimilla (2021), en su investigación titulada *Job satisfaction and its impact on the climate labor of the collaborators of the COAC Virgen del Cisne in 2018*, en esta búsqueda se desea saber si la satisfacción perjudica al clima de los trabajadores, Lo que se quiere encontrar es como dimensionan en el trabajo los colaboradores de la empresa, para determinar los niveles de motivación que fueron aplicados a 90 trabajadores de la cooperativa de servicios en la parte administrativa. Lo que se reflejó que el clima laboral no es satisfactorio y se evidencia que las variables tienen un bajo rendimiento.

Sánchez (2017), *Job satisfaction in work settings. A qualitative approach for study*. El logro de las empresas modernas consiste de una manera importante la tenacidad de integrar a los empleadores en los planes de la organización, para que los colaboradores tengan prioridad con las normas que establecen la empresa. Tomando el factor humano de prioridad para ser competentes, teniendo a los trabajadores con mejor disposición y motivados. Tomando este hecho, el factor se ha transformado como recursos estratégicos para la mejora. Este trabajo diferencia las relaciones entre la condición laboral y el placer de los empleados que trabajan en

entidades del mismo rubro situadas en diversas empresas de México, con un enfoque cualitativo que se obtuvo siguiendo un cuestionario semiestructurado. Teniendo como resultado variación, estos se relacionan con la condición de los trabajos.

Castillo (2018) en la tesis “Comunicación organizacional y satisfacción laboral en la empresa sour comunicaciones S.A.C. Lima – 2016”, determino el poco dialogo que sostienen los empleadores en la entidad esta enlazado con el nivel de satisfacción de los empleadores desanimados, con el poco empeño con la empresa. La investigación fueron los cuestionarios. Se obtuvo entre ambas variables 33 preguntas realizadas, siendo así que la primera variable presentando cuatro dimensiones de la operacionalización teniendo un nivel de seguridad de 0,872 y la segunda cuenta con 3 dimensiones teniendo un nivel de confianza de 0,861. Teniendo una relación significativa muy alta entre ambas variables.

Condori y de la Cruz (2017), El Sistema de Incentivos y la Satisfacción Laboral del personal en la oficina de Recursos Humanos del Gobierno Regional de Huancavelica – 2015. Su estudio fue realizado demostrando  $\rho = 0.000 < 0.05$  y que tuvo una rho 95,0% que existe una buena relación por lo que incide de manera positiva ambas variables.

Vicente (2019), su investigación Incentivo laboral y Compromiso organizacional en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, Lima – 2019. Este trabajo porque se relaciona con el enfoque cuantitativo, aplicada, en un nivel descriptivo. Los habitantes están constituidos por cien empleadores su muestra es ochenta empleados del RENIEC. En su hipótesis salió la correlación 0,507, y una sig. = 0.000 ( $p < 0.05$ ) por lo que se niega la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. En conclusión, tiene relación significativa entre ambas variables.

Torres (2017) en su investigación Incentivos laborales y clima organizacional en la gerencia de medio ambiente de la Municipalidad de Pachacamac, 2016, Tuvo 60 trabajadores, el análisis descriptivo Rho de Spearman = 0,61, alta relación entre las variables, con una  $\rho = 0.00$  ( $p < 0.05$ ), el cual se rechaza la hipótesis nula.

Piedra (2020), en su investigación titulada Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana. Tuvo como finalidad conocer si tiene conexión con la comunicación y sus tres dimensiones del incentivo para los colaboradores de la parte educativa de la universidad de comunicaciones. Tuvo tipo descriptivo correlacional con diseño fue transaccional. Fueron ochenta empleadores, distribuidos en personal de docencia y coordinadores y de edades aproximadamente 25 y 65 de edad. No se procedió el muestreo, por lo cual se decidió realizar con el 100 por ciento de personas, que se procedió hacer un censo. Se recopiló información, realizó las preguntas generales de satisfacción y Test de Comunicación Organizacional. Para obtener como resultados Spearman entre ambas variables fue de 0.809, finaliza que existe relación en los educadores en la organización.

Para medir la comunicación organizacional se ha visto necesariamente en ver la perspectiva de la escuela de las relaciones humanas reconoce el nivel de comunicación descendente, ascendente y lateral un buen manejo del equipo. Esto una manera apreciar el desempeño, creatividad y la productividad. Fisher (1993).

La teoría de la Jerarquía de las necesidades de Maslow, entre lo social están la colaboración, de aprobación por parte de los trabajadores, de intercambio de confraternidad, cariño y amor. Chiavenato (2004)

Para determinar el incentivo laboral se ha tomado en cuenta la teoría de Herzberg o de la motivación e higiene demuestra que hay dos factores que deben ser tomados: Factores higiénicos o extrínsecos, están en el mismo entorno de las personas de las cuales desempeñan sus labores. Ambos factores se encuentran Controlados y se relacionan con el desempeño. Chiavenato (2004).

El modelo de las expectativas de Lawler, que está desarrollado en la teoría de Vroom quien lo relacionó con el dinero, que le permite satisfacer necesidades sociales. Chiavenato (2004)

Adler & Marquardt (2005) la comunicación es una transformación que permite trasladar información sobre un determinado campo con la finalidad de dinamizar los procesos.

Chiavenato (2012), el incentivo laboral es conocido como estímulos o recompensas. En las entidades tienen un sistema de incentivos llamados motivación para estimular determinados comportamientos. El sistema de premios incluye todas las prestaciones que la entidad tiene en brindar a todos, así se da los procedimientos necesarios para distribuirlos. No se trata solo costos, días libres, ascensos sino también la certeza de continuar en el cargo, traslado a puestos laterales con oportunidades que permitan su desarrollo, así sus sobresalientes habilidades de destacar por servicios sobresalientes. Incentivos son los pagos de dicha empresa para los que participan bonos, regalos, beneficios sociales, ascensos, confianza en el empleo, supervisión abierta, valoración de su trabajo, etc.). Dándoles de las contribuciones, el incentivo posee una grande de conveniencia subjetiva, determina a trabajador y empleador para lo que es de ayuda como también no puede hacerlo para la otra persona.

Trelles (2016), precisa la comunicación organizacional es el inicio de evolución, mensajes y medios implicados para la participación de la entidad. No solo a los mensajes, también hechos, al proceder por lo cual las empresas brindan o transmiten sobre su identidad, la misión su manera en realizar las cosas y sobre sus clientes.

Fajardo Valencia, y Nivia Flóres (2016), expresa que: La comunicación evalúa el desarrollo del fenómeno comunicacional en las organizaciones en ámbito de la corporación, añadido a la naturaleza del individuo y los grupos que la integran.

Olivares (2016), señala la comunicación organizacional como el desarrollo mediante el cual un individuo se pone en comunicación con otro por medio de una idea, sucesos o comportamiento, confiando que esta última tenga resultado, como opiniones, actitudes o comportamientos.



Cruz (2016), la comunicación desempeña un rol valioso conforme a la postura de cada individuo, un trabajador bien comunicado desarrollará un buen trabajo en cambio el que no esté involucrado su actuar no será la mejor para brindar un apoyo en todo sentido.

De Castro (2014), manifiesta que la comunicación es quien constituye los organismos y son parte de la cultura o métodos. Debido a ello, el mensaje entre el personal en los distintos estatus jerárquicos en la empresa, deberá ser fluida.

Silva (2016), define que el incentivo es el estímulo que brinda a un individuo, equipo o grupo económico, teniendo como finalidad elevar la producción y mejoramiento del rendimiento.

Fisher (2013), Los incentivos no implican un mejoramiento en el desempeño a corto plazo. Un mejor plan de motivación de trabajadores tiene que contar con un plan de formación que afiance el conocimiento del rol y las funciones que cada individuo realiza dentro de la corporación.

Aguiar, et al (2012), Los incentivos son un extra que otorgan a los colaboradores de una empresa a parte de su salario o sueldo por realizar de la mejor manera su trabajo y haber alcanzado la meta propuesta al inicio de mes o año. Además, son realmente necesarios para estimular el trabajo en los colaboradores de la organización y de este modo aumentar la productividad y las ganancias económicas en la empresa.

Dessler (2015), Los incentivos ayudan a motivar a los trabajadores, el cual funciona si el incentivo cumple con las obligaciones para el empleado. El colaborador se siente motivado, si el incentivo agrada una necesidad y surge una superior jerarquía.

Urrego (2016), el estímulo u incentivo es tratarse de un persona, entidad o sector. Estos incentivos normalmente son como la organización reconozca a sus empleadores los cuales pueden ser una motivación.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

La investigación fue de tipo básica para la validez de la investigación fue necesario contar con una metodología que nos dio cierto grado de confiabilidad, por lo que se consideró el diseño es una estructura: No experimental con corte transversal, las variables no fueron maniobradas, las informaciones fueron obtenida en un solo momento.

El diseño de indagación se empleó, fue de diseño no experimental tal como manifestaron Hernández, et al (2014), es aquel que no podrá maniobrar de manera intencionado las variables independientes y así ver la consecuencia de otras variables, que no hay dominio de las variables ni es aceptable poder interrelación en una ocasión donde se determinará. Se realizará la indagación para analizar fenómenos en su entorno natural para luego poder averiguar.

El estudio fue de nivel correlacional donde Hernández, et al (2020), lo explican como la asociación entre dos o más variables. En situaciones normales solo busca estudiar el vínculo entre dos o más variables de investigación. En donde se correlaciona la variable comunicación organizacional y el incentivo laboral.

#### **3.2. Variables y operacionalización**

##### **Variable 1. Comunicación organizacional.**

Adler & Marquardt (2005) la comunicación es una transformación que permite trasladar información sobre un determinado campo con la finalidad de dinamizar los procesos.

##### **Definición operacional**

La comunicación organizacional se evalúa tomando en cuenta la tipología que determinan la comunicación descendente, comunicación ascendente finalmente comunicación horizontal en el análisis mediante un cuestionario.

Dimensión 1. Comunicación descendente, esta representa cuando los superiores transmiten mensajes a sus subordinados. Es así que tiene las instrucciones de trabajo son los detalles de que hacer o como realizarlo, la lógica de trabajo es como realizar las tareas que se asignan según los procedimientos y prácticas organizacionales según los beneficios o reglamentos, retroalimentación a subordinados todo lo que, conforme al desempeño, al compromiso que asuma y adoctrinamiento busca incentivar colaboradores en la misión de la organización.

Indicador 1. Instrumentos para el trabajo, son considerados bienes indispensables para que el trabajador pueda prestar el servicio pactado. Indicador 2. Lógica del trabajo, Tener una buena comunicación con los compañeros del trabajo. Indicador 3. Procedimientos y prácticas, Tiene sus procedimientos para regular en las áreas de trabajo. Indicador 4. Retroalimentación, es la eficiencia del desempeño de alguien. Indicador 5. Adoctrinamiento, desea animar a sus trabajadores en la representación de la empresa.

Dimensión 2. Comunicación ascendente, son la forma de los mensajes que fluyen de los subordinados a los superiores. Cuando nos referimos a mensaje hacia los directivos porque deberían de tener más conexión con la gerencia para que tengan en cuenta todo lo que pasa en la organización, el quehacer del laboral subordinado para un determinado trabajo, los conflictos laborales no deben existir si hay una comunicación frecuente para dar sugerencia de mejora y satisfacer el clima laboral.

Indicador 1. Mensaje hacia los directivos, transmitir información con la dirección general. Indicador 2. Conexión con la gerencia, permitir el intercambio de conocimiento con la gerencia. Indicador 3. Quehacer laboral de los subordinados, personal encargado a distintas funciones que se le asigne. Indicador 4. Conflictos laborales, no tener comunicación con las personas que están a su alrededor por falta de comunicación. Indicador 5. Sugerencia de mejora, se sientan escuchados para una óptima mejora en la empresa. Indicador 6. Nivel de satisfacción laboral, poder

incentivar a los colaboradores. Indicador 7. Clima laboral, mantener un ambiente cálido con los trabajadores de la organización.

Dimensión 3. Comunicación horizontal, es más conocida como la comunicación lateral que está compuesta por mensajes entre individuos que tienen el mismo poder. No habla de la importancia de coordinar tareas que encomiendan, resolver problemas para no tener inconvenientes y poder compartir información con los colaboradores así mismo, resolver conflictos y construir entendimiento.

Indicador 1. Coordinar las tareas, trabajar en equipo con las personas de la empresa interactúa para realizar un mismo objetivo. Indicador 2. Resolver los problemas, dialogar con los empleadores. Indicador 3. Compartir la información, interactuar con los colaboradores y compartir información teniendo el mismo lenguaje fuera y dentro de la empresa. Indicador 4. Resolver los conflictos, plantear técnicas para resolver los inconvenientes. Indicador 5. Construir entendimiento, habilidad para captar a los clientes y brindarles confianza.

Escala de medición, fue ordinal.

## **Variable 2. Incentivo laboral.**

Según Chiavenato (2012), El incentivo laboral es conocido como estímulos o recompensas. En las organizaciones ya cuentan con un sistema de premios llamados motivación e incentivo para estimular determinados comportamientos.

### **Definición operacional**

Los incentivos dinamizan la relación laboral ya que motivan a los colaboradores y estos buscan esforzarse por los reconocimientos.

Dimensión 1. Monetario, Los incentivos monetarios son dados y planteados con base en el trabajo constante y calidad del empleador.

Indicador 1. Salarios, es una contraprestación por el trabajo de una persona desempeña en la organización. Indicador 2. Recompensa, es proponer a un conjunto de personas como incentivar la asignación de tareas a alguien no asociado generalmente al mencionado equipo. Indicador 3. Premios salariales, son remuneraciones en los que se valora de forma más concreta la aportación del trabajador.

Dimensión 2. No monetario, los incentivos no monetarios, su propósito es incentivar al empleador para alcanzar las metas que la organización desea y que son retribuidos con premios.

Indicador 1. Comprensión de las necesidades, seguimiento y empatía hacia los colaboradores y ser escuchados para saber las necesidades que tienen. Indicador 2. Oportunidad de crecimiento, brindar opciones de crecimiento en la empresa para ascender en lo profesional como en lo personal. Indicador 3. Reconocimientos, el compromiso del trabajador es importante dentro de la empresa.

Escala de medición, fue ordinal

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **Población**

La población fue la unidad de análisis que estuvo representando por el grupo de personas estudiadas o utilizadas para la aplicación del instrumento, en este caso 20 trabajadores de la Zona Especial de Desarrollo. Cabe precisar que cuando se trabajó con la totalidad de la población se denominó censo por el carácter inclusivo de toda la población, Hernández, et al (2010).

#### **Muestra**

López y Fachelli (2015) en su definición nos muestra como el sub conjunto de unidades representativo de la población son seleccionadas de manera aleatoria, y

que se sujeta a una percepción científica para obtener solución de tener probabilidad de que se pueden determinar. Para la búsqueda se empleó la muestra censal por lo tanto se consideró a los 20 empleadores de la empresa.

La unidad de análisis estuvo constituida por los colaboradores de la empresa Zona Especial de Desarrollo de Paita 2021.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección**

#### **Técnica**

Las técnicas de recolección de datos son un instrumento que será empleada por el experto en la selección de los datos, que se eligieron de acuerdo a las exigencias de la búsqueda de la muestra escogida, es así aplicaran para hacer la recolección, la observación y/o la experimentación. Muñoz (2015).

#### **Instrumentos de recolección de datos**

La recolección de datos va enfocada a formar las disposiciones para la evaluación. La referencia manifiesta una abstracción del mundo en la actualidad de lo sensorial de ser entendido por los sentidos de una forma directa o indirecta, donde todo lo empírico es ponderable. Mendoza y Duana (2018).

Validez, según Yuni, et al (2014) es un instrumento de recopilación de datos definida como la propiedad del instrumento para calcular lo que se quiere medir. Este requisito es elemental para tener la confiabilidad, por más cuidados que tengamos con la información, no es un referente según la variable teórica, la información no será ni válida ni confiable.

Confiabilidad, según Bernal (2010) Señala la solidez de las calificaciones tenidas por el grupo de personas, lo reconoce en distintos momentos con los instrumentos. En nuestra investigación se realizó la confiabilidad teniendo el coeficiente Alpha de Cronbach.

### **3.5. Procedimientos**

Los instrumentos de recolección de datos son colocados a cada colaborador en el contexto de la pandemia los medios y canales utilizados fueron virtuales como correo electrónico, WhatsApp, formulario de Google con fines académicos.

### **3.6. Método de análisis de datos**

El método de análisis, fue la estadística descriptiva e inferencial. Según Borrego (2008) En la descriptiva: tiene un balance donde están clasificado datos obtenidos, como las tablas y gráficos que nos permite simplificar de los datos. No hace uso del cálculo de probabilidad es únicamente se limita a hacer deducción directamente a partir de los datos y parámetros obtenidos. La inferencial propone y soluciona el problema de fijar previsiones y conclusiones de forma general de una población y construir con resultados de una muestra. La inferencia estadística es la metodología tendente a especificar, pronósticos, comparaciones y generalizamos en una población estadística a raíz de la investigación de la muestra.

### **3.7. Aspectos éticos**

El análisis de investigación fue realizado con todos los lineamientos del comité de integridad científica por CONCYTEC y los principios éticos otorgados por la Universidad Cesar Vallejo como la autonomía, del crecimiento de nuestra investigación se realizó una minuciosa búsqueda de fuentes como la encuesta para la información manteniendo en reserva la participación de cada colaborador durante la realización del estudio.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Análisis Cuantitativo descriptivo

#### Variable de Comunicación Organizacional

**Tabla 1.**

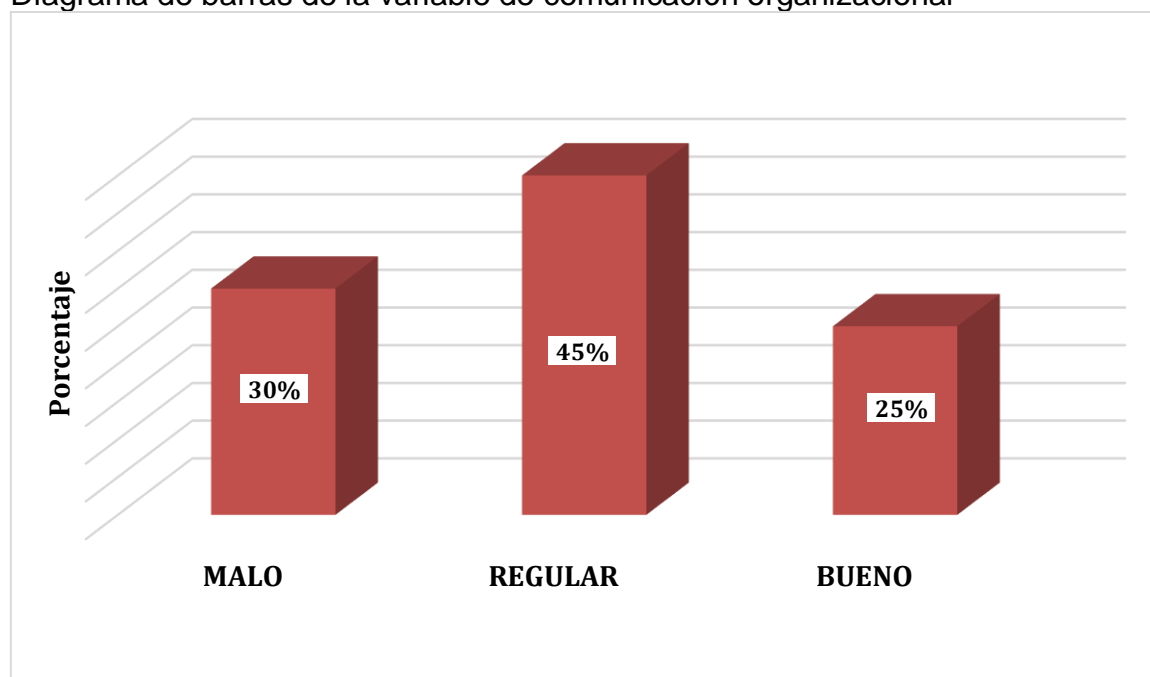
Distribución de frecuencia de Comunicación Organizacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Nota.
válido	MALO	6	30,0	30,0	30,0	
	REGULAR	9	45,0	45,0	75,0	
	BUENO	5	25,0	25,0	100,0	
	Total	20	100,0	100,0		

SPSS versión 25

**Figura 1.**

Diagrama de barras de la variable de comunicación organizacional



#### Interpretación

Según los datos obtenidos el 45.00% de los encuestados perciben que la comunicación organizacional en un nivel regular, el 30.00% perciben un nivel malo y 25.00% perciben un nivel bueno.



## Dimensión de Comunicación Descendente

**Tabla 2.**

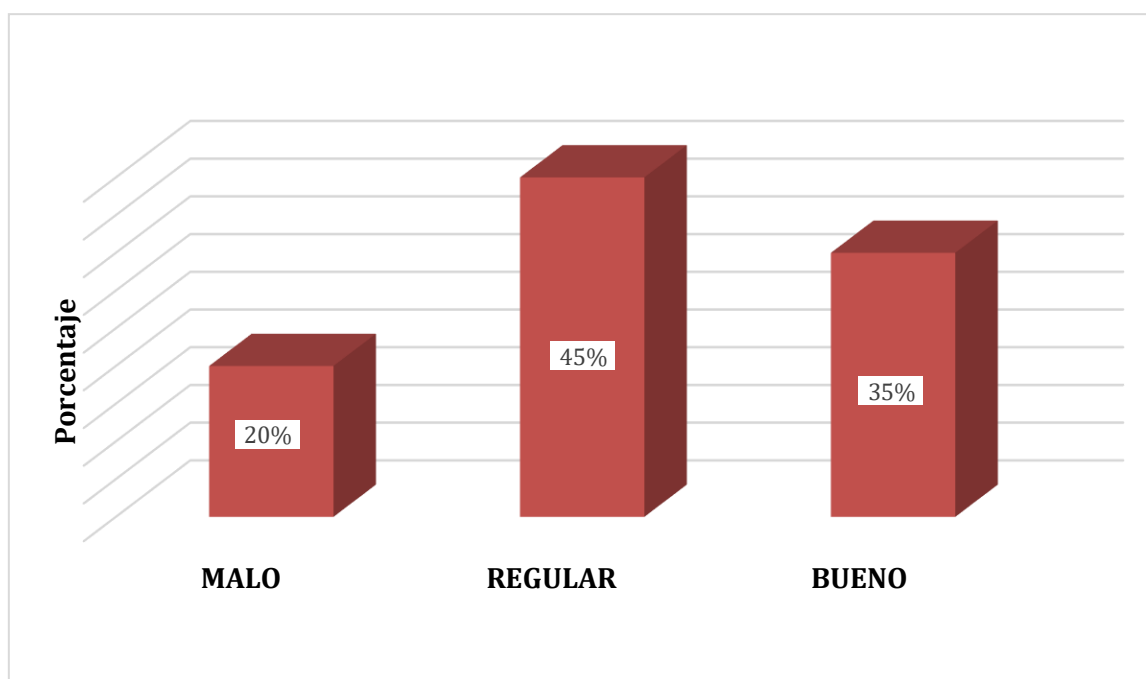
Distribución de frecuencia de Comunicación Descendente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	4	20,0	20,0	20,0
	REGULAR	9	45,0	45,0	65,0
	BUENO	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS versión 25

**Figura 2.**

Diagrama de barras de la dimensión de comunicación descendente



### Interpretación

Según los datos obtenidos el 45.00% de los encuestados perciben que la dimensión comunicación descendente en un nivel regular, el 35.00% perciben un nivel bueno y 20.00% perciben un nivel malo.

## Dimensión de Comunicación Ascendente

**Tabla 3.**

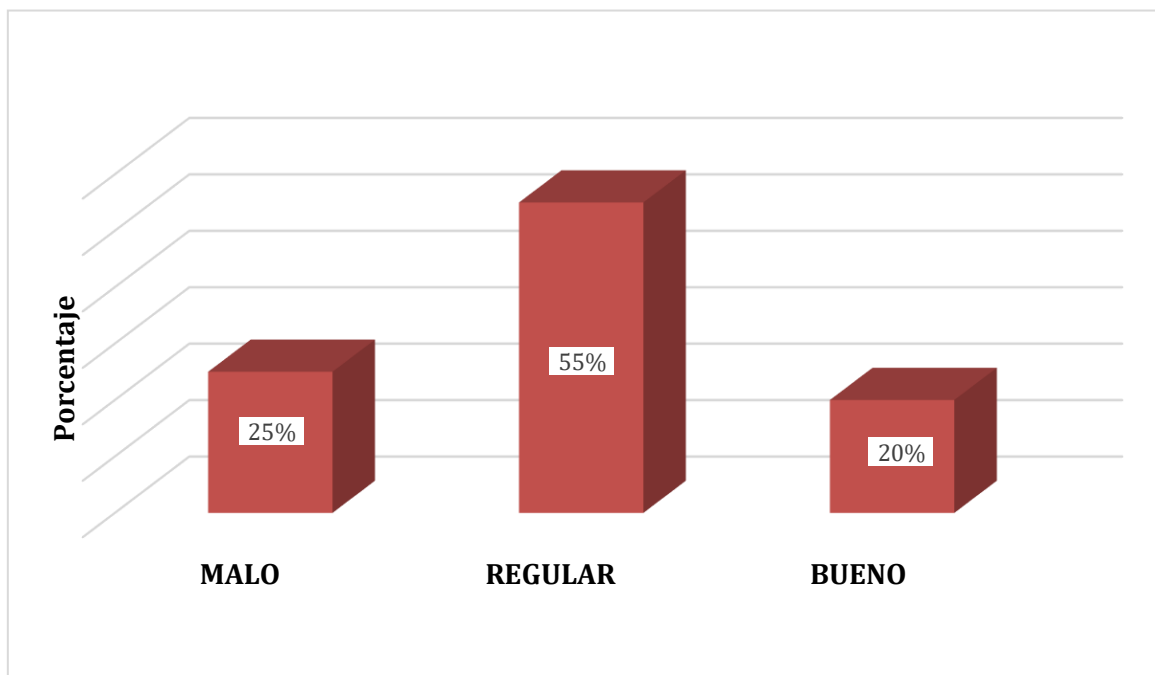
Distribución de frecuencia de Comunicación Ascendente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	5	25,0	25,0	25,0
	REGULAR	11	55,0	55,0	80,0
	BUENO	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS versión 25

**Figura 3.**

Diagrama de barras de la dimensión de comunicación ascendente



### Interpretación

Según los datos obtenidos el 55.00% de los encuestados perciben que la dimensión ascendente en un nivel regular, el 25.00% perciben un nivel malo y 20.00% perciben un nivel bueno.

## Dimensión de Comunicación Horizontal

**Tabla 4.**

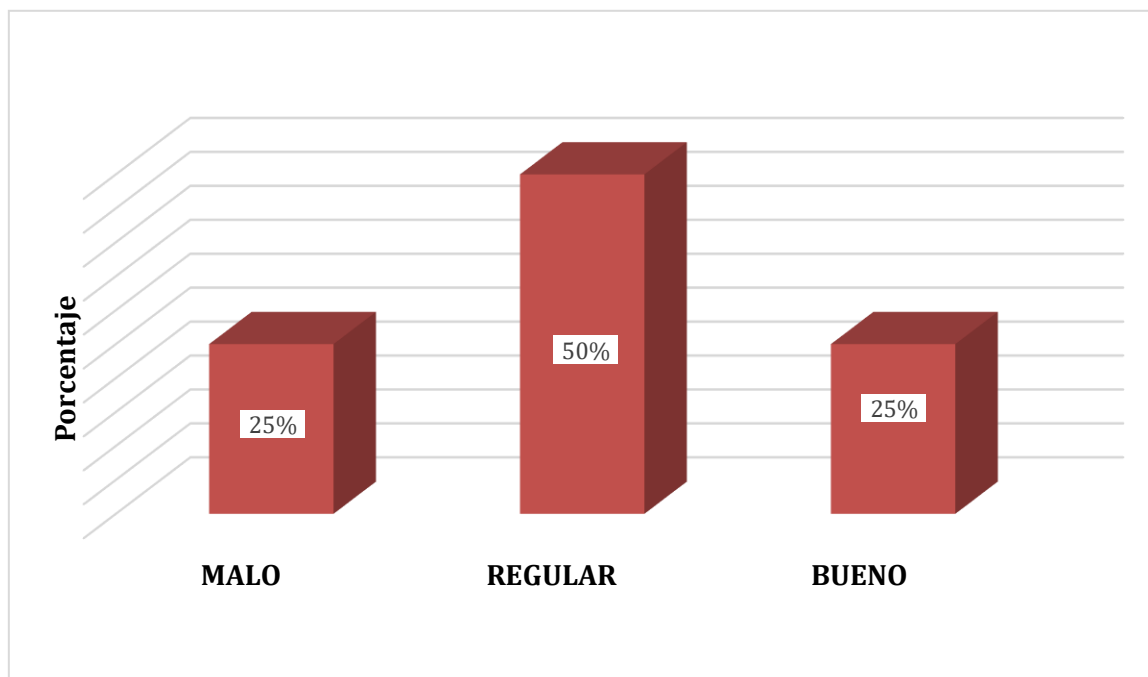
Distribución de frecuencia de Comunicación Horizontal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	5	25,0	25,0	25,0
	REGULAR	10	50,0	50,0	75,0
	BUENO	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS versión 25

**Figura 4.**

Diagrama de barras de la dimensión de comunicación horizontal



**Interpretación:**

Según los datos obtenidos el 50.00% de los encuestados perciben que la dimensión horizontal en un nivel regular, el 25.00% perciben un nivel bueno y 25.00% perciben un nivel malo.

## Variable de Incentivo Laboral

**Tabla 5.**

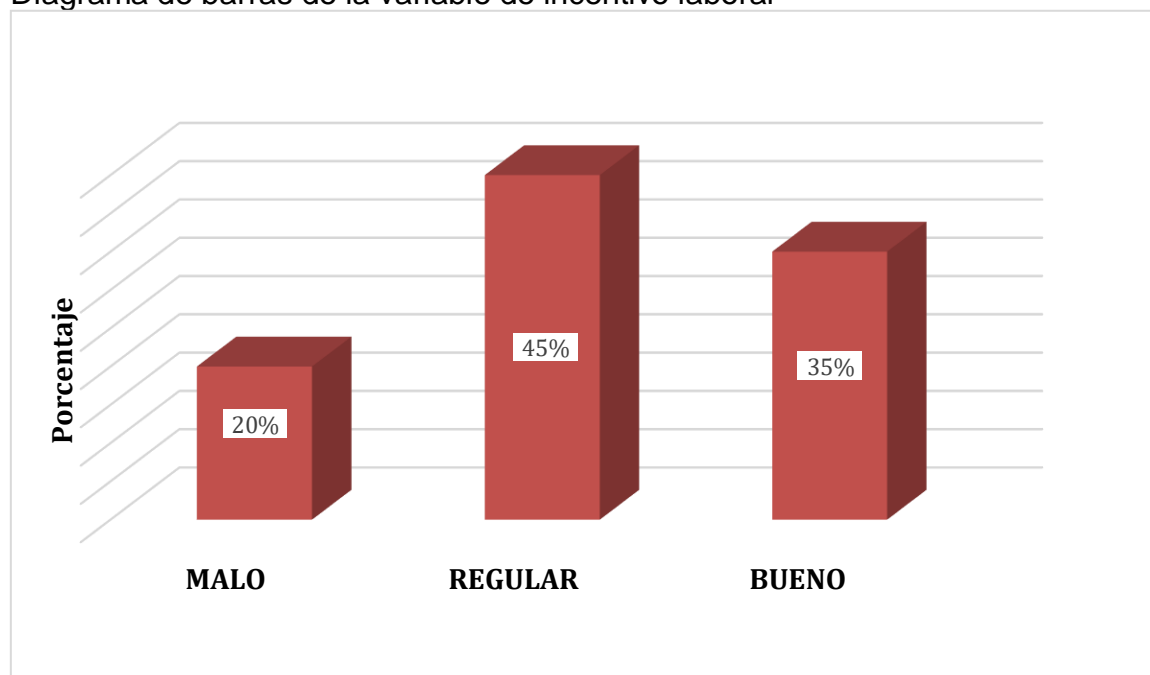
Distribución de frecuencia de Incentivo Laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	4	20,0	20,0	20,0
	REGULAR	9	45,0	45,0	65,0
	BUENO	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS versión 25

**Figura 5.**

Diagrama de barras de la variable de incentivo laboral



### Interpretación:

Según los datos obtenidos el 45.00% de los encuestados perciben que el incentivo laboral en un nivel regular, el 35.00% perciben un nivel bueno y 20.00% perciben un nivel malo.

## Dimensión de Incentivo Monetario

**Tabla 6.**

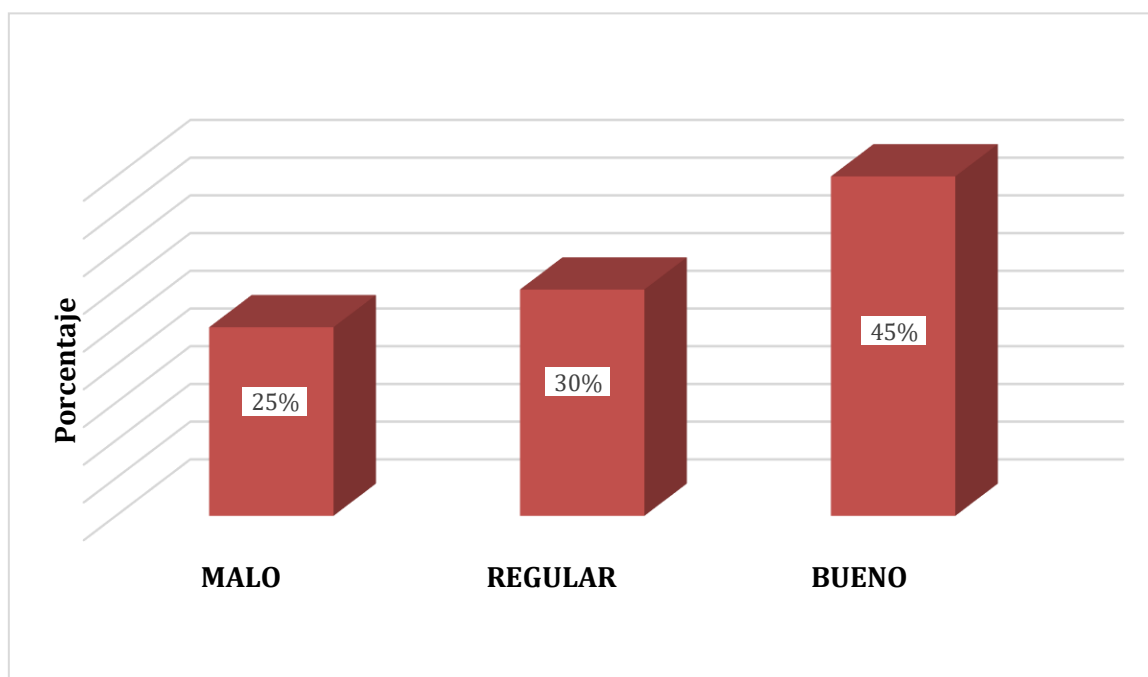
Distribución de frecuencia de Incentivo Monetario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	MALO	5	25,0	25,0
	REGULAR	6	30,0	55,0
Válido	BUENO	9	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0

Nota. SPSS versión 25

**Figura 6.**

Diagrama de barras de la dimensión de incentivo monetario



### Interpretación:

Según los datos obtenidos el 45.00% de los encuestados perciben que el incentivo laboral en un nivel bueno, el 30.00% perciben un nivel regular y 25.00% perciben un nivel malo.

## Dimensión de Incentivo No Monetario

**Tabla 7.**

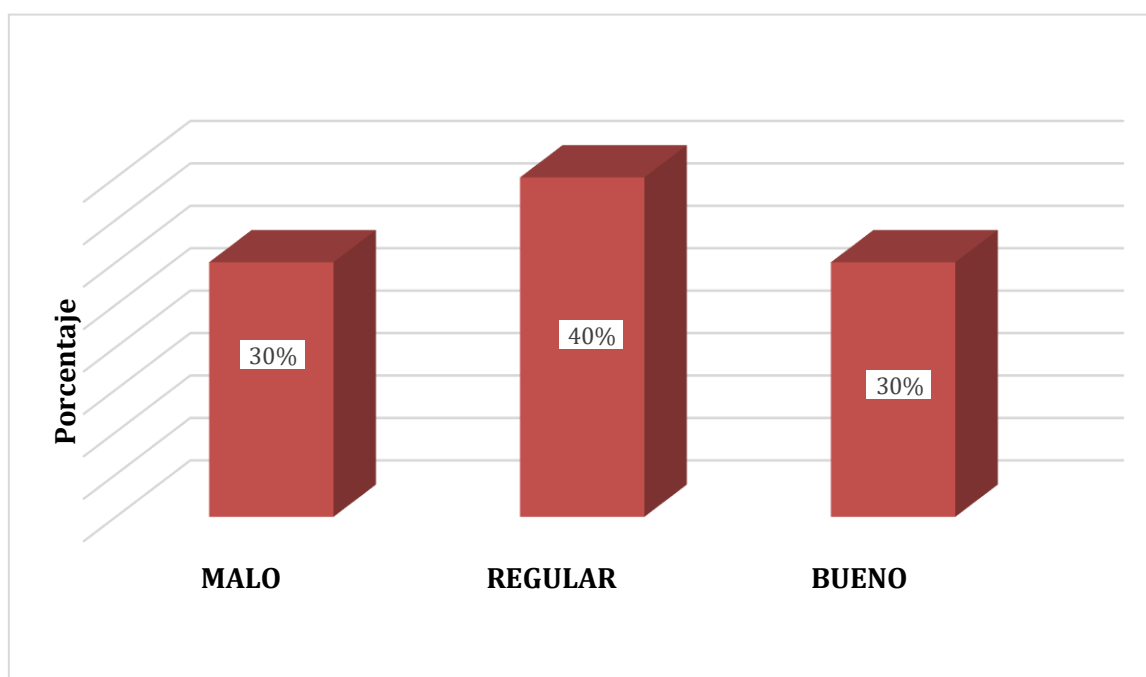
Distribución de frecuencia de Incentivo No Monetario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
MALO	6	30,0	30,0	30,0
REGULAR	8	40,0	40,0	70,0
BUENO	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Nota. SPSS versión 25

**Figura 7.**

Diagrama de barras de la dimensión de incentivo no monetario



### Interpretación:

Según los datos obtenidos el 40.00% de los encuestados perciben que el incentivo no laboral en un nivel regular, el 30.00% perciben un nivel bueno y 30.00% perciben un nivel malo.

## 4.2 ANÁLISIS INFERENCIAL

**Tabla 8.**

Grado de relación según coeficiente de correlación Rho Spearman

Valor de rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Nota. Elaboración propia, basada en Szmidt and Kacprzyk (2010)

### Nivel de significancia

Regla de decisión: si sig. bilateral  $\leq 0,05$  se rechaza la hipótesis nula ( $h_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $h_1$ ). si sig. bilateral  $> 0,05$  se acepta la  $h_0$  y se rechaza la  $h_1$ .

### Prueba de hipótesis general

$H_0$ : No existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la zona especial de desarrollo de Paita, 2021.

$H_1$ : Existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la zona especial de desarrollo de Paita, 2021.

**Tabla 9.****Correlación entre comunicación organizacional y el incentivo laboral**

			comunicación organizacional	incentivo laboral
Rho de spearman	comunicación organizacional	coeficiente de correlación sig. (bilateral) N	1,000 . 20	,837** ,000 20
	incentivo laboral	coeficiente de correlación sig. (bilateral) N	,837** ,000 20	1,000 . 20

Nota. SPSS versión 25

**Interpretación:**

En la tabla 9 se refleja una sig= 0,000 menor 0,05 de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, si existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial de Desarrollo de Paita, 2021. Asimismo, el coeficiente de correlación fue de .837 lo que se traduce en un grado de correlación positiva alta.

**Hipótesis Específicos 1**

H0: No existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la zona especial de desarrollo de Paita, 2021.

H1: Existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la zona especial de desarrollo de Paita, 2021.

**Tabla 10.****Correlación entre comunicación organizacional y el incentivo monetario**

			comunicación organizacional	incentivo monetario
Rho de spearman	comunicación organizacional	coeficiente de correlación sig. (bilateral) N	1,000 . 20	,669** ,001 20
	incentivo monetario	coeficiente de correlación sig. (bilateral) N	,669** ,001 20	1,000 . 20

Nota. SPSS versión 25



### Interpretación:

En la tabla 10 se refleja una sig= 0,000 menor 0,05 de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, si existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la Zona Especial de Desarrollo de Paita, 2021. Asimismo, el coeficiente de correlación fue de .669 lo que se traduce en un grado de correlación positiva moderada.

### Hipótesis Específicos 2

H0: No existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la zona especial de desarrollo de Paita, 2021.

H1: Existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la zona especial de desarrollo de Paita, 2021.

### Tabla 11.

Correlación entre comunicación organizacional y el no incentivo monetario

			comunicación organizacional	incentivo no monetario
<i>Rho de spearman</i>	comunicación organizacional	coeficiente de correlación sig. (bilateral) N	1,000 . 20	,836** ,000 20
	incentivo no monetario	coeficiente de correlación sig. (bilateral) N	,836** ,000 20	1,000 . 20

Nota. SPSS versión 25

### Interpretación:

En la tabla 11 se refleja una sig= 0,000 menor a 0,05 de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, si existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la Zona Especial de Desarrollo de Paita, 2021. Asimismo, el coeficiente de correlación fue de .836 lo que se traduce en un grado de correlación positiva alta.

## V. DISCUSIÓN

En este estudio se sostuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021. Se evidencio una Sig. = 0.000 < que 0.05 y una correlación Rho de Spearman = .837 se traduce en una correlación positiva alta de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; dato que se constata con la investigación realizada por Castillo (2018), en su aplicación es la empresa Sour Comunicaciones S.A.C. Encontró que existe correlación significativa con el estadístico Rho de Spearman al 0.936, teniendo una correlación muy alta entre la comunicación y la satisfacción laboral del equipo de trabajadores, teniendo relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los colaboradores de la empresa Sour comunicaciones SAC. Lima – 2016. Encontrando relación la teoría de la jerarquía de las necesidades de Maslow, necesidades sociales que están uniendo la comunicación y el incentivo laboral, en las empresas pueden establecer intercambio de amistades como en las distintas actividades que realiza la empresa como actividades deportivas, almuerzos, que en la actualidad por tema de emergencia sanitaria se ha recortado, por eso estamos con problemas de angustia depresión.

En cuanto al primer objetivo específico, se propuso determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021. Al realizar la prueba de hipótesis, se demostró que el grado de correlación fue de .669; lo que se traduce en una correlación positiva moderada. Además, la significancia fue igual  $0,000 \leq 0,05$  de modo que fue rechazada la hipótesis nula y se aceptó la alterna; evidenciando que, si existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la Zona Especial de Desarrollo de Paita, 2021. Asimismo, los resultados reflejaron que la dimensión incentivo monetario está en un nivel bueno, según el 45% de los encuestados. Este resultado presenta similitud por la investigación realizada por Condori y De la Cruz (2017), en su investigación Sistema de Incentivos y la Satisfacción Laboral del personal en la oficina de Gestión de Recursos Humanos del Gobierno Regional de Huancavelica - 2015 demostrando  $\rho = 0.000 < 0.05$  y una rho

95,0% existe una buena relación lo que se traduce como correlación positiva. Por otro lado, este resultado obtenido se encuentra directamente relacionado con el Modelo de las expectativas de Lawler, que está basado en la teoría de Vroom las personas ansían el dinero, les permite estar en mejores condiciones para sus comodidades necesarias.

Respecto al segundo objetivo específico, este fue precisar qué relación existe entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021. El análisis inferencial demostró una correlación Rho de Spearman de .836; lo que se traduce una correlación positiva alta. Asimismo, la significancia fue a 0,000 menor a 0,05 de modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna; es decir, si existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la Zona Especial de Desarrollo de Paita, 2021. Además, se evidencio que el 40% de colaboradores consideran que la dimensión de incentivo no monetario se encuentra en un nivel regular, por lo cual se comparó con Torres (2016) en su estudio Incentivos laborales y clima organizacional en la gerencia de medio ambiente de la Municipalidad de Pachacamac, el cual hay correlación significativa a nivel 0.000, donde se acepta la hipótesis alterna con el estadístico Rho Spearman al 0.61, lo que se traduce como correlación alta. El resultado obtenido se encuentra directamente relacionado con el Factor motivacional de la teoría de los dos factores de Herzberg que se relaciona con el trabajador para su desarrollo en el puesto donde se desempeña, sensación de desarrollo, reconocimiento, estos factores intrínsecos, determina que una persona se siente motivada en su lugar de labores; por lo que se concluyó que la empresa debe encontrar estrategias adecuadas para los empleados, se sientas motivados con los beneficios alcanzados, con el compromiso con la entidad.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **Primera**

En el objetivo general, los resultados obtenidos se evidencian que se determinó la relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021. Habiéndose obtenido  $\text{sig}=0,000$  menor a 0,05 por lo que el coeficiente de correlación fue .837, lo que se traduce como correlación positiva alta.

### **Segunda**

En cuanto al objetivo específico 1, se concluye que se determinó relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021. Habiéndose obtenido  $\text{sig}=0,000$  menor a 0,05 por lo que el coeficiente de correlación fue .669, lo que se traduce como correlación positiva moderada.

### **Tercera**

Para el objetivo específico 2, se determinó relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021. Habiéndose obtenido  $\text{sig}=0,000$  menor a 0,05 por lo que el coeficiente de correlación fue .836, lo que se traduce como correlación positiva alta.

## **VII. RECOMENDACIONES**

### **Primera**

Se recomienda a la gerencia general de la Zona Especial de Desarrollo de Paita realizar reuniones breves de 5 minutos al inicio de la jornada de trabajo, para un dialogo directo informando los cambios que se puedan dar en la empresa constantemente. Implementar talleres de integración con todo el personal y puedan interactuar y mantener una comunicación más directa y realizando mejores sus labores. Se les exhorta a los jefes inmediato tener más dialogo con el equipo de trabajo a su cargo dándoles confianza y de esa manera puedan sentirse escuchados.

### **Segundo**

Asimismo, se recomienda al área de recursos humanos, implementar estrategias como un programa de motivación e incentivos, monetarios y no monetarios con la finalidad de que los colaboradores puedan sentirse más cómodos y así se desempeñen mejor en la empresa, es importante que empiecen a realizar mediciones y premiaciones a los mejores trabajadores que se esfuerzan y cumplen con su trabajo en el tiempo determinado.

### **Tercera**

Por otro lado, este estudio recomienda incentivar a sus trabajadores, realizando actividades recreativas, sociales como campeonatos deportivos, reuniones de confraternidad, paseos, reconocimiento en las distintas actividades que la empresa realice reconocimiento al mejor trabajador mediante carta de felicitaciones y premios monetarios por el cumplimiento de las metas asignadas.

## REFERENCIAS

- Adler , R., & Marquardt, J. (2005). Comunicación Organizacional. Principios y prácticas para negocios y profesiones. 8ª edición. Mexico: McGraw-Hill.
- Aguiar Medina, M. A., Pérez Domínguez, & Madriz, D. (2012). Incentivos laborales como aporte a la productividad y a la calidad de servicio en las empresas del rubro farmacias. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215026158003.pdf>
- Bernal. (2010). Metodología de la Investigación administración, economía, humanidades Tercera edición. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>.
- Borrego, S. (2008). Estadística descriptiva e inferencia. Obtenido de [https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero\\_13/SILVIA\\_BORREGO\\_2.pdf](https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero_13/SILVIA_BORREGO_2.pdf)
- Camacho . (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-46702015000100003&lang=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702015000100003&lang=es).
- Castillo López, K. N. (2018). Comunicación Organizacional y Satisfacción Laboral en la Empresa Sour Comunicaciones S.A.C. Obtenido de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/438>
- Castro Pérez, L. A., Rivera León, F. A., & Serna Silva, G. J. (2018). Motivación e incentivos laborales en las normas de Gestión de Recursos Humanos del Sector Público. Obtenido de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/3541>
- Charaja Incacutipa, Y., & Mamani Gamarra, J. (2014). Satisfacción Laboral y Motivación de los Trabajadores de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo -Puno-Perú.
- Chiavenato, I. (2004). Introducción a la teoría general de administración. Séptima edición .
- Chiavenato, I. (2012). Gestión del talento humano. Mexico: Editorial McGraw Hill. Obtenido de <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/338def00df60b66a032da556f56c28c6.pdf>

- Condori , C., & De la Cruz, A. (2015). Sistema de Incentivos y la Satisfacción Laboral del personal en la oficina de Gestión de Recursos Humanos del Gobierno Regional de Huancavelica.
- Cruz Osorio , J. (2016). Comunicación efectiva en las Organizaciones. Obtenido de <https://www.emprendices.co/comunicacion-efectiva-las-organizaciones/>
- De Castro, A. (2014). Comunicación organizacional. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=WyKVBAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Dessler, G. (2015). Administración de Recursos Humanos 14<sup>a</sup> ed. Mexico: Pearson Educación.
- Duarte Muñoz, L. E. (2019). Diagnosis of internal organizational communication and its impact on the institutional performance of the Gad municipal de cantón salitre. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/44539>
- Fajardo, & Nivia . (2016). Relación Publicas y Comunicación Organizacional. Obtenido de [https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field\\_attached\\_file/pdf-relaciones\\_publicas\\_-\\_web-16\\_0.pdf](https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field_attached_file/pdf-relaciones_publicas_-_web-16_0.pdf)
- Fisher. (1993). La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías. Una visión histórica. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/hics/article/download/45021/42392>
- Fisher, J. (2013). Como Incentivar a los Empleados . México . Obtenido de Los incentivos por sí mismos no implican una mejora en el rendimiento a corto plazo.
- Griffin, & Moorhead. (2010). Factores de la teoría de Herzberg y el impacto de los incentivos en la satisfacción de los trabajadores.
- Hernández , Fernández , & Baptista. (2010). Metodología de la investigación Quinta edición. [https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_Hernandez\\_Fernandez\\_y\\_Baptista\\_2010\\_](https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Hernandez_Fernandez_y_Baptista_2010_).
- Hernández, & Duana. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos. [https://www.researchgate.net/publication/347600550\\_Tecnicas\\_e\\_instrumentos\\_de\\_recoleccion\\_de\\_datos](https://www.researchgate.net/publication/347600550_Tecnicas_e_instrumentos_de_recoleccion_de_datos).

- Hernández, Fernández , & Baptista . (2014). *Metodología de la investigación* Sexta edición.
- Larico, R. (2015). *Factores motivadores y su influencia en el desempeño Laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Román*. Juliaca: <http://repositorio.uancv.edu.pe/bitstream/handle/UANCV/453/TESIS.pdf?sequence=3&isAllowed=y>.
- López, & Fachelli . (2015). *Metodología de la investigación Social cuantitativa*. 1ª edición.
- Miranda. (2016). *Motivación del talento humano:La clave del éxito de una empresa*. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2521-27372016000100005&lang=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372016000100005&lang=es).
- Morán, Menezes, & Astorga. (2016). *La motivación de logro como impulso creador de bienestar: su relación con los cinco grandes factores de la personalidad* .
- Moreno, Á., Khalil, N., & Gómez, M. (2018). *The organizational listening as a communication strategy. Analysis of its management in Spain*. Obtenido de <http://revistarelacionespublicas.uma.es/index.php/revrrpp/article/view/517>
- Muñoz , C. (2015). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. tercera edición. México : Pearson.
- Olivares, E. F. (2016). *Tipos de comunicación organizacional en la empresa*. Grupo & A. Obtenido de <https://blog.grupo-pya.com/tipos-comunicacion-organizacional-la-empresa/>
- Papic Domínguez, K. (2019). *Types of internal organizational communication in municipal educational facilities in Chile*. Obtenido de <https://revistas.ort.edu.uy/cuadernos-de-investigacion-educativa/article/view/2881>
- Pedraza, N. (2019). *El clima y la satisfacción laboral del capital humano: factores diferenciados en organizaciones públicas y privadas*. México: <https://www.redalyc.org/journal/818/81863414002/>.
- Piedra Amaya, M. G. (2020). *Comunicación organizacional y la motivación laboral en el docente de la facultad de ciencias de la comunicación de una universidad privada peruana*: <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/3541>
- Puma, & Estrada. (2020). *La motivación laboral y el compromiso organizacional*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7643637>.



- Sánchez Trujillo, M. G. (2017). *Job satisfaction in work settings. A qualitative approach for study*. Obtenido de <https://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/11471>
- Sandoya Bohórquez, E., Burgos Cárdenas, A., & Lara Ronquillo, J. (2020). *Políticas de incentivo laboral en la gestión administrativa*.
- Silva Tumba, M. D. (2016). *Los Incentivos laborales y su influencia en el desempeño del personal analista de crédito grupal, de la empresa compartamos financiera*.  
[https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/4296/1/re\\_admi\\_monica.silva\\_incentivos.laborales\\_datos.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/4296/1/re_admi_monica.silva_incentivos.laborales_datos.pdf).
- Szmidt, E., & Kacprzyk, J. (2010). *The Spearman rank correlation coefficient between intuitionistic fuzzy sets*. in *Intelligent Systems (IS)*, 2010 5th IEEE International Conference.
- Torres, E. (2017). *Incentivos laborales y clima organizacional en la gerencia de medio ambiente de la municipalidad de Pachacamac*.
- Trelles, I. (2016). *Comunicación Organizacional*. 3era. Edición. Editorial Félix Valera.
- Urrego Ángel, P. M. (2016). *Incentivo al Talento Humano en Salud*. Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/TH/1.es estrategia-tarea-todos-incentivos-minsalud.pdf>
- Vásquez Castañeda, J. J. (2018). *La Comunicación Organizacional y su Relación con la Ventaja Competitiva del Área de Caja de Sodimac en Independencia*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19323>
- Veintimilla, M. (2021). *Job satisfaction and its impact on the work environment of employees of the Coac Virgin of the Swan in 2018*.
- Vicente Asin, V. L. (2019). *Incentivo laboral y compromiso organizacional en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51436/Vicente\\_AVL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/51436/Vicente_AVL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Yuni, & Urbano. (2014). *Recursos Metodológicos para la Preparación*. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2016/01/T%c3%a9nicas-para-investigar-2-Brujas-2014-pdf.pdf>.

**Anexos**

**Anexo 1 .** *Matriz de Operacionalización. Variable 1*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala/ Niveles de medición
<b>V1. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>	Según Adler & Marquardt (2005) La comunicación es una transformación que permite trasladar información sobre un determinado campo con la finalidad de dinamizar los procesos.	La comunicación organizacional se evalúa tomando en cuenta la tipología que determinan la comunicación descendente, comunicación ascendente finalmente comunicación horizontal en el análisis mediante un cuestionario.	Comunicación Descendente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrumentos para el trabajo</li> <li>• Lógica del trabajo</li> <li>• Procedimiento y practicas</li> <li>• Retroalimentación</li> <li>• Adoctrinamiento</li> </ul>	Ordinal
			Comunicación Ascendente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensaje hacia los directorios</li> <li>• Conexión con la gerencia</li> <li>• Quehacer del laboral del Subordinados</li> <li>• Conflictos laborales</li> <li>• Sugerencia de mejora</li> <li>• Nivel de satisfacción laboral</li> </ul>	
			Comunicación Horizontal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima Laboral</li> <li>• Coordinar las tareas</li> <li>• Resolver los problemas</li> <li>• Compartir la información</li> <li>• Resolver los conflictos</li> <li>• Construir entendimiento</li> </ul>	

**Anexo 2. Matriz de Operacionalización. Variable 2**

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala/ Niveles de medición
<b>V2. INCENTIVO LABORAL</b>	Según Chiavenato (2012), El incentivo laboral es conocido como estímulos o recompensas. En las organizaciones ya cuentan con un sistema de premios llamados motivación e incentivo para estimular determinados comportamientos.	Los incentivos dinamizan la relación laboral ya que motivan a los colaboradores y estos buscan esforzarse por los reconocimientos.	Incentivo Monetario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salarios</li> <li>• Recompensa</li> <li>• Premios Salariales</li> </ul>	Ordinal
			Incentivo No Monetario	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión de las necesidades</li> <li>• Oportunidad de Crecimiento</li> <li>• Reconocimientos</li> </ul>	

Lima, 27 de junio del 2021

Estimada Dra.: Magaly Ericka Luna Gamarra

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: **“La comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial de Desarrollo de Paita, 2021”**. Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

Problemas e hipótesis de investigación.

Instrumento de obtención de datos.

Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos.

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente,



---

**Miluska Salas Huamani**  
DNI: 43134692



---

**Sughey Cárcamo Ramos**  
DNI: 43883186

## **“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA 2021”**

### **Problema general**

¿Qué relación existe entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021?

### **Problemas específicos**

¿Qué relación existe entre la comunicación organizacional y el incentivo monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021?

¿Qué relación existe entre la comunicación organizacional y el incentivo no monetario en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021?

### **c) Hipótesis**

#### **Hipótesis general**

Existe relación directa entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021

#### **Hipótesis específicas**

Existe relación directa entre el incentivo monetario y la comunicación organizacional en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021

Existe relación directa entre el incentivo no monetario y la comunicación organizacional en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021.

**“LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA, 2021”.**

**OBJETIVO:** Determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y el incentivo laboral en la Zona Especial Desarrollo de Paita, 2021.

**INSTRUCCIONES:** Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	La empresa le proporciona un reglamento de trabajo donde consigna sus obligaciones.					
2	Los colaboradores del área desarrollan la lógica del trabajo en función a sus experiencias					
3	Cuando se generan procedimientos nuevos estos son informados oportunamente					
4	Su jefe inmediato le brinda la retroalimentación necesaria para mejorar su desempeño.					
5	Los jefes de área transmiten ideas con constancia y fundamentación para mejorar el servicio.					
6	El mensaje hacia los jefes de las situaciones que se suscitan es tomado en cuenta.					
7	Existe un trato cordial entre la jefatura y sus trabajadores.					
8	Los colaboradores desempeñan sus tareas con efectividad por el alto nivel de las comunicaciones.					
9	Cuando un problema permanece sin resolver la gerencia finalmente comunica la decisión tomada.					
10	El coordinador acepta sus sugerencias de mejora dentro del área de trabajo.					
11	La organización da incentivos acordes al nivel de las tareas desarrolladas					
12	El jefe dialoga sobre cómo se sienten sus equipos de trabajo.					

13	En el área coordinar tareas para garantizar la equidad en el trabajo es una cultura.					
14	Cuando existen inconvenientes en el área predomina el buen nivel de la comunicación entre todos.					
15	El equipo de trabajo comparte sus experiencias con los nuevos empleados para mejorar sus resultados y la comunicación entre todos.					
16	Cuando sucede algún conflicto predomina el dialogo promovido de altos mandos.					
17	Su coordinador ha logrado construir ideas sólidas y entendibles y compartirlas entre sus equipos para la buena atención.					
18	La remuneración que percibe responde al trabajo realizado.					
19	En la empresa reconoce económicamente el crecimiento profesional de sus colaboradores					
20	Le otorgan un premio o bono extra por su desempeño.					
21	El jefe inmediato entiende cuando solicita permiso por temas personales.					
22	Se siente motivado con las oportunidades de crecimiento profesional que le brinda la empresa.					
23	La empresa brinda reconocimientos por el esfuerzo y desempeño en sus actividades					

***Gracias por su colaboración***

**Anexo. Validez de instrumento**

**N° EXPERTOS**

**RESULTADOS**

1	Dr. Carranza Estela Teodoro	Es aplicable
2	Dr. Costilla Castillo Pedro constante	Es aplicable
3	Dra. Luna Gamarra Ericka Magaly	Es aplicable
4	Mgtr. Méndez Gutiérrez Lucia	Es aplicable

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**



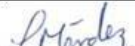
Título de la investigación: "LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA, 2021"							
Apellidos y nombres del investigador: Cárcamo Ramos Sugey Yovana – Salas Huamani Miluska Susana							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Lucía Méndez Gutiérrez							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	DESCENDENTE	INSTRUMENTOS PARA EL TRABAJO	1. La empresa le proporciona un reglamento de trabajo donde consigna sus obligaciones.	5= Siempre	X		
		LOGICA DE TRABAJO	2. Los colaboradores del área desarrollan la lógica del trabajo en función a sus experiencias	4= Casi Siempre	X		
		PROCEDIMIENTOS Y PRACTICAS	3. Cuando se generan procedimientos nuevos estos son informados oportunamente	3= A veces	X		
		RETROALIMENTACION	4. Su jefe inmediato le brinda la retroalimentación necesaria para mejorar su desempeño.		X		
		ADOCTRINAMIENTO	5. Los jefes de área trasmiten ideas con constancia y fundamentación para mejorar el servicio.	2= Casi Nunca	X		
	ASCENDENTE	MENSAJE HACIA LOS DIRECTORIOS	6. El mensaje hacia los jefes de las situaciones que se suscitan son tomadas en cuenta.		X		
		CONEXIONES CON LA GERENCIA	7. Existe un trato cordial entre la jefatura y sus trabajadores.	1= Nunca	X		
		QUEHACER DE LABORAL DEL SUBORDINADOS	8. Los colaboradores desempeñan sus tareas con efectividad por el alto nivel de las comunicaciones.		X		
		CONFLICTOS LABORALES	9. Cuando un problema permanece sin resolver la gerencia finalmente comunica la decisión tomada.		X		
		SUGERENCIA DE MEJORA	10. El coordinador acepta sus sugerencias de mejora dentro del área de trabajo.		X		
		NIVEL DE SATISFACCION LABORAL	11. La organización da incentivos acordes al nivel de las tareas desarrolladas		X		
		CLIMA LABORAL	12. El jefe dialoga sobre cómo se sienten sus equipos de trabajo.		X		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.





**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

HORIZONTAL	COORDINAR LAS TAREAS	13. En el área coordinar tareas para garantizar la equidad en el trabajo es una cultura.	X		
	RESOLVER LOS PROBLEMAS	14. Cuando existen inconvenientes en el área predomina el buen nivel de la comunicación entre todos.	X		
	COMPARTIR LA INFORMACION	15. El equipo de trabajo comparte sus experiencias con los nuevos empleados para mejorar sus resultados y la comunicación entre todos.	X		
	RESOLVER LOS CONFLICTOS	16. Cuando sucede algún conflicto predomina el dialogo promovido de altos mandos.	X		
	CONSTRUIR ENTENDIMIENTO	17. Su coordinador ha logrado construir ideas sólidas y entendibles y compartirlas entre sus equipos para la buena atención.	X		
Firma del experto:			Fecha 12 /07 /21		

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA, 2021 "							
Apellidos y nombres del investigador: Cárcamo Ramos Sughey Yovana - Salas Huamani Miluska Susana							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Lucía Méndez Gutiérrez							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
INCENTIVO LABORAL	MONETARIO	SALARIOS	18. La remuneración que percibe responde al trabajo realizado.	5= Siempre	X		
		RECOMPESAS	19. En la empresa reconoce económicamente el crecimiento profesional de sus colaboradores.	4= Casi Siempre	X		
		PREMIOS SALARIALES	20. Le otorgan un premio o bono extra por su desempeño.		X		
	NO MONETARIO	COMPRESION DE LA NECESIDADES	21. El jefe inmediato entiende cuando solicita permiso por temas personales.	2= Casi Nunca	X		
		OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO	22. Se siente motivado con las oportunidades de crecimiento profesional que le brinda la empresa.		X		
		RECONOCIMIENTOS	23. La empresa brinda reconocimientos por el esfuerzo y desempeño en sus actividades.	1= Nunca	X		
Firma del experto:			Fecha <u>12 /07 /21</u>				

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS





Título de la investigación: "LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA, 2021"							
Apellidos y nombres del investigador: Cárcamo Ramos Suqey Yovana – Salas Huamani Miluska Susana							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Teodoro Carranza Estela							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	DESCENDENTE	INSTRUMENTOS PARA EL TRABAJO	1. La empresa le proporciona un reglamento de trabajo donde consigna sus obligaciones.	5= Siempre	X		
		LOGICA DE TRABAJO	2. Los colaboradores del área desarrollan la lógica del trabajo en función a sus experiencias	4= Casi Siempre	X		
		PROCEDIMIENTOS Y PRACTICAS	3. Cuando se generan procedimientos nuevos estos son informados oportunamente	3= A veces	X		
		RETROALIMENTACION	4. Su jefe inmediato le brinda la retroalimentación necesaria para mejorar su desempeño.		X		
		ADOCTRINAMIENTO	5. Los jefes de área transmiten ideas con constancia y fundamentación para mejorar el servicio.	2= Casi Nunca	X		
	ASCENDENTE	MENSAJE HACIA LOS DIRECTORIOS	6. El mensaje hacia los jefes de las situaciones que se suscitan son tomadas en cuenta.		X		
		CONEXIONES CON LA GERENCIA	7. Existe un trato cordial entre la jefatura y sus trabajadores.	1= Nunca	X		
		QUEHACER DE LABORAL DEL SUBORDINADOS	8. Los colaboradores desempeñan sus tareas con efectividad por el alto nivel de las comunicaciones.		X		
		CONFLICTOS LABORALES	9. Cuando un problema permanece sin resolver la gerencia finalmente comunica la decisión tomada.		X		
		SUGERENCIA DE MEJORA	10. El coordinador acepta sus sugerencias de mejora dentro del área de trabajo.		X		
		NIVEL DE SATISFACCION LABORAL	11. La organización da incentivos acordes al nivel de las tareas desarrolladas		X		
		CLIMA LABORAL	12. El jefe dialoga sobre cómo se sienten sus equipos de trabajo.		X		


Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.



**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

HORIZONTAL	COORDINAR LAS TAREAS	13. En el área coordinar tareas para garantizar la equidad en el trabajo es una cultura.	X		
	RESOLVER LOS PROBLEMAS	14. Cuando existen inconvenientes en el área predomina el buen nivel de la comunicación entre todos.	X		
	COMPARTIR LA INFORMACION	15. El equipo de trabajo comparte sus experiencias con los nuevos empleados para mejorar sus resultados y la comunicación entre todos.	X		
	RESOLVER LOS CONFLICTOS	16. Cuando sucede algún conflicto predomina el dialogo promovido de altos mandos.	X		
	CONSTRUIR ENTENDIMIENTO	17. Su coordinador ha logrado construir ideas sólidas y entendibles y compartirlas entre sus equipos para la buena atención.	X		
Firma del experto:  		Fecha 13 /07 /21			

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA, 2021 "							
Apellidos y nombres del investigador: Cárcamo Ramos Sugey Yovana - Salas Huamani Miluska Susana							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Teodoro Carranza Estela							
ASPECTO POR EVALUAR				OPINION DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
INCENTIVO LABORAL	MONETARIO	SALARIOS	18. La remuneración que percibe responde al trabajo realizado.	5= Siempre	X		
		RECOMPESAS	19. En la empresa reconoce económicamente el crecimiento profesional de sus colaboradores.	4= Casi Siempre	X		
		PREMIOS SALARIALES	20. Le otorgan un premio o bono extra por su desempeño.	3= A veces	X		
	NO MONETARIO	COMPRESION DE LA NECESIDADES	21. El jefe inmediato entiende cuando solicita permiso por temas personales.	2= Casi Nunca	X		
		OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO	22. Se siente motivado con las oportunidades de crecimiento profesional que le brinda la empresa.	2= Casi Nunca	X		
		RECONOCIMIENTOS	23. La empresa brinda reconocimientos por el esfuerzo y desempeño en sus actividades.	1= Nunca	X		
Firma del experto:			 <small>DR. TEODORO CARRANZA ESTELA</small> <small>DC. EN ADMINISTRACIÓN</small> <small>CLAD 08171</small>		Fecha <u>13 /07 /21</u>		



**MILUSKA SUSANA SALAS HUAMANI** <msalas@ucv.edu.pe>

para PEDRO ▾

mar, 13 jul 18:06



Estimado Dr. Pedro

Un gusto saludarlo, la presente es para mencionarle que no veo el VB.

Le agradecería pueda revisarlo nuevamente.

Saludos cordiales



**Miluska Salas Huamani** | Asistente  
Escuela Profesional de Derecho | **Campus Lima Norte**  
T. +51(1)2024342 Anx. 2042



**PEDRO CONSTANTE COSTILLA CASTILLO** <pcostilla@ucv.edu.pe>

para mí ▾

mar, 13 jul 18:17



EN LA PARTE INFERIR DICE FIRMADO ASI DE ESTA FORMA SE ESTA VALIDANDO



**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**



[Título de la investigación: "LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA, 2021"]							
Apellidos y nombres del investigador: Cárcamo Ramos Sugey Yovana – Salas Huamani Miluska Susana							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Pedro Costilla Castillo							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	DESCENDENTE	INSTRUMENTOS PARA EL TRABAJO	1. La empresa le proporciona un reglamento de trabajo donde consigna sus obligaciones.	5= Siempre	X		
		LOGICA DE TRABAJO	2. Los colaboradores del área desarrollan la lógica del trabajo en función a sus experiencias	4= Casi Siempre	X		
		PROCEDIMIENTOS Y PRACTICAS	3. Cuando se generan procedimientos nuevos estos son informados oportunamente	3= A veces	X		
		RETROALIMENTACION	4. Su jefe inmediato le brinda la retroalimentación necesaria para mejorar su desempeño.		X		
		ADOCTRINAMIENTO	5. Los jefes de área transmiten ideas con constancia y fundamentación para mejorar el servicio.	2= Casi Nunca	X		
	ASCENDENTE	MENSAJE HACIA LOS DIRECTORIOS	6. El mensaje hacia los jefes de las situaciones que se suscitan son tomadas en cuenta.		X		
		CONEXIONES CON LA GERENCIA	7. Existe un trato cordial entre la jefatura y sus trabajadores.	1= Nunca	X		
		QUEHACER DE LABORAL DEL SUBORDINADOS	8. Los colaboradores desempeñan sus tareas con efectividad por el alto nivel de las comunicaciones.		X		
		CONFLICTOS LABORALES	9. Cuando un problema permanece sin resolver la gerencia finalmente comunica la decisión tomada.		X		
		SUGERENCIA DE MEJORA	10. El coordinador acepta sus sugerencias de mejora dentro del área de trabajo.		X		
		NIVEL DE SATISFACCION LABORAL	11. La organización da incentivos acordes al nivel de las tareas desarrolladas		X		
		CLIMA LABORAL	12. El jefe dialoga sobre cómo se sienten sus equipos de trabajo.		X		

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.



**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

HORIZONTAL	COORDINAR LAS TAREAS	13. En el área coordinar tareas para garantizar la equidad en el trabajo es una cultura.	X		
	RESOLVER LOS PROBLEMAS	14. Cuando existen inconvenientes en el área predomina el buen nivel de la comunicación entre todos.	X		
	COMPARTIR LA INFORMACION	15. El equipo de trabajo comparte sus experiencias con los nuevos empleados para mejorar sus resultados y la comunicación entre todos.	X		
	RESOLVER LOS CONFLICTOS	16. Cuando sucede algún conflicto predomina el dialogo promovido de altos mandos.	X		
	CONSTRUIR ENTENDIMIENTO	17. Su coordinador ha logrado construir ideas sólidas y entendibles y compartirlas entre sus equipos para la buena atención.	X		
Firma del experto: FIRMADO		Fecha 13 /07 /21			



**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA, 2021 "							
Apellidos y nombres del investigador: Cárcamo Ramos Sugey Yovana - Salas Huamani Miluska Susana							
Apellidos y nombres del experto: Dr. Pedro Costilla Castillo							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
INCENTIVO LABORAL	MONETARIO	SALARIOS	18. La remuneración que percibe responde al trabajo realizado.	5= Siempre	X		
		RECOMPESAS	19. En la empresa reconoce económicamente el crecimiento profesional de sus colaboradores.	4= Casi Siempre	X		
		PREMIOS SALARIALES	20. Le otorgan un premio o bono extra por su desempeño.		X		
	NO MONETARIO	COMPRESION DE LA NECESIDADES	21. El jefe inmediato entiende cuando solicita permiso por temas personales.	2= Casi Nunca	X		
		OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO	22. Se siente motivado con las oportunidades de crecimiento profesional que le brinda la empresa.		X		
		RECONOCIMIENTOS	23. La empresa brinda reconocimientos por el esfuerzo y desempeño en sus actividades.	1= Nunca	X		
Firma del experto: FIRMADO			Fecha 13 /07 /21				

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS




Título de la investigación: "LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA, 2021"							
Apellidos y nombres del investigador: Cárcamo Ramos Sugey Yovana – Salas Huamani Miluska Susana							
Apellidos y nombres del experto: Dra. Magaly Ericka Luna Gamarra							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
<b>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>	DESCENDENTE	INSTRUMENTOS PARA EL TRABAJO	1. La empresa le proporciona un reglamento de trabajo donde consigna sus obligaciones.	5= Siempre	X		
		LOGICA DE TRABAJO	2. Los colaboradores del área desarrollan la lógica del trabajo en función a sus experiencias	4= Casi Siempre	X		
		PROCEDIMIENTOS Y PRACTICAS	3. Cuando se generan procedimientos nuevos estos son informados oportunamente	3= A veces	X		
		RETROALIMENTACION	4. Su jefe inmediato le brinda la retroalimentación necesaria para mejorar su desempeño.		X		
		ADOCTRINAMIENTO	5. Los jefes de área transmiten ideas con constancia y fundamentación para mejorar el servicio.	2= Casi Nunca	X		
	ASCENDENTE	MENSAJE HACIA LOS DIRECTORIOS	6. El mensaje hacia los jefes de las situaciones que se suscitan son tomadas en cuenta.		X		
		CONEXIONES CON LA GERENCIA	7. Existe un trato cordial entre la jefatura y sus trabajadores.	1= Nunca	X		
		QUEHACER DE LABORAL DEL SUBORDINADOS	8. Los colaboradores desempeñan sus tareas con efectividad por el alto nivel de las comunicaciones.		X		
		CONFLICTOS LABORALES	9. Cuando un problema permanece sin resolver la gerencia finalmente comunica la decisión tomada.		X		
		SUGERENCIA DE MEJORA	10. El coordinador acepta sus sugerencias de mejora dentro del área de trabajo.		X		
		NIVEL DE SATISFACCION LABORAL	11. La organización da incentivos acordes al nivel de las tareas desarrolladas		X		
		CLIMA LABORAL	12. El jefe dialoga sobre cómo se sienten sus equipos de trabajo.		X		

*Nota:* Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.



**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

HORIZONTAL	COORDINAR LAS TAREAS	13. En el área coordinar tareas para garantizar la equidad en el trabajo es una cultura.	X		
	RESOLVER LOS PROBLEMAS	14. Cuando existen inconvenientes en el área predomina el buen nivel de la comunicación entre todos.	X		
	COMPARTIR LA INFORMACION	15. El equipo de trabajo comparte sus experiencias con los nuevos empleados para mejorar sus resultados y la comunicación entre todos.	X		
	RESOLVER LOS CONFLICTOS	16. Cuando sucede algún conflicto predomina el dialogo promovido de altos mandos.	X		
	CONSTRUIR ENTENDIMIENTO	17. Su coordinador ha logrado construir ideas sólidas y entendibles y compartirlas entre sus equipos para la buena atención.	X		
Firma del experto: 		Fecha 15 /07 /21			

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: "LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y EL INCENTIVO LABORAL EN LA ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO DE PAITA, 2021 "							
Apellidos y nombres del investigador: Cárcamo Ramos Sugey Yovana - Salas Huamani Miluska Susana							
Apellidos y nombres del experto: Dra. Magaly Ericka Luna Gamarra							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
INCENTIVO LABORAL	MONETARIO	SALARIOS	18. La remuneración que percibe responde al trabajo realizado.	5= Siempre	X		
		RECOMPESAS	19. En la empresa reconoce económicamente el crecimiento profesional de sus colaboradores.	4= Casi Siempre	X		
		PREMIOS SALARIALES	20. Le otorgan un premio o bono extra por su desempeño.	3= A veces	X		
	NO MONETARIO	COMPRESION DE LA NECESIDADES	21. El jefe inmediato entiende cuando solicita permiso por temas personales.	2= Casi Nunca	X		
		OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO	22. Se siente motivado con las oportunidades de crecimiento profesional que le brinda la empresa.	2= Casi Nunca	X		
		RECONOCIMIENTOS	23. La empresa brinda reconocimientos por el esfuerzo y desempeño en sus actividades.	1= Nunca	X		
Firma del experto:			Fecha 15 /07 /21				

## Anexo Resultado Alpha Cronbach Comunicación Organizacional

### Comunicación Organizacional

#### Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,853	17

#### Interpretación

De acuerdo a los resultados del análisis de fiabilidad que es ,853 puntos y según el rango de la tabla de valores de Cronbach, se determina que el instrumento de medición es de consistencia bueno.

## Anexo Resultado Alpha Cronbach Incentivo Laboral

### Incentivo Laboral

### Fiabilidad

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

### Estadísticas de fiabilidad

<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,907	6

### Interpretación

De acuerdo a los resultados del análisis de fiabilidad que es ,907 puntos y según el rango de la tabla de valores de Cronbach, se determina que el instrumento de medición es de consistencia excelente.

**Anexo Carta de Autorización**

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia".

Piura, 15 de octubre de 2021

**CARTA N° 002- 2021**

DIRECTOR DE OPERACIONES:  
**RONALD FERNANDO PHLUCKER ACARO**  
ZONA ESPECIAL DE DESARROLLO ZED PAITA  
**Presente:**

De mi especial consideración:

Sirva la presente para expresar un cordial saludo y asimismo informar que nos encontramos en el X de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Cesar Vallejo, para efectos académicos solicitamos el permiso para realizar nuestra investigación de la entidad.

**Atentamente**



Sugely Cárcamo Ramos  
DNI:4388318



Miluska SalasHuamani  
DNI:43134692



Ronald Phlucker Acaro  
Director de Operaciones  
ZED PAITA  
DO - D - 101