



**UNIVERSIDAD RICARDO PALMA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE**  
**NEGOCIOS GLOBALES**

**Cultura organizacional y engagement de la empresa INGECOL**  
**Sucursal de Perú S.A.C.**

**TESIS**  
**Para Optar el Título Profesional de Licenciada en Administración de**  
**Negocios Globales**

**AUTORA**  
Carnero Ruiz, Elsa Andrea  
**ORCID: 0000-0001-8940-4455**

**ASESORA**  
Casas Quispe María Isabel  
**ORCID: 0000-0002-0445-374X**

**Lima, Perú**  
**2023**

## **Metadatos**

### **Datos de autor**

Carnero Ruiz Elsa Andrea

Tipo de documento de identidad de la AUTORA: DNI

Número de documento de identidad de la AUTORA: 75605758

### **Datos de asesor**

Mg. Casa Quispe María Isabel

Tipo de documento de identidad de la ASESORA: DNI

Número de documento de identidad de la ASESORA: 45705128

### **Datos del jurado**

**JURADO 1:** Torres Vega, César Medardo, DNI: 09889524, ORCID: 0000-0002-6120-1602

**JURADO 2:** Ávila Bolívar de Andrade Piedra Luisa Adriana, DNI: 09868123, ORCID: 0000-0002-4746-5644

**JURADO 3:** Minchola Guardia Renzo Daniel, DNI: 45614158, ORCID: 0000-0003-2944-8207

**JURADO 4:** Murga Prieto, Maria Judith, DNI: 08797385, ORCID: 0000-0003-2291-2396

### **Datos de la investigación**

**Campo del conocimiento OCDE:** 5.02.04

**Código del programa:** 416016

**ANEXO N°1**  
**DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**

Yo, Elsa Andrea Camero Ruiz con código de estudiante N° 201311373 con (DNI o Carné de Extranjería) N° 75605758, con domicilio en Jr, Jesus Vera Fernandez 1066 distrito San Martin de Porres, provincia y departamento de Lima, en mi condición de (bachiller/magister) en Administración de Negocios Globales de la (Facultad/ Escuela de Posgrado) de aAdministración y Ciencias Económicas, declaro bajo juramento que:

(El/la) presente (tesis/ trabajo de suficiencia profesional/ proyecto de investigación) titulado: "Cultura Organizacional y Engagement de la empresa INGECOL Sucursal de Perú S.A.C." es de mi única autoría, bajo el asesoramiento del docente Maria Isabel Casas Quispe, y no existe plagio y/o copia de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación presentado por cualquier persona natural o jurídica ante cualquier institución académica o de investigación, universidad, etc; (El/la) cual ha sido sometido (a) al antiplagio Turnitin y tiene el 9% de similitud final.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el (tesis/ trabajo de suficiencia profesional/ proyecto de investigación), el contenido de estas corresponde a las opiniones de ellos, y por las cuales no asumo responsabilidad, ya sean de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o de internet.

Asimismo, ratifico plenamente que el contenido íntegro del (tesis/ trabajo de suficiencia profesional/ proyecto de investigación) es de mi conocimiento y autoría. Por tal motivo, asumo toda la responsabilidad de cualquier error u omisión en el (tesis/ trabajo de suficiencia profesional/ proyecto de investigación) y soy consciente de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de falsa declaración, me someto a lo dispuesto en las normas de la Universidad Ricardo Palma y a los dispositivos legales nacionales vigentes.

Surco, 13 de Diciembre de 2023



---

Elsa Andrea Camero Ruiz

75605758

## Cultura organizacional y engagement de la empresa INGECOL Sucursal de Perú S.A.C.

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>1%</b>	<b>7%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>Submitted to Universidad Ricardo Palma</b> Trabajo del estudiante	<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.urp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>www.coursehero.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.uta.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>

Excluir citas      Apagado      Excluir coincidencias < 1%  
Excluir bibliografía      Apagado



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
Y EMPRESARIALES

DR. JAVIER DEMETRIO RAMOS DE ROSAS ALVAREZ DEL VILLAR  
Jefe de Unidad Grados y Títulos - PACBE



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

MAC ORTIZ ALVARADO SANCHEZ  
Asesor de Investigación y Desarrollo  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

### **Dedicatoria**

A mis amados padres, por regalarme la vida, y apoyarme sin dudar con amor.

A mis queridos hermanos por darme fuerzas y ser incondicionales.

### **Agradecimientos**

A mis padres, quienes me apoyaron a realizar mi carrera y nunca dejaron de creer en mí. Sin su apoyo no lo habría logrado.

Agradezco a mi amada institución educativa, la reconocida Universidad Ricardo Palma, por todo lo que aprendí durante mi etapa universitaria. A la empresa Ingecol y trabajadores por apoyarme brindándome la información pertinente para la ejecución de la presente tesis.

Doy mi reconocimiento a mi mentora, María Isabel, por sus valiosos consejos y el respaldo que me brindó.

## Introducción

La investigación titulada *Cultura organizacional y engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú S.A.C.* pretende demostrar de qué manera la cultura organizacional impacta en el engagement de los empleados. Para lo cual la investigación se ha dividido en 6 capítulos, las que se señalan a continuación:

En el **Capítulo I** se presenta el planteamiento del estudio, que incluye la formulación del problema, la actualidad de la problemática, los objetivos, la importancia y justificación, así como el alcance y las limitaciones.

En el **Capítulo II** se expone el marco teórico conceptual, que incluye los antecedentes generales de la investigación, las bases teórico-científicas y la definición de los términos básicos utilizados en el estudio. Esta información va a permitir situar el estudio en el contexto teórico existente y establecer las bases conceptuales necesarias para su comprensión.

En el **Capítulo III** se desarrollan las hipótesis, las variables y la matriz de consistencia. La hipótesis se ha formulado a partir de la relación planteada entre las variables de estudio, asimismo, la matriz de consistencia muestra la congruencia lógica y coherencia metodológica entre los diferentes elementos del estudio.

En el **Capítulo IV** se describen el método de investigación, los procedimientos utilizados para seleccionar la muestra, la forma en que se aplicará el instrumento de recolección de datos y la forma del análisis de la información.

En el **Capítulo V** se describen los resultados, donde se analizarán los datos y una propuesta del plan de mejora para la empresa. Además, para la mejor comprensión se utilizará un lenguaje técnico con presencia de gráficos y tablas que ilustren los resultados.

En el **Capítulo VI** se presentan las conclusiones en base a los resultados obtenidos y se ofrecen propuestas de mejora para la empresa. Se realiza un resumen de las implicancias teóricas y prácticas del estudio y se discuten las posibles limitaciones y futuras líneas de investigación.

Para el manejo adecuado de las referencias bibliográficas se ha utilizado las normas APA (séptima edición).

## Índice

Carátula.....	I
Metadatos.....	II
Dedicatoria.....	V
Agradecimientos.....	VI
Introducción.....	VII
Índice.....	IX
Lista de tablas.....	XI
Lista de figuras.....	XV
Resumen.....	XVII
Abstract.....	XVIII
<b>CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....</b>	<b>1</b>
1. Formulación del problema.....	1
2. Objetivo General y Específicos.....	4
3. Justificación e importancia del estudio.....	5
4. Alcance y limitaciones.....	6
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....</b>	<b>8</b>
1. Antecedentes de la investigación.....	8
2. Bases teórico-científicas.....	13
3. Definición de términos básicos.....	35
<b>CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES.....</b>	<b>37</b>

1. Hipótesis y/o supuestos básicos .....	37
2. Las variables de estudio y su operacionalización .....	37
3. Matriz lógica de consistencia .....	39
<b>CAPITULO IV MÉTODO .....</b>	<b>40</b>
1. Tipo y método de investigación .....	40
2. Diseño específico de investigación .....	40
3. Población y muestra .....	40
4. Instrumentos de obtención de datos .....	41
5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	43
6. Procedimiento de ejecución del estudio.....	43
<b>CAPITULO V RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>44</b>
1. Datos cuantitativos .....	44
2. Análisis de resultados.....	80
3. Discusión de resultados.....	99
<b>CAPITULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>103</b>
1. Conclusiones .....	103
2. Recomendaciones.....	104
Referencias.....	106
Apéndice .....	109

### Lista de tablas

Tabla 1 Análisis FODA cruzado de la empresa Ingecol sucursal de Perú .....	3
Tabla 2 Indicadores para medición de la cultura organizacional.....	25
Tabla 3 Indicadores para la medición del engagement.....	29
Tabla 4 Dimensiones e indicadores de la variable uno.....	38
Tabla 5 Dimensiones e indicadores de la variable dos .....	38
Tabla 6 Estructura de ítems de la cultura organizacional .....	42
Tabla 7 Estructura de ítems del engagement .....	42
Tabla 8 Ítems de la operacionalización de variables .....	44
Tabla 9 ¿Considera usted que sus líderes proponen metas realistas?.....	45
Tabla 10 ¿Comprende lo que hay que hacer para lograr sus metas exitosamente? .....	46
Tabla 11 ¿Comparte con sus compañeros una visión común de hacia dónde se dirige la organización?.....	47
Tabla 12 ¿La visión de la empresa lo motiva a realizar sus funciones de mejor manera? .....	48
Tabla 13 ¿Cuentan con una misión clara que le da sentido y dirección a su trabajo? ....	49
Tabla 14 ¿Existe un grupo de valores consistentes que dirigen su actuar dentro de la empresa? .....	50
Tabla 15 ¿Cuentan con un código de ética que usan como guía y les indica lo que deben y no hacer?.....	51
Tabla 16 ¿Si no siguen los valores fundamentales, los pueden sancionar? .....	52
Tabla 17 ¿Es sencillo ponerse de acuerdo en la empresa, incluso frente a situaciones difíciles? .....	53
Tabla 18 ¿Es fácil coordinar acciones entre las diversas áreas de la organización? .....	54

Tabla 19 ¿Considera que las metas están alineadas en todas las áreas? .....	55
Tabla 20 ¿Considera usted que todas las áreas siempre trabajan en conjunto? .....	56
Tabla 21 ¿Percibe que los objetivos se completan gracias al trabajo en conjunto y no porque los jefes se encuentran vigilando? .....	57
Tabla 22 ¿La empresa invierte en capacitaciones para mejorar sus capacidades? .....	58
Tabla 23 ¿La información de la empresa se encuentra disponible para todos cuando la necesiten? .....	59
Tabla 24 ¿Considera usted que se involucra activamente en la empresa?.....	60
Tabla 25 ¿Usted percibe que la forma de realizar las cosas es flexible? .....	61
Tabla 26 ¿Participan continuamente para realizar mejoras el trabajo? .....	62
Tabla 27 ¿Considera usted que tienen una buena respuesta a la competencia y a cambios en el entorno comercial?.....	63
Tabla 28 ¿Sus decisiones se ven influenciadas gracias a los clientes?.....	64
Tabla 29 ¿La empresa les alienta a tener contacto directo con los clientes? .....	65
Tabla 30 ¿Percibe usted que el aprendizaje es un objetivo importante en sus labores a diario? .....	66
Tabla 31 ¿Se siente lleno de energía en el trabajo? .....	67
Tabla 32 ¿Puede trabajar durante largos periodos de tiempo frente a la computadora? .....	68
Tabla 33 ¿Se considera fuerte y vigoroso en el trabajo? .....	69
Tabla 34 ¿Su trabajo tiene propósito y sentido? .....	70
Tabla 35 ¿Se encuentra entusiasmado con su trabajo? .....	71
Tabla 36 ¿Se siente orgulloso de lo que hace en su trabajo? .....	72
Tabla 37 ¿Considera que su trabajo es retador? .....	73
Tabla 38 ¿Siente que su trabajo lo inspira? .....	74
Tabla 39 ¿Le es difícil "desconectarse" del trabajo? .....	75

Tabla 40 ¿Se involucra activamente en el trabajo?.....	76
Tabla 41 ¿Se siente feliz cuando está en el trabajo?.....	77
Tabla 42 ¿Cuándo se levanta por las mañanas tiene ganas de ir a trabajar?.....	78
Tabla 43 ¿Percibe que el tiempo "vuela" cuando está trabajando? .....	79
Tabla 44 Flujo de correlación misión y vigor.....	81
Tabla 45 Prueba de chi-cuadrado de la misión y vigor.....	82
Tabla 46 Prueba de correlación de la misión y dedicación.....	83
Tabla 47 Prueba de chi-cuadrado de la misión y dedicación.....	83
Tabla 48 Prueba de correlación de la misión y absorción .....	84
Tabla 49 Prueba chi-cuadrado de la misión y la absorción .....	85
Tabla 50 Prueba de correlación de la adaptabilidad y vigor.....	86
Tabla 51 Prueba de chi-cuadrado de la adaptabilidad y vigor.....	86
Tabla 52 Prueba de correlación de la adaptabilidad y dedicación .....	87
Tabla 53 Prueba de chi-cuadrado de la adaptabilidad y dedicación.....	88
Tabla 54 Prueba de correlación de la adaptabilidad y absorción.....	89
Tabla 55 Prueba de chi-cuadrado de la adaptabilidad y absorción.....	89
Tabla 56 Prueba de correlación de la participación y vigor .....	91
Tabla 57 Prueba chi-cuadrado de la participación y vigor .....	91
Tabla 58 Prueba de correlación de la participación y dedicación.....	92
Tabla 59 Prueba chi-cuadrado de la participación y dedicación .....	93
Tabla 60 Prueba de correlación de la participación y absorción .....	94
Tabla 61 Prueba chi-cuadrado de la participación y absorción .....	94
Tabla 62 Prueba de correlación de la consistencia y vigor.....	95
Tabla 63 Prueba chi-cuadrado de la consistencia y vigor.....	96
Tabla 64 Prueba de correlación de consistencia y dedicación.....	97

Tabla 65 Prueba chi-cuadrado de la consistencia y dedicación.....	97
Tabla 66 Prueba de correlación consistencia y absorción .....	98
Tabla 67 Prueba chi-cuadrado de la consistencia y absorción.....	99

## Lista de figuras

Figura 1 Modelo complejo de la organización .....	19
Figura 2 Modelo de Denison .....	20
Figura 3 Modelo de marco de valores competitivos.....	21
Figura 4 Modelo de marco de valores competitivos.....	22
Figura 5 Modelo de estratos.....	23
Figura 6 ¿Considera usted que sus líderes proponen metas realistas?.....	46
Figura 7 ¿Comprende lo que hay que hacer para lograr sus metas exitosamente?.....	47
Figura 8 ¿Comparte con sus compañeros una visión común de hacia dónde se dirige la organización?.....	48
Figura 9 ¿La visión de la empresa lo motiva realizar sus funciones de mejor manera? 49	49
Figura 10 ¿Cuentan con una misión clara que le da sentido y dirección a su trabajo?..	50
Figura 11 ¿Existe un grupo de valores consistentes que dirigen su actuar dentro de la empresa? .....	51
Figura 12 ¿Cuentan con un código de ética que usan como guía y les indica lo que deben y no hacer? .....	52
Figura 13 ¿Si no siguen los valores fundamentales, los pueden sancionar?.....	53
Figura 14 ¿Es sencillo ponerse de acuerdo en la empresa, incluso frente a situaciones difíciles? .....	54
Figura 15 ¿Es fácil coordinar acciones entre las diversas áreas de la organización? ....	55
Figura 16 ¿Considera que las metas están alineadas en todas las áreas?.....	56
Figura 17 ¿Considera usted que todas las áreas siempre trabajan en conjunto?.....	57
Figura 18 ¿Percibe que los objetivos se completan gracias al trabajo en conjunto y no porque los jefes se encuentran vigilando? .....	58
Figura 19 ¿La empresa invierte en capacitaciones para mejorar sus capacidades?.....	59

Figura 20 ¿La información de la empresa se encuentra disponible para todos cuando la necesiten? .....	60
Figura 21 ¿Considera usted que se involucra activamente en la empresa? .....	61
Figura 22 ¿Usted percibe que la forma de realizar las cosas es flexible?.....	62
Figura 23 ¿Participan continuamente para realizar mejoras el trabajo? .....	63
Figura 24 ¿Considera usted que tienen una buena respuesta a la competencia y a cambios en el entorno comercial? .....	64
Figura 25 ¿Sus decisiones se ven influenciadas gracias a los clientes?.....	65
Figura 26 ¿La empresa les alienta a tener contacto directo con los clientes?.....	66
Figura 27 ¿Percibe usted que el aprendizaje es un objetivo importante en sus labores a diario? .....	67
Figura 28 ¿Se siente lleno de energía en el trabajo?.....	68
Figura 29 ¿Puede trabajar durante largos periodos de tiempo frente a la computadora? .....	69
Figura 30 ¿Se considera fuerte y vigoroso en el trabajo? .....	70
Figura 31 ¿Su trabajo tiene propósito y sentido?.....	71
Figura 32 ¿Se encuentra entusiasmado con su trabajo?.....	72
Figura 33 ¿Se siente orgulloso de lo que hace en su trabajo?.....	73
Figura 34 ¿Considera que su trabajo es retador? .....	74
Figura 35 ¿Siente que su trabajo lo inspira? .....	75
Figura 36 ¿Le es difícil "desconectarse" del trabajo? .....	76
Figura 37 ¿Se involucra activamente en el trabajo? .....	77
Figura 38 ¿Se siente feliz cuando está en el trabajo? .....	78
Figura 39 ¿Cuándo se levanta por las mañanas tiene ganas de ir a trabajar? .....	79
Figura 40 ¿Percibe que el tiempo "vuela" cuando está trabajando? .....	80

## Resumen

El estudio de investigación tiene como objetivo demostrar cual es el vínculo entre la cultura organizacional y el compromiso laboral de los empleados en la empresa Ingecol Sucursal de Perú S.A.C. Para determinar las variables del estudio, se tomó como referencia a diversos autores y especialmente las teorías de Denison y Schaufeli. Se utilizó un enfoque correlacional-descriptivo, de diseño experimental-transversal, con un método deductivo, de enfoque cuantitativo. Se aplicó un cuestionario de 35 preguntas, basado en la escala de Likert, a una población censal de 70 trabajadores. Los resultados obtenidos indican que las cuatro dimensiones de la cultura organizacional (variable 1) influyen significativamente con el engagement (variable 2).

**Palabras clave:** Cultura organizacional, engagement, empresa de construcción, reestructuración, trabajadores administrativos.

### **Abstract**

The research study aims to demonstrate the link between organizational culture and the work commitment of employees in the company Ingecol Sucursal de Perú S.A.C. To determine the variables of the study, various authors and especially the theories of Denison and Schaufeli were taken as reference. A correlational-descriptive approach, experimental-cross-sectional design, with a deductive method, quantitative approach, was used. A questionnaire of 35 questions, based on the Likert scale, was applied to a census population of 70 workers. The results obtained indicate that the four dimensions of organizational culture (variable 1) significantly influence engagement (variable 2).

**Keywords:** Organizational culture, engagement, construction company, restructuring, administrative workers.

## CAPÍTULO I

### PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

#### 1. Formulación del problema

A lo largo del tiempo debido a la globalización y a las tendencias cada vez más efímeras, tanto las empresas como los empleados son involucrados en el constante cambio. Por una parte, la competitividad del mercado es cada vez más fuerte, por lo que los empleados deben tener un buen desempeño con la finalidad de elevar la productividad de la empresa, se ha observado que los trabajadores no se alinean a la cultura organizacional de su institución lo que trae como consecuencia, que no hay compromiso, ni motivación para alcanzar los objetivos que plantea la organización.

Gallup (2021), al aplicar una encuesta a 112.312 empresas de 96 países, evidenció que un 21% de empleados se encuentran realmente comprometidos con la empresa donde laboran. En el ranking de Latinoamérica, Perú se encuentra en el número 17 de 19 países participantes del estudio, con un 19% de personas engaged con la empresa donde trabajan. Las empresas que han comenzado a gestionar una buena cultura de engagement en el último año, han obtenido una mejora de productividad en un 14%, con un aumento en su rentabilidad de un 23%. Aun así, las empresas no toman consciencia de que, al alinear su misión, visión, valores y objetivos con los empleados, tendrían una gran mejora en su productividad y relación con los trabajadores.

Ingecol sucursal de Perú, es una empresa colombiana fundada en el año 2016, dedicada al área de construcción y consultoría, se rige bajo estrictos estándares de calidad y cumplimiento para brindar soluciones de manera efectiva. La empresa viene atravesando en la actualidad diversos retos con sus trabajadores y uno de ellos es el bajo nivel de engagement que tienen hacia la empresa.

Ingecol operó 3 años en Perú hasta que la pandemia golpeó sus operaciones y tuvieron que cesar por un determinado tiempo. Reiniciaron sus operaciones en octubre del 2021, sin adaptar o modificar su misión, visión, valores y objetivos bajo la nueva coyuntura que viene atravesando el país, razón por lo que, se observa que los trabajadores no sientan compromiso con la organización, ya que no concuerdan con los objetivos y valores definidos por la compañía, además, viven un ambiente de temor e inseguridad laboral, porque que muchos de ellos fueron cesados sin goce de haber, durante la pandemia, a falta de liquidez de la empresa.

Los estudios de investigación demuestran que, la cultura organizacional tiene impacto en el desempeño de los empleados, así, mientras exista una adecuada misión, esta misión va a generar una mejor respuesta ante los cambios, involucrándolos más en cada paso que da la empresa (Reyna y Campos, 2015).

Asimismo, la falta de engagement que tienen los trabajadores de Ingecol, han desencadenado bajas en la producción, problemas con la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL), y los trabajadores administrativos al no cumplir con sus funciones, han generado dificultades en la construcción de las obras viales comprometidas.

A lo largo del tiempo, debido a la globalización y a las tendencias cada vez más efímeras, tanto las empresas como los empleados son involucrados en el constante cambio. Por una parte, la competitividad del mercado es cada vez más fuerte, por lo que las instituciones buscan que sus empleados tengan mejor desempeño, con la finalidad de elevar la productividad de la empresa. Sin embargo, muchos empleados no muestran un buen desempeño, sino comparten o se alinean a la cultura organizacional que tiene la

empresa, lo que trae como consecuencia que no exista compromiso, ni motivación para alcanzar los objetivos que plantea la organización (Chamorro y Tato, 2015).

**Tabla 1**

*Análisis FODA cruzado de la empresa Ingecol sucursal de Perú*

MATRIZ FODA CRUZADO		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
			O1: Posibilidad de formar alianzas estratégicas (consorcios). O2: Incremento de la demanda. O3: Inversión en certificaciones de medio ambiente, calidad, seguridad y salud en el trabajo
FORTALEZAS	F1: Experiencia en el sector público. F2: Conocimiento del cliente y el mercado. F3: Servicios con calidad. F4: Genera empleo.	F1-O2: Aprovechar el conocimiento del sector para desarrollar mejores propuestas ante la demanda. F2-O1: Aprovechar el conocimiento del cliente y el mercado para tener poder de negociación ante las alianzas. F3-O3: Aprovechar los servicios de calidad e invertir en la adquisición de las certificaciones. F4-O2: Realizar una buena gestión de reclutamiento de talento humano debido al incremento de la demanda.	F1-A1: Proponer y aplicar acciones que mejoren la productividad de la empresa. F2-A2: Promocionar la empresa mediante la implementación de sistemas integrales de gestión. F3-A3: Alta inversión en procesos que mejora la productividad y disminuye riesgos. F4-A2: Enfatizar la búsqueda de talento humano para asegurar la calidad de los servicios ofrecidos.
DEBILIDADES	D1: Carece de un soporte en sus procesos productivos. D2: Carece de sistemas integrados de gestión. D3: Ausencia de personal comprometido.	D1-O1: Desarrollar actividades de formación en cuanto a responsabilidad y eficiencia en los procesos productivos, que estén en relación con la preservación de la seguridad y salud de los trabajadores. D2-O2: Implementación de políticas que fomenten el desarrollo de la empresa. D3-O3: Incentivar la motivación por mantener un entorno laboral comprometido.	D1-A3: Desarrollar sistemas que reduzcan riesgos en el proceso de producción. D2-A1: Atribuir responsabilidades que fomenten un ambiente de trabajo seguro a nivel de toda la organización. D3-A2: Realizar actividades de capacitación a los colaboradores en función al trabajo que realizan.

Nota. Elaborado con información proporcionada por la gerencia de Ingecol

### 1.1. Problema General

¿De qué manera se vinculan la cultura organizacional y el *engagement* de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?

## **1.2. Problemas Específicos**

¿De qué manera se vinculan la misión y el *engagement* de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?

¿De qué manera se vinculan la adaptabilidad y el *engagement* de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?

¿De qué manera se vinculan la participación y el *engagement* de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?

¿De qué manera se vinculan la consistencia y el *engagement* de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?

## **2. Objetivo General y Específicos**

### **2.1. Objetivo General**

Determinar el vínculo de la cultura organizacional con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

### **2.2. Objetivos Específicos**

Determinar si la misión se vincula con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

Determinar si la adaptabilidad se vincula con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

Determinar si la participación se vincula con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

Determinar si la consistencia se vincula con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

### **3. Justificación e importancia del estudio**

#### **3.1. Importancia del estudio**

La importancia del trabajo de investigación, consiste en establecer la relación existente entre la variable uno y dos, de tal manera que esto permita proponer una mejora en su cultura organizacional y que los empleados desarrollen un engagement que beneficie a Ingecol.

La investigación es conveniente para la empresa Ingecol porque, después de la pandemia, no ha tenido ninguna reestructuración, lo que ha provocado que los empleados no sientan compromiso, ni se identifiquen con la institución, por lo que la investigación, servirá de apoyo a los directivos de Ingecol, para que puedan mejorar la cultura organizacional, porque, al reestructurar la misma, esta va a mejorar el *engagement* de los trabajadores, facilitando que los colaboradores estén preparados frente a cualquier cambio.

#### **3.2. Justificación**

##### **3.2.1. Justificación Teórica**

La investigación va a aportar a otras investigaciones con problemas y objetivos semejantes en el rubro de construcción. Además, puede ser usada como base de consulta y referencias a futuras investigaciones en el sector de construcción, dado que no existe una amplia información a nivel local.

##### **3.2.2. Justificación Práctica**

Es práctica porque, la investigación servirá para aplicar una apropiada reestructuración de la cultura organizacional, aumentando el compromiso de los trabajadores. A su vez la empresa al no contar con una adecuada estructura cultural dentro

de su organización, difícilmente los trabajadores se sentirán comprometidos, lo que puede originar baja productividad y disminución de la rentabilidad de la empresa.

### **3.2.3. Justificación Metodológica**

La investigación al plantear el como objetivo principal, establecer la relación entre la cultura organizacional y el engagement de los trabajadores, mediante la recolección de información aplicando un cuestionario se va a obtener datos valiosos, las mismas que servirán a la empresa, para desarrollar estrategias de una adecuada cultura dentro de la organización y por ende mejorar el compromiso de sus colaboradores con la institución.

## **4. Alcance y limitaciones**

### **4.1. Alcance**

La investigación se realizó en la empresa de construcción Ingecol Sucursal de Perú y se recaudó información relevante de los trabajadores administrativos de la oficina central y obras ubicadas en Tacna, Cajamarca e Ica, para lo cual, se aplicó una encuesta con la finalidad de analizar la cultura de la organización y el nivel de compromiso del empleado con su labor y la empresa.

### **4.2. Limitaciones**

#### **4.2.1. Limitación Teórica**

En la investigación para la primera variable, se va a tomar en cuenta la teoría de Denison (1991), quien analiza adecuadamente las dimensiones de la cultura organizacional. Mientras que para la segunda variable se ha considerado las teorías de Bakker (2013), Salanova (2009), Schaufeli (1953) y Gonzales (1987).

#### **4.2.2. Limitación Espacial**

El estudio se realizó en la empresa Ingecol de Perú, donde se aplicó una encuesta a 70 trabajadores para analizar cuál es el compromiso que tienen los trabajadores con la institución.

#### **4.2.3. Limitación Temporal**

La tesis fue desarrollada de noviembre 2021 a noviembre del 2023.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

#### 1. Antecedentes de la investigación

##### 1.1. En el contexto internacional

Cevillano (2021) en la investigación *Cultura organizacional y engagement del personal administrativo del área de talento humano de una distribuidora farmacéutica de Quito, 2021*, el objetivo es establecer de qué manera la cultura organizacional se asocia con el nivel de engagement de los trabajadores. El método es correlativo, de enfoque cuantitativo, no experimental, y el cuestionario se elaboró bajo la teoría de Utrecht y COCS a una muestra de 30 empleados, la misma que cuenta con la confiabilidad y validez. Concluye el estudio, que la relación entre la cultura organizacional y el engagement es significativa y que no existe una dirección estratégica adecuada dentro de la cultura organizacional, por lo que, recomiendan trabajar un plan de estrategias para incrementar los niveles en ambas variables. El trabajo permitió organizar las variables y siendo una investigación explicativa, ayudó a desarrollar el cuestionario e interpretar los resultados.

En la investigación García et al. (2020) sobre *Relación entre la cultura organizacional, la satisfacción laboral y el engagement en el sector confecciones de Piedecuesta, Santander*, plantearon el objetivo de establecer la relación entre las variables cultura organizacional, satisfacción laboral y engagement. El método es descriptivo-correlacional, no experimental de corte transversal y enfoque mixto. El instrumento aplicado es el cuestionario OCAI y UWES-17, a una muestra de 72 colaboradores y cuenta con la validez y confiabilidad respectiva. Al finalizar, establecieron que hay relación significativa entre las variables cultura organizacional, satisfacción laboral y engagement. Asimismo, determinan que la coordinación e integración con la empresa

mejoran el engagement, por consiguiente, recomiendan que la empresa debe elaborar un proyecto de mejora de la cultura organizacional, para elevar de manera positiva los niveles de satisfacción laboral y engagement. Las conclusiones de la investigación van a servir para la discusión de resultados.

En la tesis Calero (2018) sobre, *la cultura organizacional y el desempeño del personal en las empresas procesadoras de atún, de la provincia de Manabí – Ecuador*, el objetivo es establecer la relación entre la cultura organizacional y el desempeño del personal. El método planteado es no experimental, de enfoque cuantitativo, corte transversal, correlacional. Como instrumento se utilizó la encuesta a 314 trabajadores, las mismas que cuentan con la confiabilidad y validez. Al finalizar, se demostró que existe influencia significativa entre las variables. Por lo que, recomiendan a la empresa a identificar el Ser de sus colaboradores, para así ayudar a identificar los valores y de esta manera empoderar a los colaboradores para que cumplan adecuadamente con sus funciones. La investigación sirvió para elaborar las dimensiones de la variable independiente del estudio.

En la investigación Chiang et al. (2017) sobre la *Relación entre el Clima Organizacional y engagement, en 2 fundaciones sociales, sin fines de lucro, de la región del Bio Bio*, el objetivo fue analizar la relación entre las variables, para esto, aplicó el método descriptivo-correlacional. El estudio utilizó como instrumento el cuestionario, la misma que se aplicó a una muestra de 237 trabajadores. Al finalizar, los investigadores determinan que, existe correlación significativa entre la variable cultura organizacional y satisfacción laboral. Asimismo, mencionan que es fundamental los códigos de ética y los valores de los colaboradores para mejorar su engagement. Recomendamos a la empresa, fidelizar a los trabajadores con los valores de la organización. La investigación fue

utilizada como referencia para desarrollar las dimensiones de la variable independiente, así como para la discusión de resultados.

Córdoba (2015), en el trabajo *Niveles de engagement en los colaboradores de una industria de detergentes ubicada en Escuintla*, estableció el objetivo de determinar cuáles son los niveles de *engagement* en un grupo de colaboradores de una industria de detergentes. La metodología aplicada es de tipo descriptivo. El instrumento fue el cuestionario que se aplicó a 69 trabajadores, con la validez y confiabilidad respectiva. Al finalizar, determina que los trabajadores tienen un *engagement* bastante alto porque, coordinan y se integran con la empresa. Asimismo, los colaboradores se muestran entusiastas a su trabajo y se sienten que son pieza fundamental de la empresa, lo que ayuda a conseguir objetivos en común, de manera óptima y eficaz en un determinado tiempo. No obstante, menciona que la empresa debe gestionar un programa de actividades conductuales y cognitivas que contribuyan a fortalecer el *engagement* que poseen. La investigación brindó información relevante para la variable *engagement* y para la discusión de resultados.

## 1.2. En el contexto nacional

Morales (2019), en el estudio *Cultura organizacional y engagement en los trabajadores del Fondo de Aseguramiento en Salud de la PNP SALUDPOL*, Pueblo Libre, 2019, el objetivo fue determinar la relación entre estas dos variables con el fin de contribuir al desarrollo de estrategias efectivas para mejorar la cultura organizacional y el *engagement*, el método utilizado fue cuantitativo, descriptivo- correlacional, no experimental-transversal. El estudio aplicó las encuestas Denison Organizational Culture Survey (DOCS) y Utrecht Work engagement (UWES), a 50 encuestas colaboradores, este instrumento cuenta con la validez y confiabilidad respectiva. Como conclusiones, él

estudió determinó que existe una débil pero positiva correlación entre la cultura y el engagement, además, refiere que existe una asociación elemental de la misión, las creencias, la visión, metas, principios, trabajo en equipo, empoderamiento, desarrollo de destrezas y valores compartidos dentro del fondo de aseguramiento como parte de la misma cultura de Saludpol, las cuales guardan relación con el engagement. Adicionalmente recomienda fortalecer la cultura organizacional, a fin de optimizar el estado psicológico y físico de los trabajadores, esta recomendación conlleva a que la empresa tenga un mejor desempeño en su puesto de trabajo. Finalmente, esta tesis permitió servir de guía para definir las variables y dimensiones del estudio.

Vargas (2018), en la tesis *Cultura organizacional y engagement en los colaboradores de la Universidad Peruana Unión Filial Juliaca, 2017*, estableció el objetivo de buscar la relación entre las variables. La metodología es de enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional, diseño no experimental-transversal y tipo aplicada. Utilizó los cuestionarios (DOCS y UWES) a una muestra de 202 trabajadores. La investigación concluye que, menos del 50% de trabajadores concuerda con la cultura organizacional de la universidad, y solo un 12.4% de trabajadores tienen un alto nivel de *engagement*; por lo que concluye, en que la cultura organizacional tiene una gran influencia con el *engagement*. Por tanto, Vargas recomienda que la empresa debe fortalecer su plan de cultura organizacional, el enfoque del empoderamiento de los colaboradores, redefina y fortalezca los canales de comunicación, consolide el sistema de incentivos y compensaciones enfocados en cada área de trabajo.

Chero y Córdova (2018), en la investigación *Cultura organizacional y su relación con el engagement laboral en los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Independencia, Huaraz-2018*, estableció como objetivo, determinar cómo la cultura

organizacional se vincula con el engagement. En la metodología se aplicó el enfoque cuantitativo, no experimental, correlacional. En el estudio aplicaron dos encuestas a una muestra de 120 colaboradores. Concluyen que existe una relación significativa entre la variable cultura organizacional y la variable engagement; además, refieren que los trabajadores no se sienten empoderados, no laboran en equipo, no desarrollan todas sus capacidades y por parte de la empresa no existe un aprendizaje institucional. Por lo que, recomiendan a la municipalidad impulsar actitudes positivas, compromiso y la interrelación social entre los trabajadores, para de esta manera educar a los trabajadores a tener confianza en cualquier área donde se desarrollan profesionalmente. Es importante señalar que la investigación ayudó a determinar las dimensiones e las variables y su posterior discusión.

Luna y Mío (2017), en la tesis *Cultura organizacional y engagement en colaboradores de una empresa agroindustrial de Lambayeque*, plantearon el objetivo de establecer el vínculo entre la cultura organizacional y el engagement. Para esto, usaron el método correlacional, de tipo aplicada, de diseño no experimental-transversal y enfoque cuantitativo. Como instrumento aplicaron el cuestionario UWES a 154 colaboradores. Al finalizar, encontraron que los elementos de la primera variable guardan relación con las dimensiones de la segunda variable. Adicionalmente, establecen que la empresa debe realizar planes de acción, para promover líneas de carrera, que permitan mejorar el engagement de los trabajadores. Además, recomiendan que los responsables del área de recursos humanos trabajen el método design thinking para potenciar el *engagement*. La investigación fue tomada como referencia para establecer las variables del trabajo de investigación, asimismo, la base teórica que contiene, ha servido de ayuda para el desarrollo del marco teórico de la tesis.

Fernández (2017), en el estudio *Cultura organizacional y engagement laboral en los docentes de la I. E. N° 125 Ricardo Palma, Huáscar San Juan de Lurigancho 2017*, el objetivo es determinar cuál es el vínculo entre las variables cultura organizacional y engagement. El método es descriptivo-correlacional, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y aplicada. El cuestionario se aplicó a 49 docentes, bajo el modelo UWES para medir el engagement y el modelo DOCS para medir la cultura organizacional, ambos cuestionarios cuentan con la confiabilidad y validez respectiva. El estudio demostró que existe influencia significativa entre la primera y segunda variable. Adicionalmente, recomendó a la I.E. crear una gestión social, realizando programas de integración, talleres para desarrollar las habilidades de los docentes y finalmente elaborar manuales y procedimientos de operaciones, deberes y funciones de acuerdo al área donde laboran, con la finalidad de incrementar el nivel de engagement. La tesis sirvió para desarrollar las dimensiones de las variables y la discusión respectiva.

## **2. Bases teórico-científicas**

### **2.1. Cultura Organizacional**

La cultura organizacional se conoce gracias a Mayo (1972), quien se interesó por estudiar los factores que afectan el desempeño de los trabajadores dentro de una organización, en su estudio concluye que el ambiente del grupo al que pertenece el trabajador, influye en como el trabajador ve a la organización donde labora. Sin embargo, Pettigrew (1979), describe a la cultura organizacional, como una agrupación de creencias, valores y significados aceptados por un grupo en un determinado tiempo.

Mientras que Cújar et al. (2013) indican que, en 1983, Wilkins y Ouchi, refieren que se debe comprender las manifestaciones culturales, para permitir que los altos funcionarios tomen decisiones efectivas en el bienestar a largo plazo de la organización.

## 2.2. Engagement

El origen del término *engagement* no es sencillo de reconocer; así en 1990 con la psicología positiva planteada por Kahn, describe el *engagement* como el aprovechamiento de energías del trabajador y que éstas se encuentran relacionadas con la motivación dentro del centro de trabajo (Rich et al., 2010).

La empresa Gallup (2021), dedicada al estudio de mercados y encuestas, comenzó a estudiar a las organizaciones a quienes brindaba consultoría para mejorar su productividad y es allí donde observa que, el estado mental de los trabajadores influye mucho en los resultados de la empresa.

Asimismo, Schaufeli (2002), menciona que, en la evolución del *engagement* se debe considerar las teorías pasadas, a las cuales se debe añadir las nuevas perspectivas y enfoques, que se adaptan a los cambios de las empresas, por efecto de la globalización y tendencias cada vez más efímeras.

## 2.3. Marco Legal

En el país no existe una institución encargada de regular la cultura organizacional, ni el *engagement* de los trabajadores, pero si hay entidades nacionales que protegen al empleado, como el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) y la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL). El ministerio en mención dentro de sus normas establece que, una institución con más de 100 trabajadores debe implementar de manera obligatoria el Reglamento Interno de Trabajo (RIT) y este reglamento debe contener las siguientes disposiciones: régimen laboral, selección, registro y contratación de personal, deberes y derechos del trabajador, asistencia, puntualidad, remuneraciones, vacaciones, permisos, licencias, inasistencias, capacitación

y desplazamiento del personal. El reglamento elaborado por la empresa se entregará por escrito a todos los trabajadores sin excepción, de igual manera, la norma establece que, las organizaciones deben conformar un comité que, supervise el cumplimiento del reglamento. Finalmente, la institución nacional encargada de controlar, supervisar y fiscalizar las ordenanzas jurídicas socio-laborales es la Sunafil, de acuerdo a la Ley 28806 (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2020).

## **2.4. Marco teórico conceptual que sustenta el estudio**

### **2.4.1. Cultura Organizacional**

#### **Definiciones**

A continuación, se mencionan las definiciones más relevantes en orden cronológico que, permitirá un mejor entendimiento de la primera variable.

Schein (1988), sostiene que la cultura organizacional es un conglomerado de premisas donde un conjunto de personas descubre y desarrollan a solucionar problemas. Clasifica la cultura organizacional en tres dimensiones: artefactos, valores y supuestos. Asimismo, Harrison (1972) menciona que la cultura organizacional, son las ideologías que tiene una empresa como base.

Años más tarde, Denison (1991) refiere que la cultura organizacional es la columna vertebral de la empresa, en la cual se encuentran las creencias y valores de cada trabajador, que sirven de guía en su accionar y labor en común. Y clasifica en cuatro dimensiones: misión, consistencia, participación y adaptabilidad. En la misma línea, Cameron y Quinn (1999) concluyen que la cultura organizacional es un espacio psicosocial en el cual las organizaciones llevan a cabo su gestión. Estos autores dividen la cultura organizacional en cuatro dimensiones: clan, adhocracia, jerárquica y mercado.

Años después, Trompenaars y Woolliams (2003) establecen que es la manera en que los trabajadores demuestran sus actitudes dentro de la organización y estas se clasifican en cuatro dimensiones: la familia, la torre Eiffel, el misil guiado y la incubadora.

Posteriormente, Schein (2009), indica que es un fenómeno dinámico que, se halla en toda la organización, la cual limita el actuar de los trabajadores, debido a las normas y reglamentos y los clasifica en tres dimensiones: artefactos, valores y supuestos.

Finalmente, Chiavenato (2013), refiere como un conjunto de mitos, tradiciones y valores no escritas que, guían el actuar de los trabajadores dentro de una empresa, y menciona cuatro dimensiones: mobiliario y equipo, patrones de comportamiento, valores y creencias, y suposiciones básicas.

Teniendo en cuenta estas definiciones, se resume que la cultura organizacional, es un conjunto de hábitos, creencias y valores que distingue a una empresa de otra, estas características rigen el actuar de los trabajadores al momento de tomar decisiones y alcanzar el objetivo organizacional.

#### **2.4.2. Tipologías de la cultura organizacional**

Harrison (1972), menciona que la cultura organizacional se encuentra orientada a cuatro diferentes organizaciones:

- a. Organizaciones orientadas al poder: se encuentran enfocadas en obtener la mejor posición del mercado y están dirigidas por un funcionario que ejerce el control sobre los empleados de forma jerárquica.
- b. Organizaciones orientadas a la norma: se encuentran enfocadas en cumplir de manera rigurosa las normas implantadas por la organización, establecen que los

trabajadores deben cumplir con sus funciones de forma correcta, guiándose por los procesos establecidos.

- c. Organizaciones orientadas a resultados: se encuentran enfocadas en obtener los objetivos en un corto plazo y a bajo costo, esto sirve a las organizaciones a ser eficaces y competitivos en el mundo globalizado.
- d. Organizaciones orientadas a personas: se encuentran enfocadas el desarrollo profesional de los trabajadores, en impulsar la creatividad de los mismos y concluye que el activo más importante de una organización son los trabajadores, porque son quienes, están detrás del servicio o producto que una organización ofrece.

Las organizaciones orientadas a personas son las que se preocupan más por su cultura organizacional para tener *engaged* a los trabajadores. Sin embargo, según los antecedentes mencionados al inicio del presente capítulo, las organizaciones orientadas a resultados también se preocupan por la cultura que comparten con sus empleados. Asimismo, las organizaciones orientadas al poder deberían plantear la idea de construir una buena cultura organizacional, ya que de esa manera podrán tener empleados que vayan de la mano con su cultura, manera de pensar, actuar, la forma en que ejecutan sus acciones, para obtener el objetivo en común y, además, diferenciarse de las organizaciones y establecer un valor agregado ante los ojos del resto de organizaciones, clientes, socios, entre otros.

Por otro lado, Hellriegel y Slocum (2009) proponen los siguientes tipos de cultura:

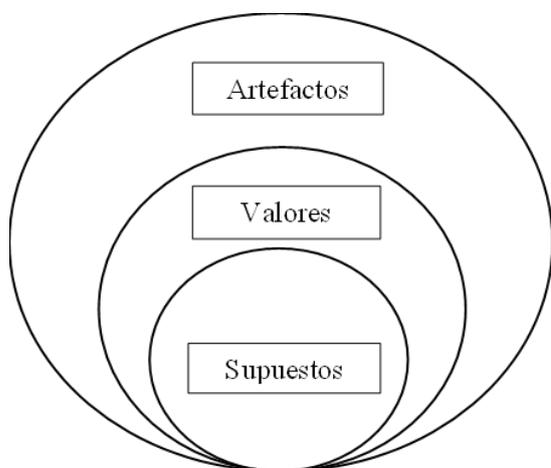
- a. Cultura burocrática: se refiere a que cada trabajador reconoce y cumple con las normativas y procedimientos estandarizados y elaborados por la organización.

- b. Cultura de clan: consiste en que los trabajadores comparten los mismos valores para identificarse con la empresa donde trabajan.
- c. Cultura emprendedora: es la innovación constante de las empresas para adaptarse al mercado, donde deben mostrarse flexibles ante las nuevas ideas de los trabajadores.
- d. Cultura de mercado: tanto el trabajador como la empresa se vinculan por resultados; es decir, el empleado no se compromete a trabajar únicamente para la empresa y la empresa no se compromete a darle seguridad laboral al trabajador.

Los autores concluyen, que las organizaciones tienen libre elección de que cultura adaptar, como el mercado es amplio, los trabajadores tienen la libertad de elegir una empresa con la que compartan los mismos valores y forma de pensar. Es decir, las organizaciones no pueden ser obligadas a tener empleados que no se sientan a fin con la cultura organizacional y viceversa.

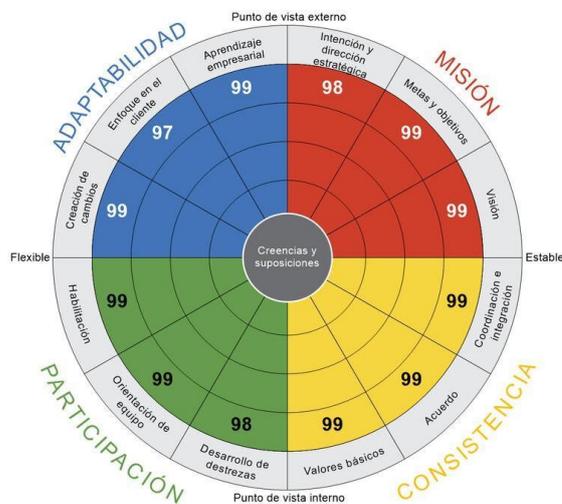
#### **2.4.3. Modelos de la cultura organizacional**

- a) Modelo complejo de la organización Schein (1988), concluye que la cultura organizacional se divide en tres dimensiones:
  - Artefactos: son las estructuras visibles, compuestas por los recursos materiales que brinda la organización a su empleado, así como la infraestructura donde laboran.
  - Valores: son los pilares que sirven de guía a una organización.
  - Supuestos: son los pensamientos subconscientes que los miembros de una organización dan por sentado, ya sea en la forma de pensar o en cómo debe actuar al ejecutar sus acciones.

**Figura 1***Modelo complejo de la organización*

*Nota.* Schein (1988). La cultura empresarial y el liderazgo

- b) El modelo de Denison, divide la cultura organizacional en cuatro dimensiones:
- Misión: significa determinar la dirección de la organización a largo plazo, las organizaciones deben preguntarse siguiente: ¿Cuál es nuestro propósito final?
  - Consistencia: significa definir los valores, sistemas y procesos que conforman los cimientos de la cultura de la organización, las organizaciones deben preguntarse: ¿Nuestro sistema crea consistencia?
  - Participación: significa construir la capacidad humana y crear un sentido compartido de responsabilidad e identificación en la organización, las organizaciones deben preguntarse: ¿Nuestros trabajadores se encuentran alineados y comprometidos?
  - Adaptabilidad: significa traducir las necesidades del entorno externo en acción, las organizaciones deben preguntarse: ¿Estamos escuchando al mercado y a los clientes?

**Figura 2***Modelo de Denison*

*Nota.* Denison (1996). What is the Difference between Organizational Culture and Organizational Climate? A Native's Point of View on a Decade of Paradigm Wars

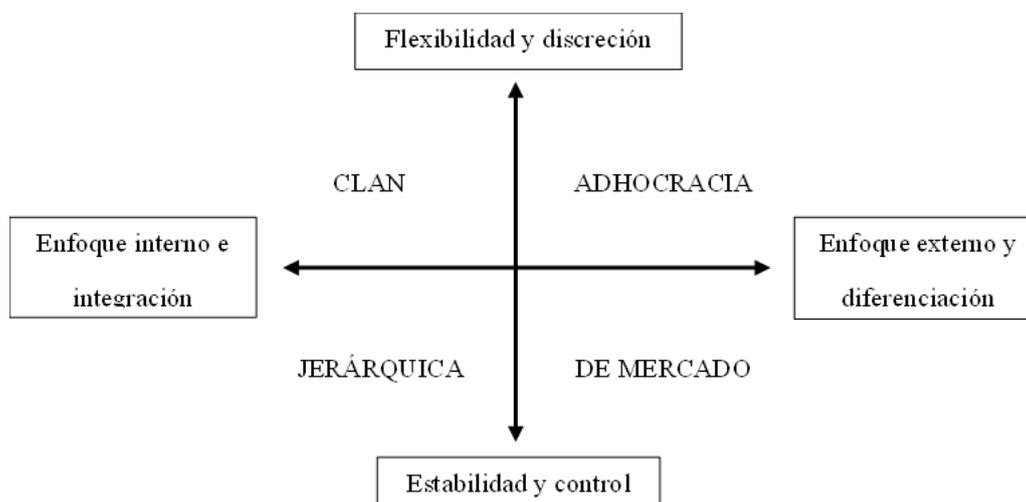
Además, el autor deduce que, una empresa debe encontrarse alineada con todas las dimensiones ya que de esa forma se ve estable, que tiene interés por sus trabajadores, que es flexible ante los cambios y que tienen preocupación por los intereses de sus clientes.

- c) En el modelo de marco de valores competitivos, Cameron y Quinn (1999), dividen la cultura organizacional en cuatro dimensiones:
- Clan: se caracteriza por la adherencia que tienen los miembros de una organización y comparten los mismos valores como una familia.
  - Adhocracia: se caracteriza por siempre están en tendencia, innovando o creando nuevos productos y/o servicios.
  - Jerárquica: se caracteriza por ser un ambiente formal en el cual los procesos se encuentran establecidos para efectuar la labor correspondiente.

- De mercado: se caracteriza por enfocarse en el ámbito externo; es decir, en la comunicación que tienen con los proveedores y clientes.

**Figura 3**

*Modelo de marco de valores competitivos*



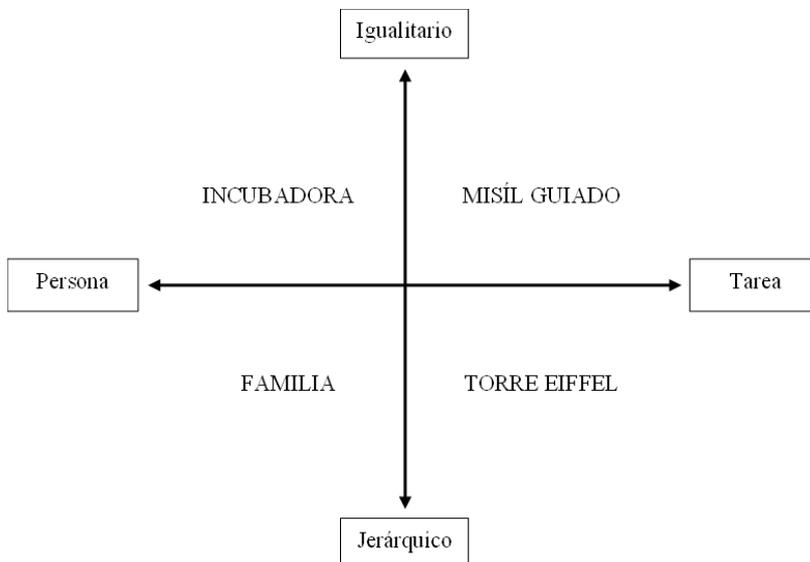
*Nota.* Cameron y Quinn (1999) Diagnosing and Changing Organizational Culture. Based on the Competing Values Framework

Los trabajadores al compartir el mismo espacio se dejan llevar como manada; es decir, terminan compartiendo los mismos valores y percepciones a la hora de actuar.

- d) El modelo de diversidad cultural, planteado por Trompenaars y Woolliams (2003), dividen la cultura organizacional en cuatro dimensiones:
- La familia: esta cultura se caracteriza por estar centralizada en un líder quien dirige a los demás miembros en su actuar.
  - Torre Eiffel: esta cultura se caracteriza por ser extremadamente jerárquica en las posiciones, procedimientos y normas a cumplir.
  - Misil guiado: esta cultura se caracteriza por estar orientada en resultados.
  - La incubadora: esta cultura se caracteriza por asignar las funciones de acuerdo con la preferencia de los miembros de la organización.

### Figura 4

#### Modelo de marco de valores competitivos

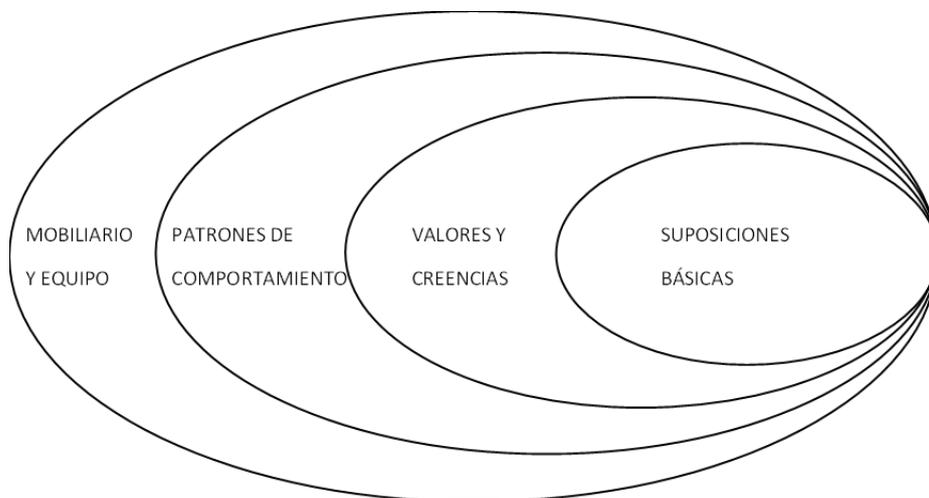


*Nota.* Tomprenaars y Woolliams (1999). Business across cultures.

- e) Modelo de estratos, Chiavenato (2013), divide la cultura organizacional en cuatro dimensiones:
- Mobiliario y equipo: es la agrupación de muebles y objetos que se utilizan cotidianamente en la organización.
  - Patrones de comportamiento: es el modo constante en el que una persona actúa ante una situación.
  - Valores y creencias: es el pensamiento cotidiano de los trabajadores.
  - Suposiciones básicas: son los supuestos subconscientes que determinan la conducta.

## Figura 5

### *Modelo de estratos*



*Nota.* Chiavenato (2013). Administración de los recursos humanos.

Según los modelos descritos se deduce que, entre autores hay similitud de dimensiones, aunque estas no contengan los mismos nombres. Por ejemplo, Schein y Chiavenato comparten que la cultura organizacional se ve dividida en los recursos que entrega la organización, los valores que tienen como pilares y la forma de actuar. Mientras, Cameron, Quinn, Trompenaars y Woolliams concuerdan en que las organizaciones pueden escoger las siguientes dimensiones: enfoque en las normas, la innovación constante, el cuidado de sus empleados y el cuidado de sus clientes. Por último, el modelo Denison es un mix de los modelos anteriores porque, incluye la forma que deben actuar los trabajadores, los valores que tiene la organización, la preocupación por los trabajadores y los clientes, por lo que, en la investigación se tomará en cuenta el modelo de Denison, por ser más completo.

#### **2.4.4. Elementos de la cultura organizacional**

La estructura de una adecuada cultura en la organización de la empresa tiene importancia significativa porque, eleva el compromiso de los trabajadores y la productividad de la institución. Sordo (2021), refiere que la cultura organizacional, está bien estructurada, si contiene los siguientes elementos:

- Filosofía: es el eje donde se desarrolla las funciones para obtener los objetivos.
- Misión: es el por qué existe una empresa.
- Visión: es como se ve una empresa en el futuro y es el objetivo más importante a cumplir.
- Valores: conjunto de características que comparten los trabajadores y rigen para la toma de decisiones y el comportamiento de estos.
- Sentido de identidad: manera en la que los trabajadores se identifican los trabajadores con la empresa.
- Normas: conjunto de estatutos necesarios para que los trabajadores cumplan con los objetivos.

Las empresas, en su mayoría, tienen una manual de procedimientos y funciones, donde están descritos todas las actividades que desarrollan los trabajadores, este manual es entregado a los trabajadores, para que utilizan como guía sobre el desarrollo dentro de la empresa.

#### **2.4.5. Cómo medir la cultura organizacional**

Denison (1999), divide la cultura organizacional en 4 dimensiones: misión, consistencia, participación y adaptabilidad. Estas dimensiones se miden de acuerdo a los indicadores que se muestra en la Tabla 2.

**Tabla 2***Indicadores para medición de la cultura organizacional*

Dimensiones	Indicadores
Misión	Metas Visión Dirección estratégica
Consistencia	Valores básicos Acuerdos Coordinación e integración
Participación	Orientación de equipo Desarrollo de destrezas Empoderamiento
Adaptabilidad	Creación de cambios Enfoque en el cliente Aprendizaje empresarial

*Nota.* Denison (1996).

Las dimensiones y los indicadores planteados en la Tabla 2, serán de utilidad para elaborar la operacionalización de las variables del estudio. (Tabla 4). Asimismo, se aplicará el cuestionario DOCS elaborado por Denison, para cada uno de los indicadores.

#### 2.4.6. Beneficios de la cultura organizacional

Una cultura organizacional bien estructurada, mejora la productividad de los empleados, People (2020) describe más beneficios de la cultura organizacional y son:

- Compromiso significativo de los trabajadores: en una cultura organizacional bien estructurada, los trabajadores perciben que todos se encuentran comprometidos en lograr los objetivos.

- Incremento de la productividad de los trabajadores: los empleados comprometidos con la organización, maximizan su rendimiento al momento de desarrollar sus funciones.
- Trabajo en equipo: al compartir los mismos valores de la organización, todos trabajan en conjunto para obtener mejores resultados.
- Menor absentismo y nivel de rotación de planilla: ser valorados por la organización a la que pertenecen, la probabilidad de ausentarse o abandonar la organización disminuye.
- Marca atractiva: compartir los mismos valores en una empresa, se vuelven atractivos al mercado, logrando diferenciarse con los demás.
- Define la identidad: una cultura organizacional sólida proyecta una buena imagen de la organización, frente a los trabajadores y clientes.

#### 2.4.7. Otros aspectos

People (2020) menciona que no solo basta poseer una adecuada cultura organizacional, sino también se debe considerar los siguientes aspectos:

- Canales de comunicación: la dirección de la comunicación puede ser horizontal o jerárquica, horizontal es la forma donde los trabajadores se comunican por igual, sin considerar el cargo, por ejemplo, el practicante puede hablar directamente con el gerente. En cambio, en la jerárquica se respetan los rangos, y la comunicación es de rango menor a mayor.
- Toma de decisiones: Lehrer (2011), menciona que las decisiones se deben tomar grupalmente porque, aportan mayores ideas para mejores decisiones.

- Organización de recursos: es el modo en que se promueve el uso de las capacidades de los trabajadores, en beneficio del medio ambiente de manera sostenible y sin explotar los recursos naturales.
- Ser consecuentes: significa que los empleados deben reconocer y corregir sus errores, y si los trabajadores cumplen con sus funciones deben ser incentivados por el logro de los objetivos.
- Formas de liderazgo: los líderes son los encargados de transmitir la visión de la empresa, su forma de actuar o toma de decisiones afecta a los trabajadores, porque se encuentran ligados a las personas que le siguen.

## 2.5. Engagement

Los trabajadores incluyen su yo personal en el desarrollo de sus labores, empleando su energía personal y examinando una relación emocional con sus labores Kahn (1990).

Mientras que, Schaufeli et al. (2002) refieren al *engagement*, como la relación entre la vida laboral y la salud mental. Ambos autores dividen al *engagement* en tres dimensiones: vigor, dedicación y absorción. El nivel de energía, concentración y entusiasmo que tienen los trabajadores dentro de una organización, generan un valor agregado, porque al brindar un buen servicio o producto, los trabajadores sienten felicidad con las labores que efectúan.

De la misma manera, May et al. (2004), definen como al manejo de actitudes que tiene un trabajador dentro de la organización a la que representa y dividen en tres dimensiones: significado, seguridad y disponibilidad.

Sintetizando las definiciones, se describe al *engagement*, como un estado donde los trabajadores se sienten energizados, dedicados a lo que hacen e involucrados en su trabajo.

### 2.5.1. Dimensiones del *engagement*

Khan (1990) divide el *engagement* en tres dimensiones:

- a. Física: manera cómo los trabajadores desarrollan sus funciones originando un desgaste mental y físico.
- b. Cognitiva: mientras los trabajadores sepan más de la organización donde laboran, podrán tomar mejores decisiones, de acuerdo a los valores, misión, visión y objetivos de la empresa.
- c. Emocional: es la relación que tiene la organización con los trabajadores.

De otra parte, Schaufeli, et al. (2002), dividen el *engagement* en tres dimensiones:

- a. Vigor: es la alta energía física y mental de los trabajadores al momento de realizar sus funciones.
- b. Dedicación: es el entusiasmo de los empleados hacia el trabajo y el orgullo que demuestran al realizar sus funciones.
- c. Absorción: es la alta concentración que muestran los empleados, al desempeñar sus tareas dentro de la organización.

Por último, May et al. (2004), dividen el *engagement* en tres dimensiones:

- a. Significado: es el conocimiento absoluto de las funciones que tiene un trabajador dentro de una organización.
- b. Seguridad: es el conocimiento de los valores de la empresa por parte de los trabajadores.

c. Disponibilidad: es el compromiso que muestra el trabajador hacia la organización.

### 2.5.2. **Cómo medir el *engagement***

Schaufeli et al. (2002), plantean 3 dimensiones: vigor, dedicación y absorción, y estas dimensiones se miden de acuerdo a los indicadores que se muestra en la Tabla 3.

**Tabla 3**

*Indicadores para la medición del engagement*

Dimensiones	Indicadores
Vigor	Nivel de energía
	Resistencia mental
	Persistencia en el trabajo
	Significado del trabajo
Dedicación	Entusiasmo
	Orgullo
	Reto
	Inspiración
	Concentración
Absorción	Involucramiento
	Sensación de felicidad
	Placer laboral
	Ensimismado con el trabajo

Nota. Schaufeli et al. (2002)

Para la elaboración del cuestionario del estudio, se tomó las dimensiones e indicadores planteados en la Tabla 3.

### 2.5.3. **Beneficios del *engagement***

Las empresas han observado que, con trabajadores comprometidos, los resultados serán más beneficiosos y Adecco Group (2019), menciona los siguientes beneficios del engagement:

- Satisfacción total de los empleados: es la sensación de felicidad y contento de los trabajadores en la empresa donde laboran.

- Menor rotación de planilla: cuando el trabajador siente compromiso y labora de acuerdo a sus funciones, habrá retención del talento.
- Aumento en la productividad: los trabajadores deben desempeñar sus funciones con eficacia y eficiencia para mejorar la productividad.
- Aumento en la rentabilidad: mientras aumente la productividad, habrá mayor liquidez.
- Disminución de absentismo: ocurre cuando los empleados no cumplen con las funciones asignadas.
- Lealtad por parte de los trabajadores: los trabajadores actúan como embajadores de la empresa.

El capital humano, es el recurso más valioso de la empresa, por lo que es indispensable que, las organizaciones inviertan en los trabajadores, para mantener su compromiso y satisfacción hacia la empresa.

#### 2.5.4. Otros aspectos

Para crear una buena estrategia del *engagement*, también es necesario tener presente los siguientes pasos:

- Definir la marca: la institución debe describir de manera clara la misión, visión y valores, para que los trabajadores sientan compromiso con la empresa.
- Gestionar adecuadamente el proceso de selección de talento: al integrar nuevos trabajadores a la institución, la empresa mediante las pruebas adecuadas debe buscar los perfiles que se adecuan hacia el logro de los objetivos.
- Crear un ambiente laboral seguro: en el espacio donde laboran los trabajadores deben sentir comodidad y libertad para el mejor desempeño funcional.

- Ofrecer beneficios: los incentivos por desempeño laboral es una forma de mantener comprometidos a los trabajadores con la empresa.
- Promover el desarrollo profesional: invertir en capacitaciones, conferencias de actualización y eventos profesionales, ayuda a los trabajadores a desarrollarse profesionalmente.

## 2.6. Benchmarking

### 2.6.1. China State Construction & Engineering Corporation (CSCEC)

La siguiente empresa se dedica a los diseños arquitectónicos más grande que tiene la China, este negocio engloba muchos campos, como la planificación urbana, estudios de ingeniería y diseño de obras públicas municipales. A nivel internacional han desarrollado muchos proyectos de infraestructura de tránsito ferroviario, puentes y túneles de servicios públicos urbanos.

Asimismo, es uno de los primeros grupos de empresas chinas en globalizarse, siendo hoy en día, la constructora más grande del mundo y cuenta con más de 10.000 gerentes y técnicos de ingeniería en el exterior.

Se toma como referencia la empresa China, por tratarse de una constructora internacional, que se dedica al mismo rubro de la empresa Ingecol.

Siendo una empresa globalizada, ha desarrollado una cultura organizacional global, que se adapta a la cultura de cada país sin deshonrar sus tradiciones. La empresa posee los siguientes valores corporativos y códigos de conducta:

- a. Valores corporativos:
  - Garantía de calidad y creación de valor: se enfoca en brindar servicios de alta calidad con un desempeño gerencial sólido. Enfatizan el compromiso al cliente,

honran los contratos con integridad, aseguran durante la construcción, la calidad de ingeniería. Valorán el desarrollo de la “cultura de desempeño” maximizando el valor y logro de resultados beneficiosos para ambas partes.

- Integridad, innovación, trascendencia y win-win: determinan que la integridad es parte esencial del desarrollo de la institución, usan la innovación como arma mágica para el éxito, la trascendencia es el motor del desarrollo y win-win es la búsqueda de valor.

b. Códigos de conducta:

- Ser respetuosos y tolerantes: muestran trato y respeto a las personas por igual, respetando sus costumbres y tabús de las personas.
- Ser profesionales: trabajan con responsabilidad y ética, buscando ganar la confianza de los socios y clientes.
- Regirse a las reglas: mantienen los estándares de ética, principios y disciplina como costumbre, no existen excusas para no seguir las reglas.
- Innovar constantemente: actualizar constantemente a los profesionales es una norma, elaboran un plan de innovación con cinco años de anticipación e implementan con tres años de anticipación, fomentan la innovación y toleran el fracaso durante el proceso.
- Ser colaborativos: existe apoyo mutuo entre todos, plantean un objetivo común, realizan plataformas en forma conjunta y comparten los beneficios.
- Trabajar arduamente: para conseguir los objetivos, consideran a cada logro como punto de partida y las dificultades como pasos, para lo cual analizan continuamente para mejorar los objetivos.
- Respetar los recursos naturales: mantener el compromiso de convertir el desarrollo verde, en competitividad, aprendiendo a vivir con la naturaleza

Asimismo, el área de recursos humanos tiene un proceso de reclutamiento minucioso, porque busca profesionales de alto nivel, que compartan con la filosofía de la empresa.

### **2.6.2. Grupo Centenario**

El Grupo Centenario (s.f.) es una empresa constructora peruana dedicada al ámbito inmobiliario. Actualmente, cuenta con un aproximado de 300 trabajadores, a consecuencia del Covid-19, el 23% trabaja de manera híbrida, 55% remota y 22% presencial, las labores fueron distribuidas de esta manera con la finalidad de priorizar el bienestar de sus trabajadores. La empresa mantiene los siguientes principios:

- Comunicación continua: la comunicación debe ser mutua y continua entre los trabajadores y los clientes.
- Innovación participativa: consiste en motivar y capacitar a los trabajadores en las nuevas que se muestran en el mundo globalizado, de tal manera que los trabajadores estén sientan motivados como por parte de la empresa.
- Eficiencia operativa: consiste en elevar la productividad, optimizando los recursos disponibles de la empresa.
- Foco en resultados: los empleados se desempeñen en base a objetivos alcanzables dentro de un determinado tiempo.

Manejan la plataforma llamada JOLI, mediante el cual capacitan constantemente a los trabajadores, en diversas herramientas de gestión, como el Office 365, Power BI, entre otros. Además, usan esta plataforma para establecer reuniones de retroalimentación, buscando brindar espacios de emprendimiento de los trabajadores.

El grupo centenario brinda a sus trabajadores y familias apoyo psicológico y emocional. Cuando laboran de manera presencial, los trabajadores tienen la obligación de ocupar un lugar en específico, porque han adaptado ambientes dinámicos para sentirse cómodos en el trabajo.

Es importante mencionar que el Grupo Centenario ocupa un lugar en el ranking de **The great place to work 2021**, por demostrar que se preocupan por el bienestar integral de los trabajadores, por el logro de resultados positivos y la capacitación continua de los trabajadores, lo que se refleja en el logro de los objetivos.

### 2.6.3. **Bechtel**

Bechtel (2021) es una compañía constructora estadounidense que tiene como objetivo, convertirse en la mejor empresa de gestión de proyectos y construcción a nivel mundial, asimismo, brinda oportunidades de desarrollo profesional y personal para sus empleados y otorga una remuneración justa por el valor del servicio que prestan.

Bechtel trabaja en base a tres pilares, diseñados para la creación de una cultura laboral justa en donde el trabajador se sienta bienvenido, respetado y valorado:

a. Pilares:

- Talento: Atraen, involucran y retienen a una fuerza laboral diversa que refleja la diversidad de la sociedad.
- Cultura: fomentan un lugar de trabajo inclusivo aplicando sus valores como empresa.
- Responsabilidad: Mantienen un proceso para manejar buenas prácticas de transparencia.

b. Valores:

- Ética: son inflexibles en cuanto se refieren a su honestidad, equidad e integridad.
- Calidad: son apasionados en el trabajo desde la primera vez que desempeñan sus funciones y mantienen la excelencia como un valor primordial.
- Seguridad y salud: son implacables a la hora de proteger a las personas y proporcionan un entorno de trabajo saludable.
- Cultura: fomentan activamente un ambiente laboral inclusivo y colaborativo, donde valoran todas las perspectivas y el trabajo en equipo.
- Gente: los empleados deben disfrutar de su trabajo, lleno de propósitos, con carreras gratificantes y oportunidades de desarrollo.
- Innovación: desarrollan y aplican tecnología de punta.
- Relaciones: construyen relaciones positivas a largo plazo, con sus socios, clientes, subcontratistas, trabajadores y proveedores, basados en la colaboración, el respeto y la confianza mutua.
- Sustentabilidad: respetan las culturas de las comunidades donde trabajan, involucran a los mismos brindándoles trabajo para mejorar su calidad, asimismo, respetan y protegen el medio ambiente.

### 3. Definición de términos básicos

- Absorción: concentración que tienen los trabajadores al realizar sus funciones dentro de la organización (Schaufeli et al., 2002).
- Adaptabilidad: significa traducir las necesidades del entorno externo en acción (Denison, 1991).
- *Burn out*: hay respuesta prolongada al estrés crónico a nivel personal y relacionado con el trabajo (Maslach et al., 2001).

- Consistencia, significa definir los valores, sistemas y procesos que conforman los cimientos de la cultura de la organización.
- Cultura organizacional: columna vertebral de la empresa, donde se encuentran las creencias y valores de cada trabajador, el cual guía su accionar y facilita la labor en común (Denison, 1991).
- Dedicación: entusiasmo el trabajo y el orgullo que demuestran al realizar sus funciones en la organización.
- *Engagement*: es el compromiso y la lealtad que tienen los trabajadores frente a la empresa. Es una clase de felicidad relacionada con el trabajo (Schaufeli et al., 2002).
- Misión: determina cual es el propósito de la organización a largo plazo.
- Participación: significa construir la capacidad humana y crear un sentido compartido de responsabilidad e identificación con la organización (Denison, 1991).
- SUNAFIL: Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral, entidad encargada para verificar los derechos laborales de los empleados dentro de una empresa.
- Tendencia efímera: ideas, preferencias a corto plazo que tienen las personas.
- Vigor: alta energía física y mental que ponen los trabajadores al momento de realizar sus funciones (Schaufeli et al., 2002).

## **CAPÍTULO III**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### **1. Hipótesis y/o supuestos básicos**

##### **1.1. Hipótesis general**

La cultura organizacional se vincula significativamente con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

##### **1.2. Hipótesis específicas**

La misión se vincula significativamente con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

La adaptabilidad se vincula significativamente con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

La participación se vincula significativamente con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

La consistencia se vincula significativamente con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

#### **2. Las variables de estudio y su operacionalización**

En el estudio se planteó dos variables: la cultura organizacional y el *engagement*.

Es importante mencionar que para la variable cultura organizacional se tomó como referencia teórica las dimensiones elaboradas por Denison (1996) y para la variable *engagement* las dimensiones mencionadas por Schaufeli et al. (2002).

## 2.1. Variable 1: Cultura organizacional

**Tabla 4**

*Dimensiones e indicadores de la variable uno*

VARIABLE UNO	DIMENSIONES	INDICADORES
CULTURA ORGANIZACIONAL	MISIÓN	METAS
		VISIÓN
		DIRECCIÓN ESTRATÉGICA
	CONSISTENCIA	VALORES BÁSICOS
		ACUERDOS
		COORDINACIÓN E INTEGRACIÓN
	PARTICIPACIÓN	ORIENTACIÓN DE EQUIPO
		DESARROLLO DE DESTREZAS
		EMPODERAMIENTO
	ADAPTABILIDAD	CREACIÓN DE CAMBIOS
		ENFOQUE EN EL CLIENTE
		APRENDIZAJE EMPRESARIAL

Nota. Elaboración propia

## 2.2. Variable 2: Engagement

**Tabla 5**

*Dimensiones e indicadores de la variable dos*

VARIABLE DOS	DIMENSIONES	INDICADORES
ENGAGEMENT	VIGOR	NIVEL DE ENERGÍA
		RESISTENCIA MENTAL
		PERSISTENCIA EN EL TRABAJO
		SIGNIFICADO DEL TRABAJO
	DEDICACIÓN	ENTUSIASMO
		ORGULLO
		RETO
		INSPIRACIÓN
		CONCENTRACIÓN
	ABSORCIÓN	INVOLUCRAMIENTO
		SENSACIÓN DE FELICIDAD
		PLACER LABORAL
		ENSIMISMADO CON EL TRABAJO

Nota. Elaboración propia

### 3. Matriz lógica de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	
GENERAL	GENERAL	GENERAL	Cultura Organizacional	Misión	Metas	Encuesta	
¿De qué manera se vinculan la cultura organizacional y el engagement de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?	Determinar si la cultura organizacional se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.	La cultura organizacional se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.			Consistencia		Visión
							Dirección estratégica
				Valores básicos		Encuesta	
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS		Participación	Acuerdos		
					Coordinación e integración		
					Orientación de equipo	Encuesta	
¿De qué manera se vinculan la misión y el Engagement de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?	Determinar si la misión se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.	La misión se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.		Adaptabilidad	Desarrollo de destrezas		
					Empoderamiento		
					Creación de cambios	Encuesta	
¿De qué manera se vinculan la adaptabilidad y el Engagement de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?	Determinar si la adaptabilidad se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.	La adaptabilidad se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.	Vigor	Enfoque en el cliente			
				Aprendizaje empresarial			
				Nivel de energía	Encuesta		
¿De qué manera se vinculan la participación y el Engagement de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?	Determinar si la participación se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.	La participación se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.	Dedicación	Resistencia mental			
				Orgullo			
				Persistencia en el trabajo	Encuesta		
¿De qué manera se vinculan la consistencia y el Engagement de los trabajadores de la empresa Ingecol Sucursal de Perú?	Determinar si la consistencia se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.	La consistencia se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.	Absorción	Significado del trabajo			
				Entusiasmo			
				Concentración	Encuesta		
				Involveramiento			
				Sensación de felicidad			
				Placer laboral	Encuesta		
Ensismado con el trabajo							

## **CAPITULO IV**

### **MÉTODO**

#### **1. Tipo y método de investigación**

La investigación es correlacional, al respecto Hernández et al. (2014), describe que la investigación correlacional se enfoca en examinar la relación entre las variables en estudio. En el estudio se planteó como hipótesis determinar, la relación entre las dos variables. A su vez, es descriptiva porque se va a analizar los fenómenos dentro de su entorno con la finalidad de evaluar el comportamiento de las variables (Frías, 2006)

El enfoque es cuantitativo, para analizar las variables, se aplicará un cuestionario, con la finalidad de evaluar estadísticamente los datos obtenidos en el cuestionario. Asimismo, es deductivo porque en el estudio se va a contrastar la teoría con la información obtenida al aplicar el cuestionario (Ávila, (2006).

#### **2. Diseño específico de investigación**

Hernández et al. (2014), mencionan que, en el diseño no experimental, se recolectan los datos directamente de los individuos investigados, en lugar donde se encuentran sin manipular las variables. Durante el estudio se aplicará un cuestionario a los trabajadores, sin manipular las dimensiones e indicadores planteados. Asimismo, el estudio es transversal porque el análisis de datos es observado en un determinado tiempo.

#### **3. Población y muestra**

Tamayo (2010), refiere que la población es un conjunto de objetos, individuos o personas que comparten características similares y que son objeto de estudio en una

investigación. De igual manera, el mismo autor menciona que, la muestra es la fracción base elegida de la población para el análisis de datos en la investigación.

La empresa Ingecol cuenta con un total de 70 empleados, que trabajan en el área administrativa de la oficina central, como en las oficinas adaptadas en los puntos de obras. Dado que la población es limitada, se ha considerado tomar el 100% de la población, y a este tipo de muestra se le conoce con el nombre de muestra censal (Gómez, 2012).

#### **4. Instrumentos de obtención de datos**

Para la recolección de datos, se aplicará un cuestionario de 35 afirmaciones basadas en la escala de Likert, asimismo, para el cuestionario del estudio, se adaptó los cuestionarios DOCS y UWES.

Para asegurar la validez y fiabilidad del cuestionario, el instrumento se ha puesto a disposición de tres expertos, quienes con su experiencia han aportado opinión y criterio.

##### **4.1. Instrumentos de Cultura organizacional**

La variable uno está compuesto por cuatro dimensiones: misión, consistencia, participación y adaptabilidad. En la Tabla 6, se muestra las dimensiones, los indicadores con los ítems respectivos.

**Tabla 6***Estructura de ítems de la cultura organizacional*

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Misión	Metas	Item 1 y 2
	Visión	Item 3 y 4
	Dirección estratégica	Item 5
Consistencia	Valores básicos	Item 6, 7 y 8
	Acuerdos	Item 9
	Coordinación e integración	Item 10 y 11
Participación	Orientación de equipo	Item 12 y 13
	Desarrollo de destrezas	Item 14
	Empoderamiento	Item 15 y 16
Adaptabilidad	Creación de cambios	Item 17, 18 y 19
	Enfoque en el cliente	Item 20 y 21
	Aprendizaje empresarial	Item 22

*Nota.* Adaptado de los cuestionarios DOCS y UWES.

#### 4.2. Instrumentos de Engagement

La variable cuenta con dimensiones: vigor, dedicación y absorción.

**Tabla 7***Estructura de ítems del engagement*

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Vigor	Nivel de energía	Item 23
	Resistencia mental	Item 24
	Persistencia en el trabajo	Item 25
	Significado del trabajo	Item 26
Dedicación	Entusiasmo	Item 27
	Orgullo	Item 28
	Reto	Item 29
	Inspiración	Item 30
	Concentración	Item 31
	Involucramiento	Item 32
Absorción	Sensación de felicidad	Item 33
	Placer laboral	Item 34
	Ensimismado con el trabajo	Item 35

*Nota.* Adaptado de los cuestionarios DOCS y UWES.

## **5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

Para procesar y analizar los datos se utilizará el Software estadístico SPSS.v29.

## **6. Procedimiento de ejecución del estudio**

Para la obtención de datos se seguirán los siguientes pasos: el cuestionario se entregará a los colaboradores, para que en un término de 40 minutos contesten las preguntas, luego se tabulará en una hoja de Excel, para luego exportar la información al software SPSS v39. Con los resultados obtenidos en el programa, se procederá a confirmar o rechazar las hipótesis planteadas en la investigación.

Además, para comprender mejor los resultados se procederá a elaborar figuras y tablas. as figuras y tablas son de gran utilidad porque permiten presentar y comunicar adecuadamente los estudios.

## CAPITULO V

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 1. Datos cuantitativos

Con el fin de obtener una visión actualizada de la problemática que afronta la empresa Ingecol, para cada uno de los ítems se graficó la información obtenida para su análisis, las que se muestran en las siguientes tablas y gráficos.

Tabla 8

*Ítems de la operacionalización de variables*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	
CULTURA ORGANIZACIONAL	MISIÓN	METAS	1. ¿Considera usted que sus líderes proponen metas realistas, pero ambiciosas? 2. ¿Comprende lo que hay que hacer para lograr sus metas exitosamente?	
		VISIÓN	3. ¿Comparte con sus compañeros una visión común de hacia dónde se dirige la organización? 4. ¿La visión de la empresa lo estimula y motiva?	
		DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	5. ¿Cuentan con una misión clara que le da sentido y dirección a su trabajo?	
		VALORES BÁSICOS	6. ¿Existe un grupo de valores consistentes que dirigen su actuar? 7. ¿Cuentan con un código de ética que usan como guía y les indica lo que deben y no hacer? 8. ¿Si no siguen los valores fundamentales, los pueden sancionar?	
	ACUERDOS		9. ¿Es sencillo ponerse de acuerdo en la empresa, incluso frente a situaciones difíciles?	
			COORDINACIÓN E INTEGRACIÓN	10. ¿Es fácil coordinar acciones entre las diversas áreas de la organización? 11. ¿Considera que las metas están alineadas en todas las áreas?
	CULTURA ORGANIZACIONAL	PARTICIPACIÓN	ORIENTACIÓN DE EQUIPO	12. ¿Considera usted que todas las áreas siempre trabajan en conjunto? 13. ¿Percibe que los objetivos se completan gracias al trabajo en conjunto y no porque los jefes se encuentran vigilando?
			DESARROLLO DE DESTREZAS	14. ¿La empresa invierte en capacitaciones para mejorar sus capacidades?
			EMPODERAMIENTO	15. ¿La información de la empresa se encuentra disponible para todos cuando la necesiten? 16. ¿Considera usted que se involucra activamente en la empresa?
		ADAPTABILIDAD	CREACIÓN DE CAMBIOS	17. ¿Usted percibe que la forma de realizar las cosas es flexible? 18. ¿Participan continuamente para realizar mejoras el trabajo?
			ENFOQUE EN EL CLIENTE	19. ¿Considera usted que tienen una buena respuesta a la competencia y a cambios en el entorno comercial? 20. ¿Sus decisiones se ven influenciadas gracias a los clientes? 21. ¿La empresa les alienta a tener contacto directo con los clientes?
APRENDIZAJE EMPRESARIAL				22. ¿Percibe usted que el aprendizaje es un objetivo importante en sus labores a diario?

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
ENGAGEMENT	VIGOR	NIVEL DE ENERGÍA	23. ¿Se siente lleno de energía en el trabajo?
		RESISTENCIA MENTAL	24. ¿Puede trabajar durante largos periodos de tiempo frente a la computadora?
		PERSISTENCIA EN EL TRABAJO	25. ¿Se considera fuerte y vigoroso en el trabajo?
		SIGNIFICADO DEL TRABAJO	26. ¿Su trabajo tiene propósito y sentido?
	DEDICACIÓN	ENTUSIASMO	27. ¿Se encuentra entusiasmado con su trabajo?
		ORGULLO	28. ¿Se siente orgulloso de lo que hace en su trabajo?
		RETO	29. ¿Considera que su trabajo es retador?
		INSPIRACIÓN	30. ¿Siente que su trabajo lo inspira?
		CONCENTRACIÓN	31. ¿Le es difícil "desconectarse" del trabajo?
		INVOLUCRAMIENTO	32. ¿Se involucra activamente en el trabajo?
ABSORCIÓN	SENSACIÓN DE FELICIDAD	33. ¿Se siente feliz cuando está en el trabajo?	
	PLACER LABORAL	34. ¿Cuándo se levanta por las mañanas tiene ganas de ir a trabajar?	
	ENSIMISMADO CON EL TRABAJO	35. ¿Percibe que el tiempo "vuela" cuando está trabajando?	

*Nota.* Elaboración propia

## 1.1. Resultados del estudio

### 1.2. Resultados de la variable Cultura organizacional

#### 1.2.1. Dimensión: misión

- Indicador Metas compuesta por dos ítems.

#### Tabla 9

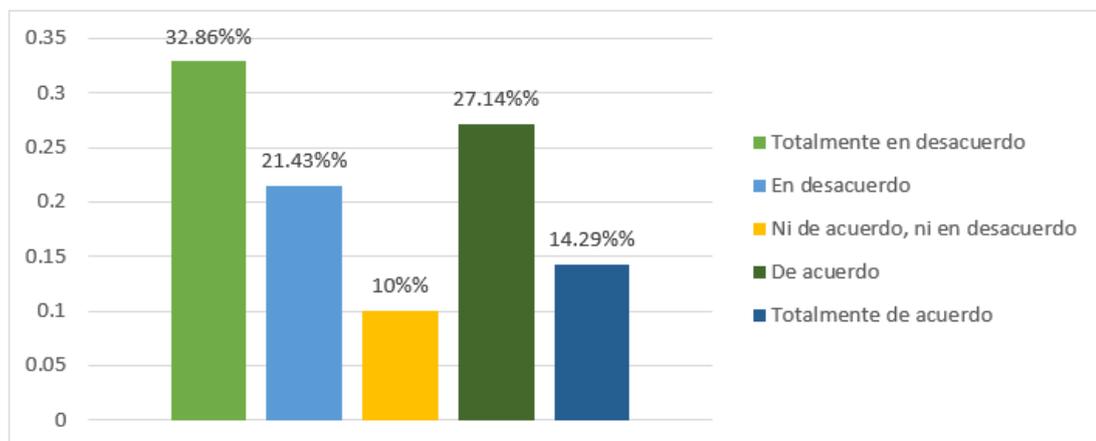
*¿Considera usted que sus líderes proponen metas realistas?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	23	32.86
En desacuerdo	15	21.43
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	10.00
De acuerdo	15	21.43
Totalmente de acuerdo	10	14.29
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 6**

*¿Considera usted que sus líderes proponen metas realistas?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación.

En la Tabla 9 y Figura 6, los resultados del ítem 1 del indicador metas, refieren que el 32.86% de empleados, están totalmente en desacuerdo respecto a que los líderes proponen metas realistas, mientras que el 21.43% están de acuerdo.

**Tabla 10**

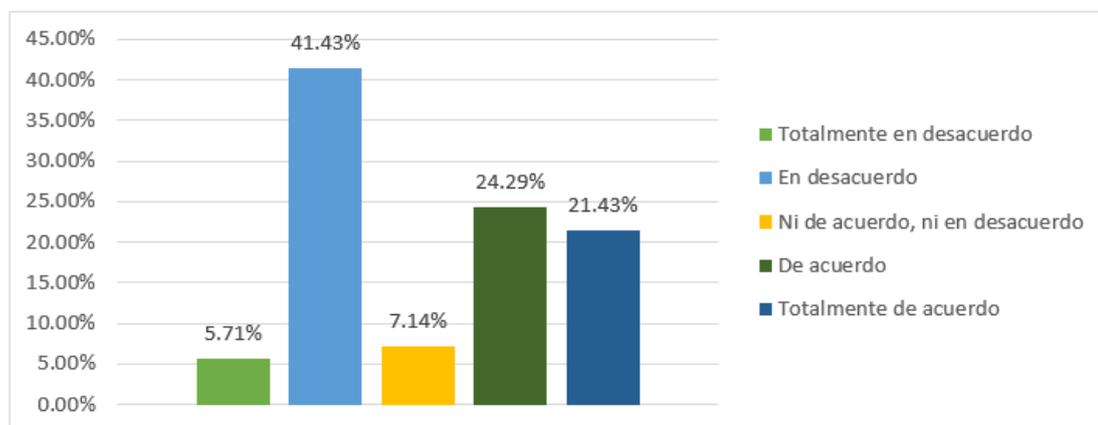
*¿Comprende lo que hay que hacer para lograr sus metas exitosamente?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	4	5.71
En desacuerdo	29	41.43
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	7.14
De acuerdo	17	24.29
Totalmente de acuerdo	15	21.43
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 7**

*¿Comprende lo que hay que hacer para lograr sus metas exitosamente?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación.

En la Tabla 10 y Figura 7, los resultados del ítem 2 del indicador metas, muestran que el 41.43% de empleados, están en desacuerdo respecto a que comprenden que es lo que hay que hacer para lograr sus metas, mientras que el 24.29% están de acuerdo.

- Indicador Visión conformado por 2 ítems

**Tabla 11**

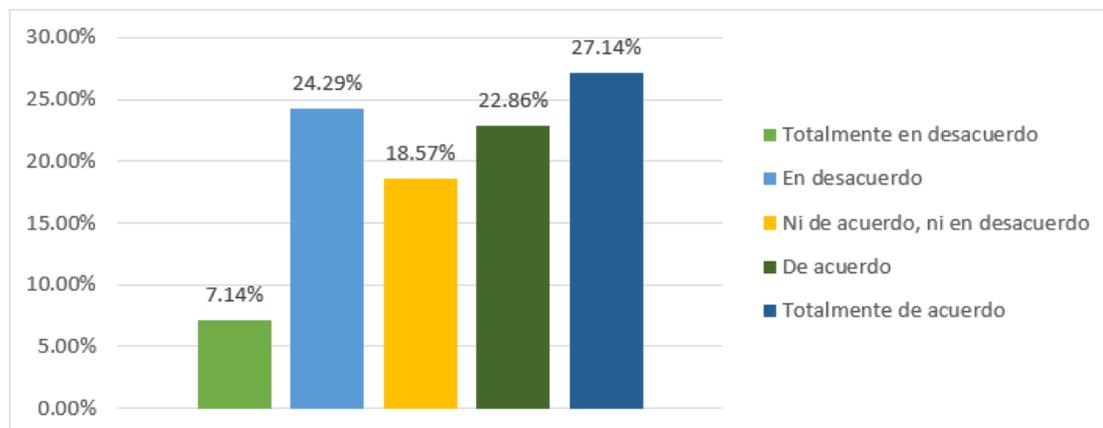
*¿Comparte con sus compañeros una visión común de hacia dónde se dirige la organización?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	5	7.14
En desacuerdo	17	24.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	18.57
De acuerdo	16	22.86
Totalmente de acuerdo	19	27.14
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 8**

*¿Comparte con sus compañeros una visión común de hacia dónde se dirige la organización?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 11 y Figura 8, los resultados del ítem 3 del indicador visión, muestran que el 27.14% de empleados, están totalmente de acuerdo respecto a compartir con sus compañeros una visión común de hacia dónde se dirige la organización, mientras que el 24.29% están en desacuerdo.

**Tabla 12**

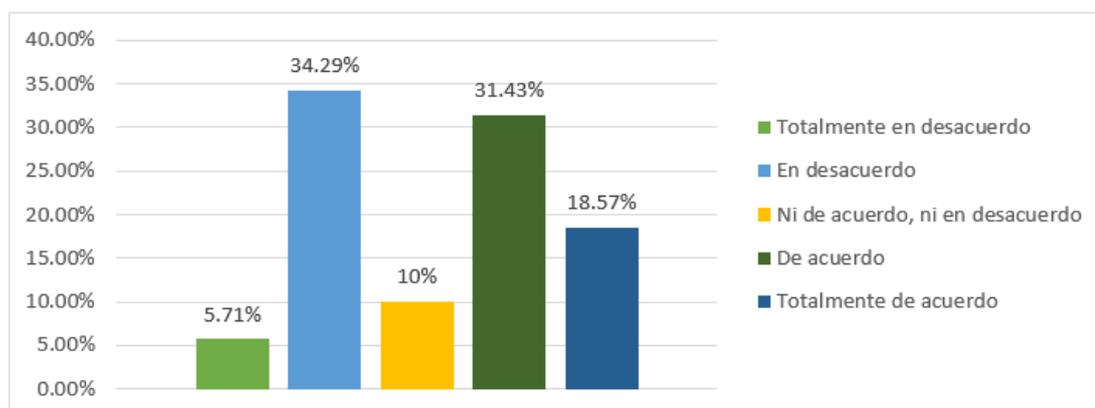
*¿La visión de la empresa lo motiva a realizar sus funciones de mejor manera?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	4	5.71
En desacuerdo	24	34.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	10.00
De acuerdo	22	31.43
Totalmente de acuerdo	13	18.57
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 9**

*¿La visión de la empresa lo motiva realizar sus funciones de mejor manera?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 12 y Figura 9, los resultados del ítem 4 del indicador visión, reflejan que el 34.29% de empleados, están en desacuerdo respecto a que, la visión de la empresa los motiva a realizar sus funciones de mejor manera, mientras que el 31.43% están de acuerdo.

- Indicador Dirección estratégica compuesta por 1 ítem.

**Tabla 13**

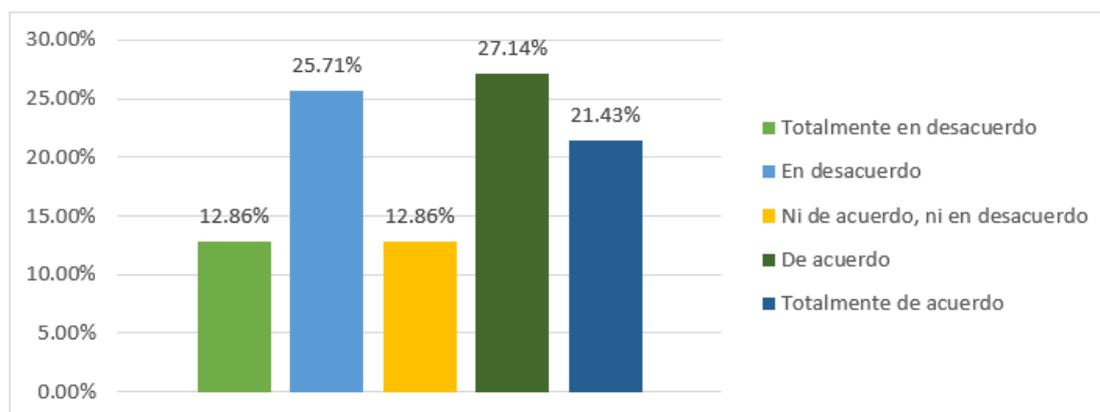
*¿Cuentan con una misión clara que le da sentido y dirección a su trabajo?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	9	12.86
En desacuerdo	18	25.71
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	12.86
De acuerdo	19	27.14
Totalmente de acuerdo	15	21.43
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 10**

*¿Cuentan con una misión clara que le da sentido y dirección a su trabajo?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 13 y Figura 10, los resultados del ítem 5 del indicador dirección, reflejan que el 27.14% de empleados, están de acuerdo respecto a que cuentan con una misión clara que le da sentido y dirección a su trabajo, mientras que el 25.71% están en desacuerdo.

### 1.2.2. Dimensión: consistencia

- Indicador Valores básicos conformado por 3 ítems.

**Tabla 14**

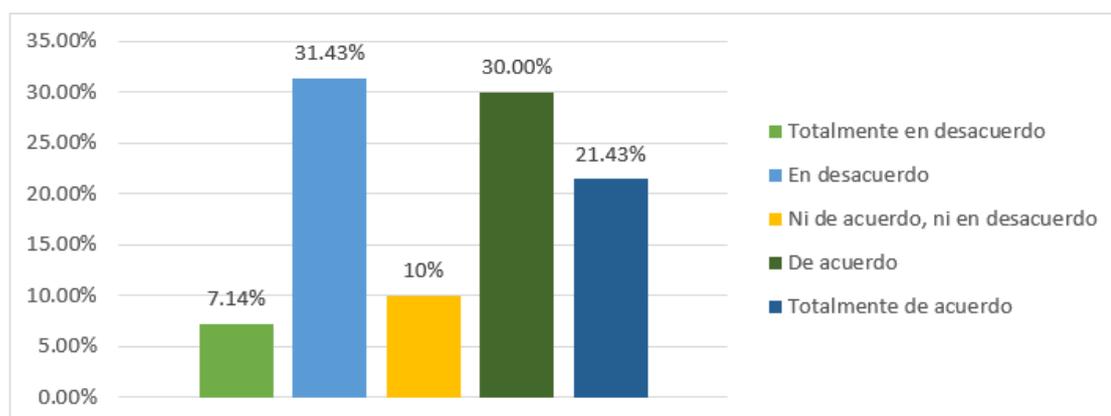
*¿Existe un grupo de valores consistentes que dirigen su actuar dentro de la empresa?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	5	7.14
En desacuerdo	22	31.43
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	10.00
De acuerdo	21	30.00
Totalmente de acuerdo	15	21.43
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 11**

*¿Existe un grupo de valores consistentes que dirigen su actuar dentro de la empresa?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 14 y Figura 11, los resultados del ítem 6 del indicador valores básicos, reflejan que el, 31.43% de empleados están en desacuerdo respecto a que existe un grupo de valores consistentes que dirigen su actuar dentro de la empresa, mientras que el 30% están totalmente en desacuerdo.

**Tabla 15**

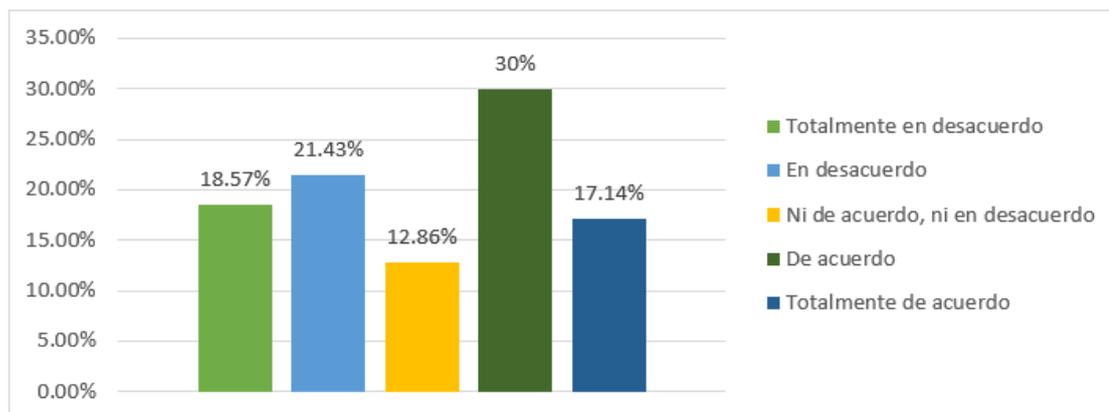
*¿Cuentan con un código de ética que usan como guía y les indica lo que deben y no hacer?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	13	18.57
En desacuerdo	15	21.43
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	12.86
De acuerdo	21	30.00
Totalmente de acuerdo	12	17.14
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 12**

*¿Cuentan con un código de ética que usan como guía y les indica lo que deben y no hacer?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 15 y Figura 12, los resultados del ítem 7 del indicador valores básicos, reflejan que, el 30% de empleados, se sienten de acuerdo respecto a que cuentan con un código de ética que usan como guía y les indica que deben y no hacer, mientras que el 21.43% están en desacuerdo.

**Tabla 16**

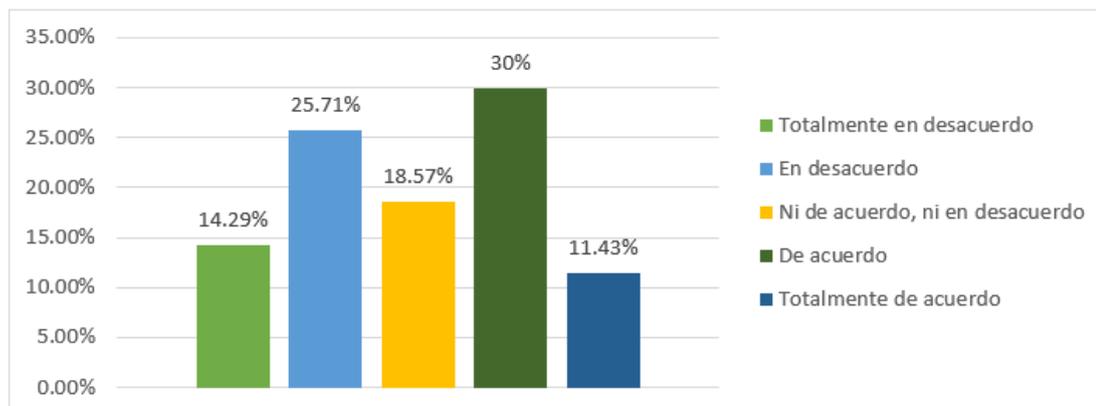
*¿Si no siguen los valores fundamentales, los pueden sancionar?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	10	14.29
En desacuerdo	18	25.71
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	18.57
De acuerdo	21	30.00
Totalmente de acuerdo	8	11.43
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 13**

*¿Si no siguen los valores fundamentales, los pueden sancionar?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 16 y Figura 13, los resultados del ítem 8 del indicador valores básicos, reflejan que, el 30% de empleados, sienten de que si no siguen los valores fundamentales pueden ser sancionados, mientras que el 25.71% están en desacuerdo.

- Indicador Acuerdos con 1 ítem.

**Tabla 17**

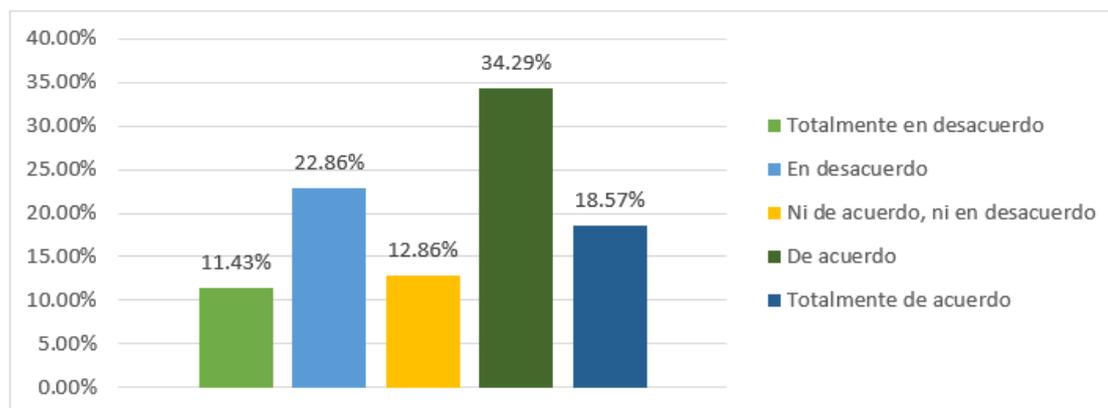
*¿Es sencillo ponerse de acuerdo en la empresa, incluso frente a situaciones difíciles?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	8	11.43
En desacuerdo	16	22.86
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	12.86
De acuerdo	24	34.29
Totalmente de acuerdo	13	18.57
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 14**

*¿Es sencillo ponerse de acuerdo en la empresa, incluso frente a situaciones difíciles?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 17 y Figura 14, los resultados del ítem 9 del indicador acuerdos, reflejan que, el 34.29% de empleados sienten estar de acuerdo, respecto a que es sencillo ponerse de acuerdo en la empresa incluso frente a situaciones difíciles, mientras que el 22.86% están en desacuerdo.

- Indicador Coordinación e integración compuesto por 2 ítems.

**Tabla 18**

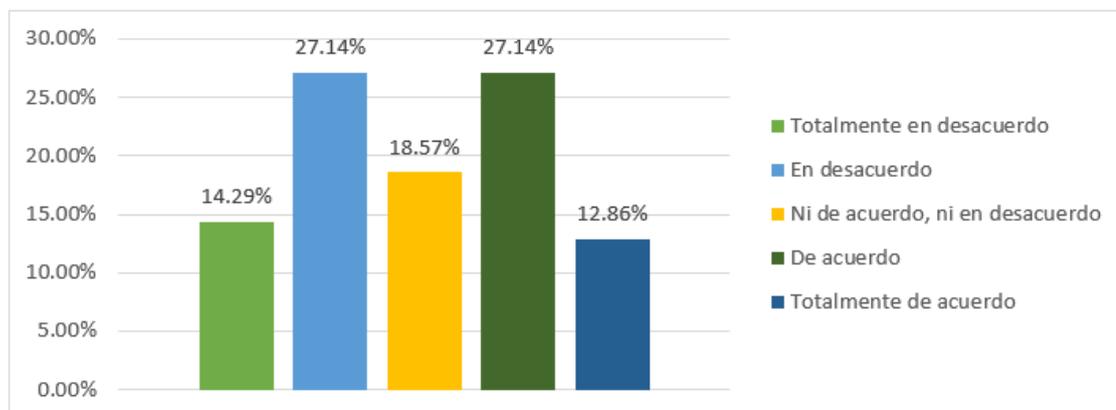
*¿Es fácil coordinar acciones entre las diversas áreas de la organización?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	10	14.29
En desacuerdo	19	27.14
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	18.57
De acuerdo	19	27.14
Totalmente de acuerdo	9	12.86
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 15**

*¿Es fácil coordinar acciones entre las diversas áreas de la organización?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación.

En la Tabla 18 y Figura 15, los resultados del ítem 10 del indicador coordinación e integración, reflejan que, el 27.14% de empleados sienten estar de acuerdo, respecto a que es fácil coordinar acciones entre diversas áreas de la organización, mientras que el 14.29% están totalmente en desacuerdo.

**Tabla 19**

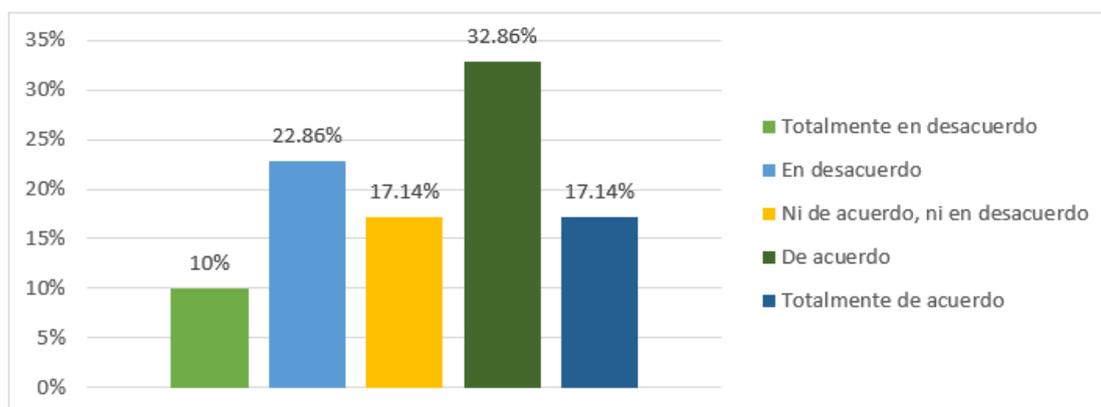
*¿Considera que las metas están alineadas en todas las áreas?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	7	10.00
En desacuerdo	16	22.86
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	17.14
De acuerdo	23	32.86
Totalmente de acuerdo	12	17.14
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 16**

*¿Considera que las metas están alineadas en todas las áreas?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación

En la Tabla 19 y Figura 16, los resultados del ítem 11 del indicador coordinación e integración, reflejan que, el 32.86% de empleados sienten estar de acuerdo respecto a que consideran que las metas están alineadas en todas las áreas, mientras el 22.86% están en desacuerdo.

### 1.2.3. Dimensión: participación

- Indicador Orientación de equipo compuesto por 2 ítems

**Tabla 20**

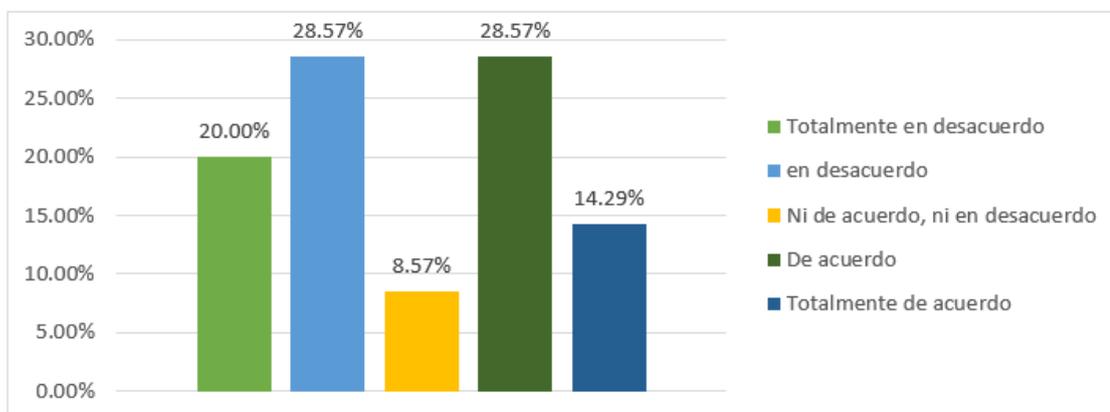
*¿Considera usted que todas las áreas siempre trabajan en conjunto?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	14	20.00
En desacuerdo	20	28.57
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	8.57
De acuerdo	20	28.57
Totalmente de acuerdo	10	14.29
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 17**

*¿Considera usted que todas las áreas siempre trabajan en conjunto?*



**Nota.** Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 20 y Figura 17, los resultados del ítem 12 del indicador orientación de equipo, reflejan que, el 28.57% de empleados están de acuerdo y desacuerdo respecto a que consideran que todas las áreas siempre trabajan en conjunto, mientras el 20% están de acuerdo.

**Tabla 21**

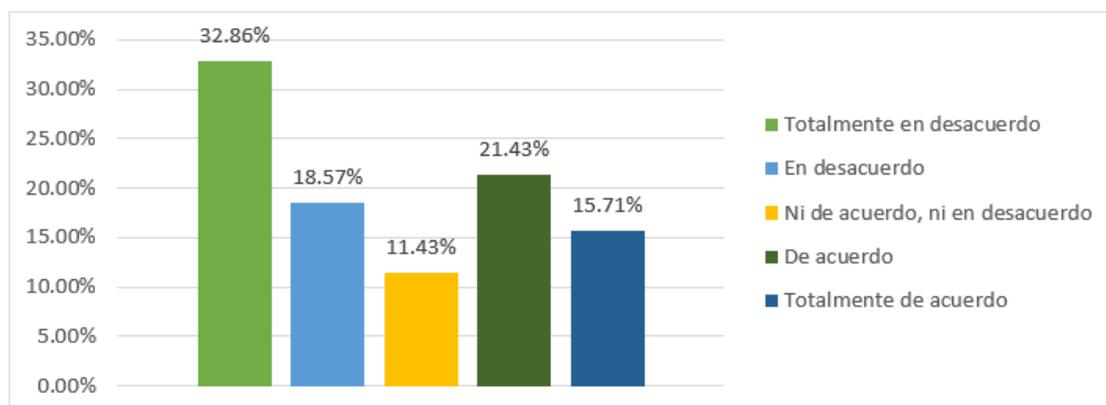
*¿Percibe que los objetivos se completan gracias al trabajo en conjunto y no porque los jefes se encuentran vigilando?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	23	32.86
En desacuerdo	13	18.57
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	11.43
De acuerdo	15	21.43
Totalmente de acuerdo	11	15.71
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 18**

*¿Percibe que los objetivos se completan gracias al trabajo en conjunto y no porque los jefes se encuentran vigilando?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 21 y Figura 18, los resultados del ítem 13 del indicador orientación de equipo, reflejan que, el 32.86% de empleados están totalmente en desacuerdo respecto a que perciben que los objetivos se completan gracias al trabajo en conjunto y no porque los jefes se encuentran vigilando, mientras el 21.43% están de acuerdo.

- Indicador Desarrollo de destrezas conformado por 1 ítem.

**Tabla 22**

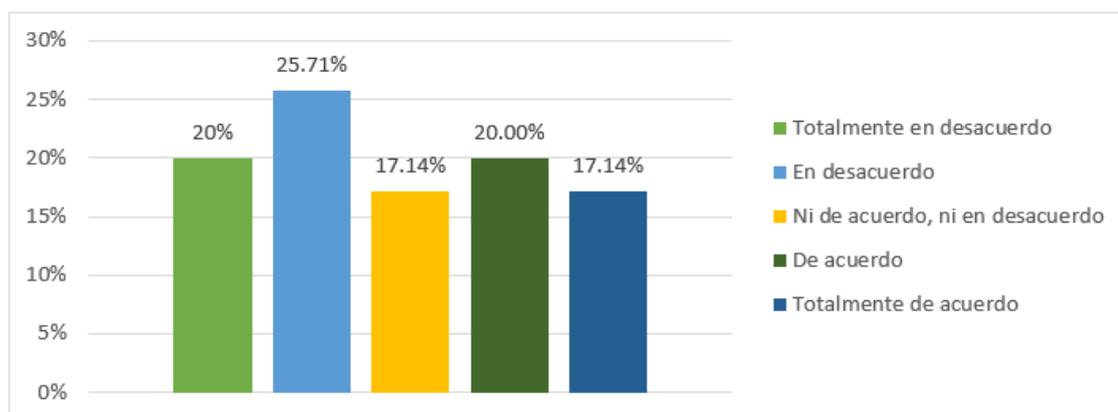
*¿La empresa invierte en capacitaciones para mejorar sus capacidades?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	14	20.00
En desacuerdo	18	25.71
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	17.14
De acuerdo	14	20.00
Totalmente de acuerdo	12	17.14
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 19**

*¿La empresa invierte en capacitaciones para mejorar sus capacidades?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 22 y Figura 19, los resultados del ítem 14 del indicador desarrollo de destrezas, reflejan que, el 25.71% de empleados están en desacuerdo respecto a que la empresa invierte en capacitaciones para mejorar sus capacidades, mientras el 20% están totalmente en desacuerdo.

- Indicador Empoderamiento conformado por 1 ítem.

**Tabla 23**

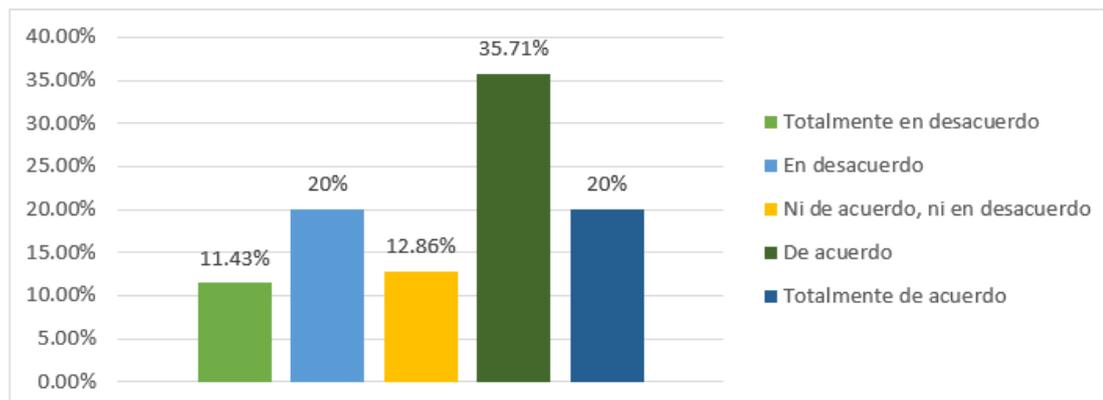
*¿La información de la empresa se encuentra disponible para todos cuando la necesitan?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	8	11.43
En desacuerdo	14	20.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	12.86
De acuerdo	25	35.71
Totalmente de acuerdo	14	20.00
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 20**

*¿La información de la empresa se encuentra disponible para todos cuando la necesiten?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 23 y Figura 20, los resultados del ítem 15 del indicador empoderamiento, reflejan que, el 35.71% de empleados están de acuerdo respecto a que la información de la empresa se encuentra disponible para todos cuando la necesiten, mientras el 20% están totalmente en desacuerdo.

**Tabla 24**

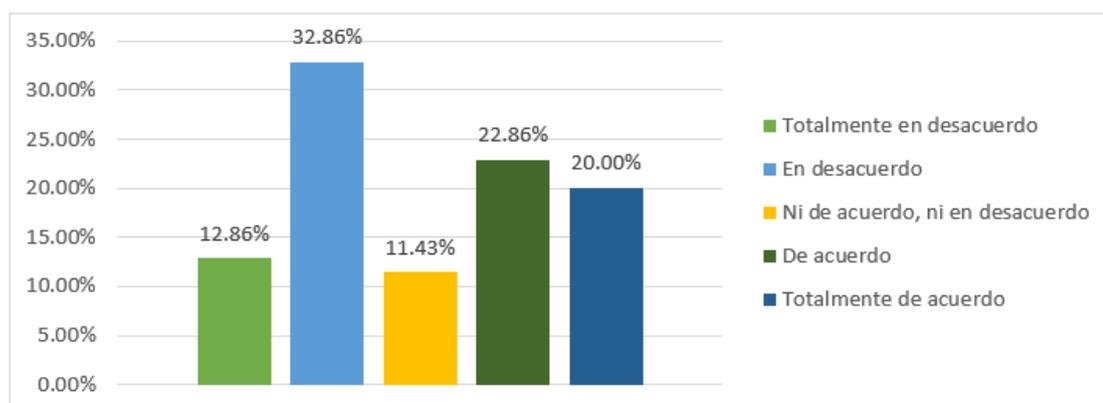
*¿Considera usted que se involucra activamente en la empresa?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	9	12.86
En desacuerdo	23	32.86
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	11.43
De acuerdo	16	22.86
Totalmente de acuerdo	14	20.00
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 21**

*¿Considera usted que se involucra activamente en la empresa?*



Nota. Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 24 y Figura 21, los resultados del ítem 16 del indicador empoderamiento, reflejan que, el 32.86% de empleados están en desacuerdo, respecto a que se involucran activamente con la empresa, mientras el 22.86% están de acuerdo.

#### 1.2.4. Dimensión: adaptabilidad

- Indicador Creación de cambios conformado por 3 ítems.

**Tabla 25**

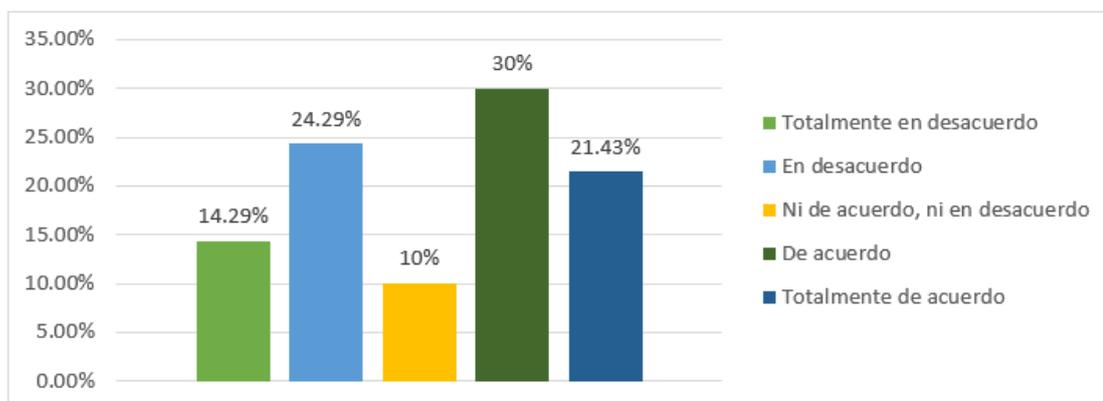
*¿Usted percibe que la forma de realizar las cosas es flexible?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	10	14.29
En desacuerdo	17	24.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	10.00
De acuerdo	21	30.00
Totalmente de acuerdo	15	21.43
Total	70	100.00

Nota. Elaboración propia

**Figura 22**

*¿Usted percibe que la forma de realizar las cosas es flexible?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 25 y Figura 22, los resultados del ítem 17 del indicador creación de cambios, reflejan que, el 30% de empleados están de acuerdo, respecto a que perciben que la forma de realizar las cosas es flexible, mientras el 24.29% están en desacuerdo.

**Tabla 26**

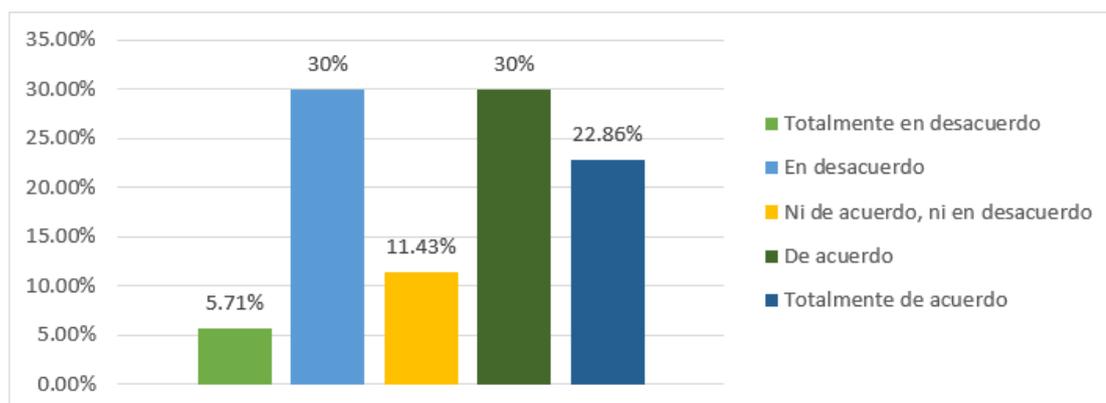
*¿Participan continuamente para realizar mejoras el trabajo?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	4	5.71
En desacuerdo	21	30.00
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	11.43
De acuerdo	21	30.00
Totalmente de acuerdo	16	22.86
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 23**

*¿Participan continuamente para realizar mejoras el trabajo?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación.

En la Tabla 26 y Figura 23, los resultados del ítem 18 del indicador creación de cambios, reflejan que, el 30% de empleados están de acuerdo, respecto a que participan continuamente para realizar mejoras en el trabajo, mientras el 22.86% están totalmente de acuerdo.

**Tabla 27**

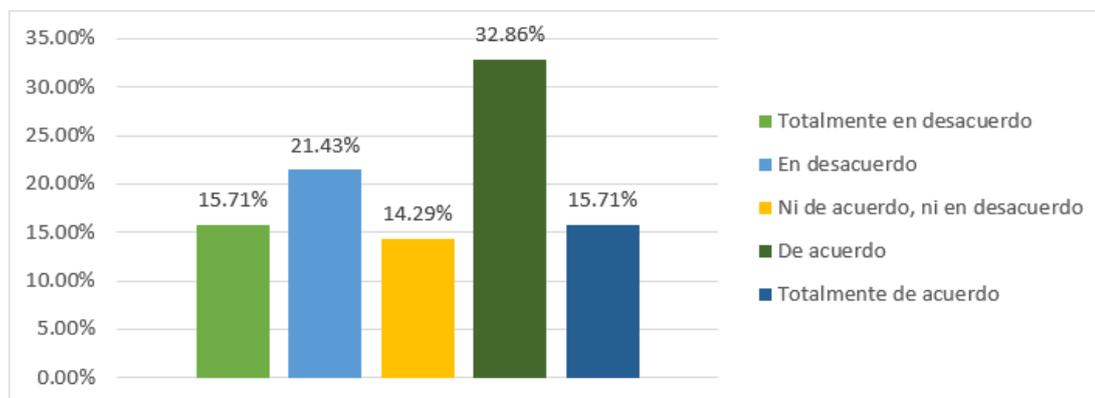
*¿Considera usted que tienen una buena respuesta a la competencia y a cambios en el entorno comercial?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	11	15.71
En desacuerdo	15	21.43
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	14.29
De acuerdo	23	32.86
Totalmente de acuerdo	11	15.71
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 24**

*¿Considera usted que tienen una buena respuesta a la competencia y a cambios en el entorno comercial?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 27 y Figura 24, los resultados del ítem 19 del indicador creación de cambios, reflejan que, el 32.86% de empleados están de acuerdo, respecto a que consideran que tienen una buena respuesta a la competencia y a cambios en el entorno comercial, mientras el 21.43% están desacuerdo.

- Indicador Enfoque en el cliente conformado por 2 ítems.

**Tabla 28**

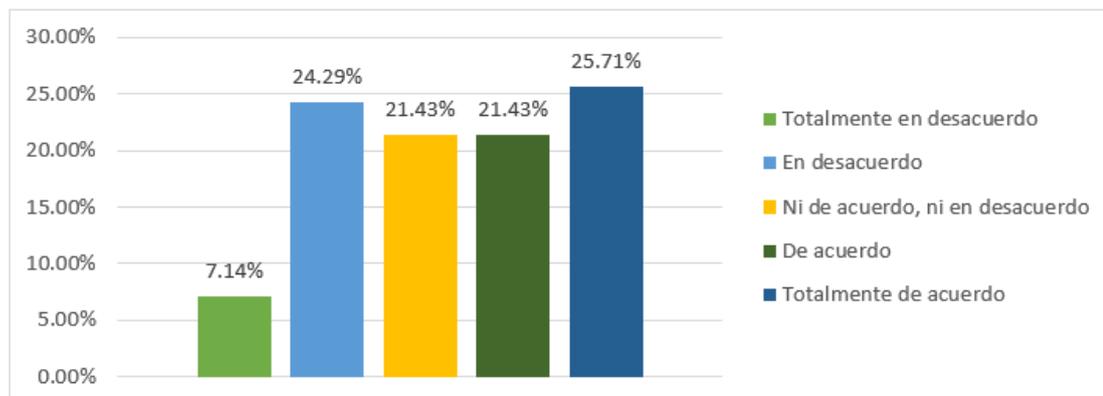
*¿Sus decisiones se ven influenciadas gracias a los clientes?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	5	7.14
En desacuerdo	17	24.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	15	21.43
De acuerdo	15	21.43
Totalmente de acuerdo	18	25.71
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 25**

*¿Sus decisiones se ven influenciadas gracias a los clientes?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 28 y Figura 25, los resultados del ítem 20 del indicador enfoque en el cliente, reflejan que, el 25.71% de empleados están totalmente de acuerdo, respecto a que sus decisiones se ven influenciadas gracias al cliente, mientras el 24.29% están en desacuerdo.

**Tabla 29**

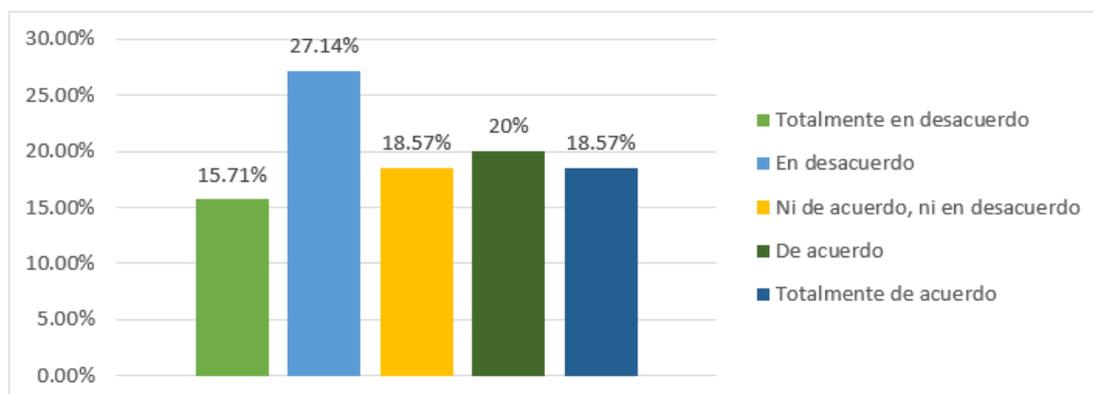
*¿La empresa les alienta a tener contacto directo con los clientes?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	11	15.71
En desacuerdo	19	27.14
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	18.57
De acuerdo	14	20.00
Totalmente de acuerdo	13	18.57
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 26**

*¿La empresa les alienta a tener contacto directo con los clientes?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 29 y Figura 26, los resultados del ítem 21 del indicador enfoque en el cliente, reflejan que, el 27.14% de empleados están en desacuerdo, respecto a que la empresa los alienta a tener contacto directo con los clientes, mientras el 20% están de acuerdo.

- Indicador Aprendizaje empresarial conformado por 1 ítem.

**Tabla 30**

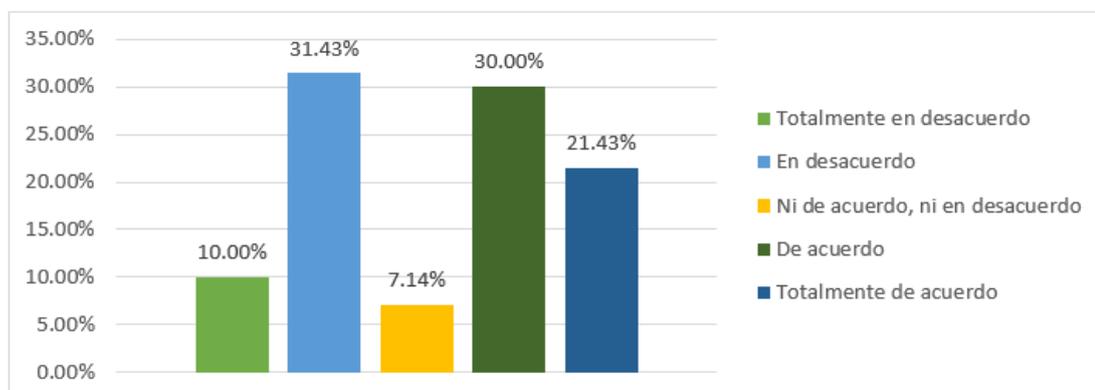
*¿Percibe usted que el aprendizaje es un objetivo importante en sus labores a diario?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	7	10.00
En desacuerdo	22	31.43
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	7.14
De acuerdo	21	30.00
Totalmente de acuerdo	15	21.43
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 27**

*¿Percibe usted que el aprendizaje es un objetivo importante en sus labores a diario?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 30 y Figura 27, los resultados del ítem 22 del indicador aprendizaje empresarial, reflejan que, el 31.43% de empleados están en desacuerdo, respecto a que perciben que el aprendizaje es un objetivo importante en sus labores a diario, mientras el 23% están de acuerdo.

### 1.3. Resultados de la variable engagement

#### 1.3.1. Dimensión: vigor

- Indicador Nivel de energía

**Tabla 31**

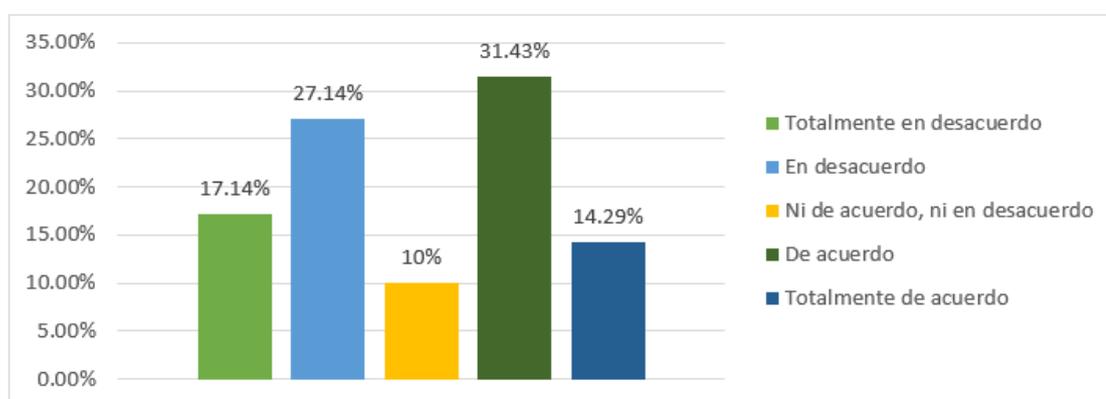
*¿Se siente lleno de energía en el trabajo?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	12	17.14
En desacuerdo	19	27.14
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	10.00
De acuerdo	22	31.43
Totalmente de acuerdo	10	14.29
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 28**

*¿Se siente lleno de energía en el trabajo?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 31 y Figura 28, los resultados del ítem 23 del indicador nivel de energía, reflejan que, el 31.43% de empleados están de acuerdo, respecto a que se sienten llenos de energía en el trabajo, mientras el 27.14% están en desacuerdo.

- Indicador Resistencia mental

**Tabla 32**

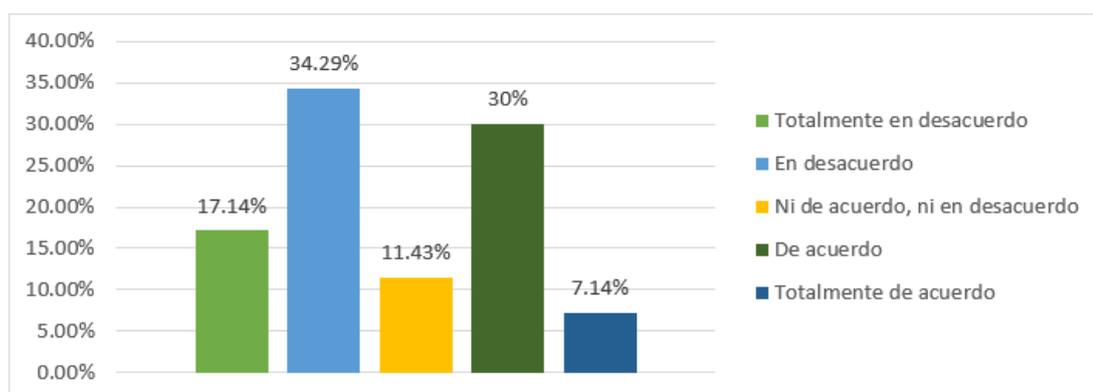
*¿Puede trabajar durante largos periodos de tiempo frente a la computadora?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	12	17.14
En desacuerdo	24	34.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	11.43
De acuerdo	21	30.00
Totalmente de acuerdo	5	7.14
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 29**

*¿Puede trabajar durante largos periodos de tiempo frente a la computadora?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación

En la Tabla 32 y Figura 29, los resultados del ítem 24 del indicador resistencia mental, reflejan que, el 34.29% de empleados están en desacuerdo, respecto a que pueden trabajar durante largos periodos de tiempo frente a la computadora, mientras el 30% están de acuerdo.

- Indicador Persistencia en el trabajo

**Tabla 33**

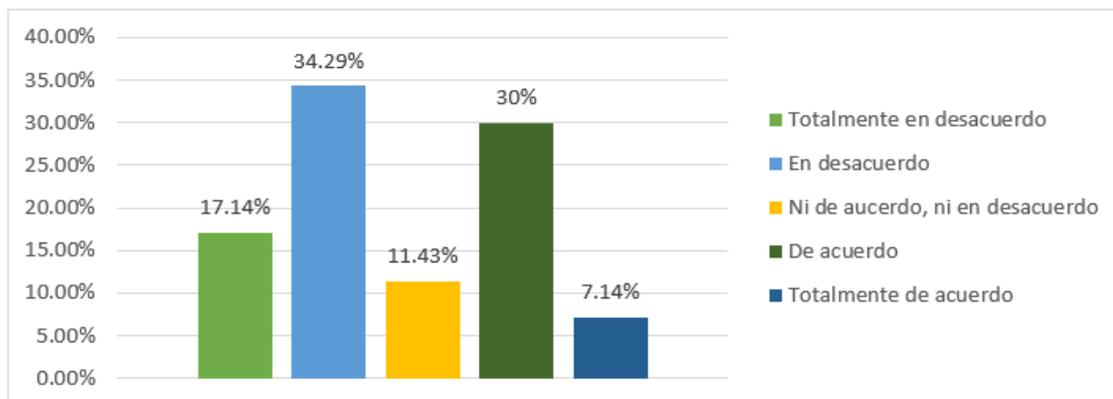
*¿Se considera fuerte y vigoroso en el trabajo?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	12	17.14
En desacuerdo	24	34.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	11.43
De acuerdo	21	30.00
Totalmente de acuerdo	5	7.14
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 30**

*¿Se considera fuerte y vigoroso en el trabajo?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación

En la Tabla 33 y Figura 30, los resultados del ítem 25 del indicador persistencia en el trabajo, reflejan que, el 34.29% de empleados están en desacuerdo, respecto a que se sienten fuertes y vigorosos en el trabajo, mientras el 30% están de acuerdo.

- Indicador: Significado del trabajo

**Tabla 34**

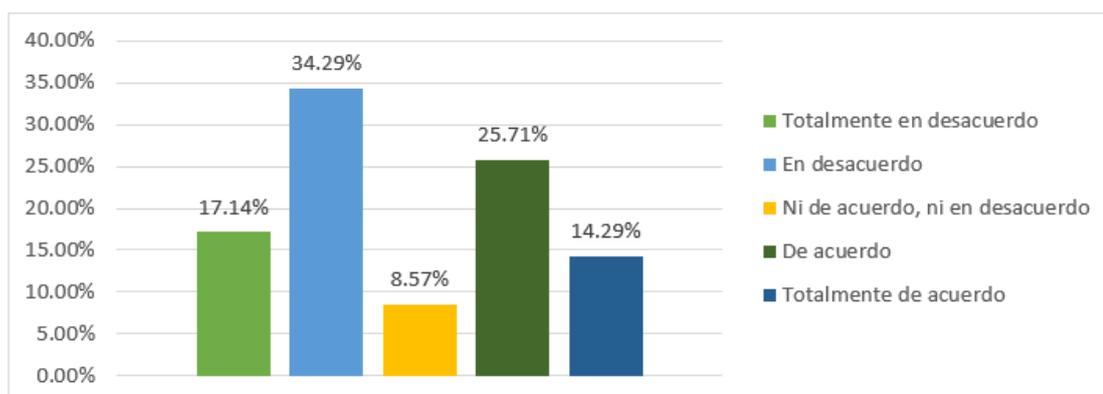
*¿Su trabajo tiene propósito y sentido?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	12	17.14
En desacuerdo	24	34.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	8.57
De acuerdo	18	25.71
Totalmente de acuerdo	10	14.29
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 31**

*¿Su trabajo tiene propósito y sentido?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 34 y Figura 31, los resultados del ítem 26 del indicador significado del trabajo, reflejan que, el 34.29% de empleados están en desacuerdo, respecto a que su trabajo tiene propósito y sentido, mientras el 25.71% están de acuerdo.

### 1.3.2. Dimensión: dedicación

- Indicador Entusiasmo

**Tabla 35**

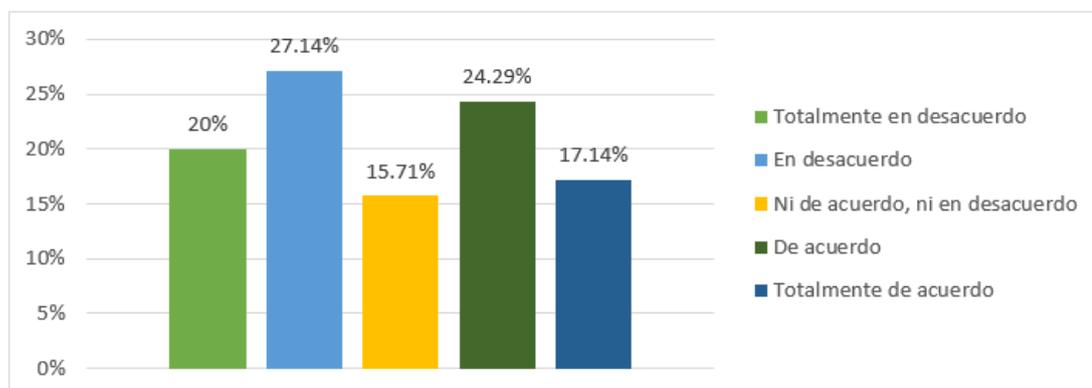
*¿Se encuentra entusiasmado con su trabajo?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	14	20.00
En desacuerdo	19	27.14
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	15.71
De acuerdo	17	24.29
Totalmente de acuerdo	12	17.14
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 32**

*¿Se encuentra entusiasmado con su trabajo?*



Nota. Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 35 y Figura 32, los resultados del ítem 27 del indicador entusiasmo, reflejan que, el 27.14% de empleados están en desacuerdo, respecto a que se encuentran entusiasmados con su trabajo, mientras el 24.29% están en desacuerdo.

- Indicador Orgullo

**Tabla 36**

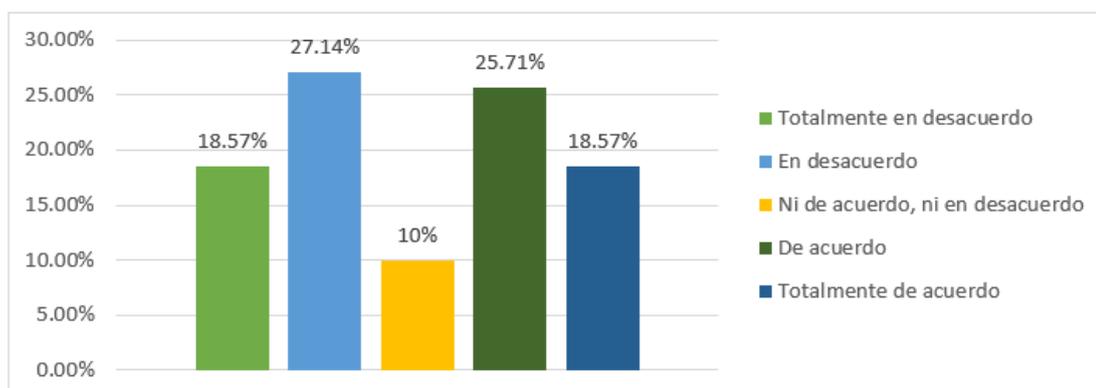
*¿Se siente orgulloso de lo que hace en su trabajo?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	13	18.57
En desacuerdo	19	27.14
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	10.00
De acuerdo	18	25.71
Totalmente de acuerdo	13	18.57
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

Nota. Elaboración propia

**Figura 33**

*¿Se siente orgulloso de lo que hace en su trabajo?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 36 y Figura 33, los resultados del ítem 28 del indicador orgullo, reflejan que, el 27.14% de empleados están en desacuerdo, respecto a que se sienten orgullosos de lo que hacen en su trabajo, mientras el 25.71% están de acuerdo.

- Indicador Reto

**Tabla 37**

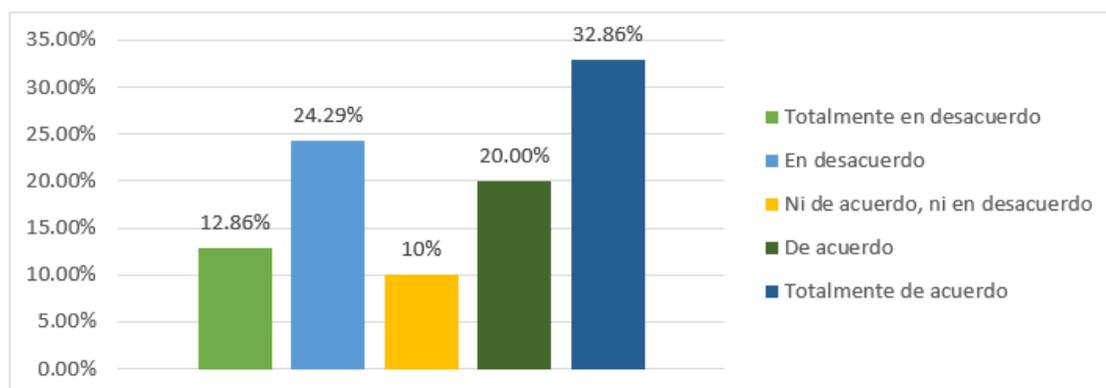
*¿Considera que su trabajo es retador?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	9	12.86
En desacuerdo	17	24.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	10.00
De acuerdo	14	20.00
Totalmente de acuerdo	23	32.86
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 34**

*¿Considera que su trabajo es retador?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 37 y Figura 34, los resultados del ítem 29 del indicador reto, reflejan que, el 32.86% de empleados están totalmente de acuerdo, respecto a que consideran que su trabajo es retador, mientras el 24.29% están en desacuerdo.

- Indicador Inspiración

**Tabla 38**

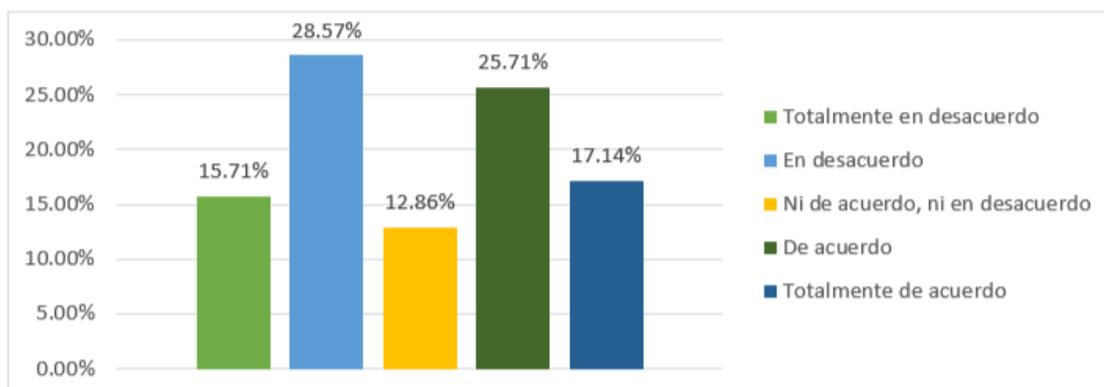
*¿Siente que su trabajo lo inspira?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	11	15.71
En desacuerdo	20	28.57
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	12.86
De acuerdo	18	25.71
Totalmente de acuerdo	12	17.14
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 35**

*¿Siente que su trabajo lo inspira?*



Nota. Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 38 y Figura 35, los resultados del ítem 30 del indicador inspiración, reflejan que, el 28.57% de empleados están en desacuerdo, con respecto a que sienten que su trabajo los inspira, mientras el 25.71% están de acuerdo.

- Indicador Concentración

**Tabla 39**

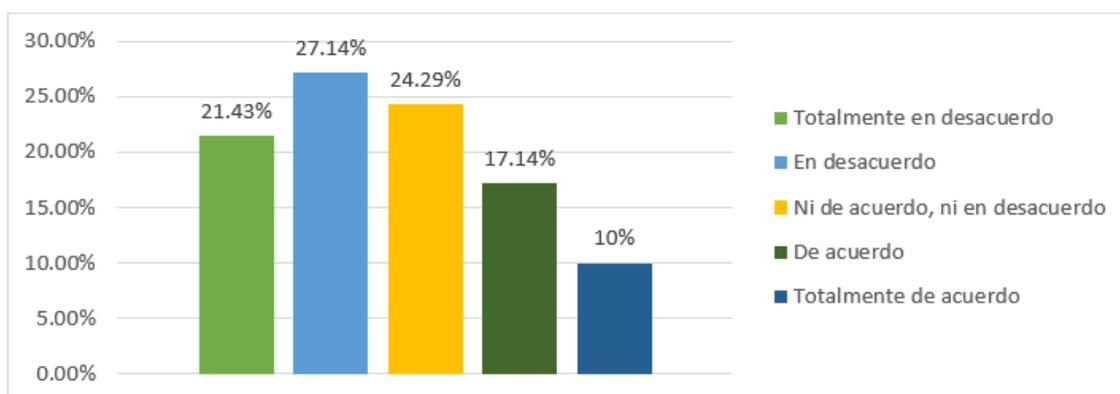
*¿Le es difícil "desconectarse" del trabajo?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	15	21.43
En desacuerdo	19	27.14
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	17	24.29
De acuerdo	12	17.14
Totalmente de acuerdo	7	10.00
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

Nota. Elaboración propia

**Figura 36**

*¿Le es difícil "desconectarse" del trabajo?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 39 y Figura 36, los resultados del ítem 31 del indicador concentración, reflejan que, el 27.14% de empleados están en desacuerdo, respecto a que es difícil desconectarse del trabajo, mientras el 17.14% están de acuerdo.

- Indicador: Involucramiento

**Tabla 40**

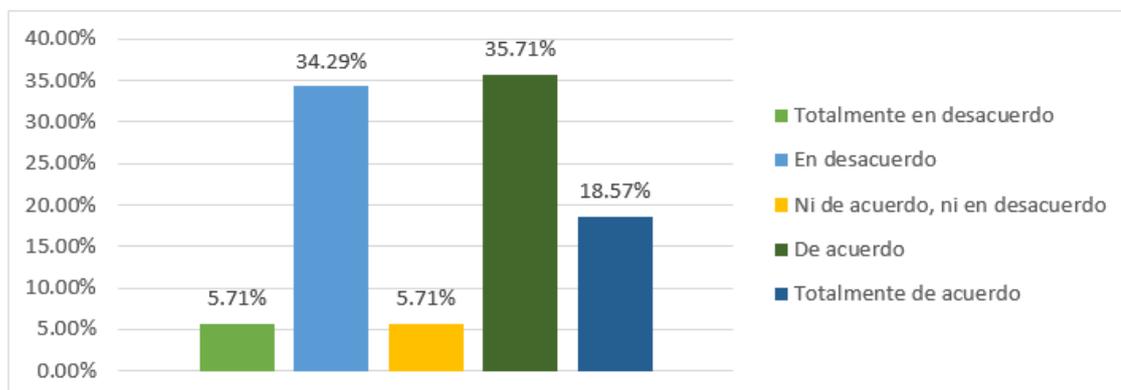
*¿Se involucra activamente en el trabajo?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	4	5.71
En desacuerdo	24	34.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	5.71
De acuerdo	25	35.71
Totalmente de acuerdo	13	18.57
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 37**

*¿Se involucra activamente en el trabajo?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 40 y Figura 37, los resultados del ítem 32 del indicador involucramiento, reflejan que, el 35.71% de empleados están de acuerdo, respecto a que se involucran activamente en el trabajo, mientras el 34.29% están en desacuerdo.

### 1.3.3. Dimensión: absorción

- Indicador Sensación de felicidad

**Tabla 41**

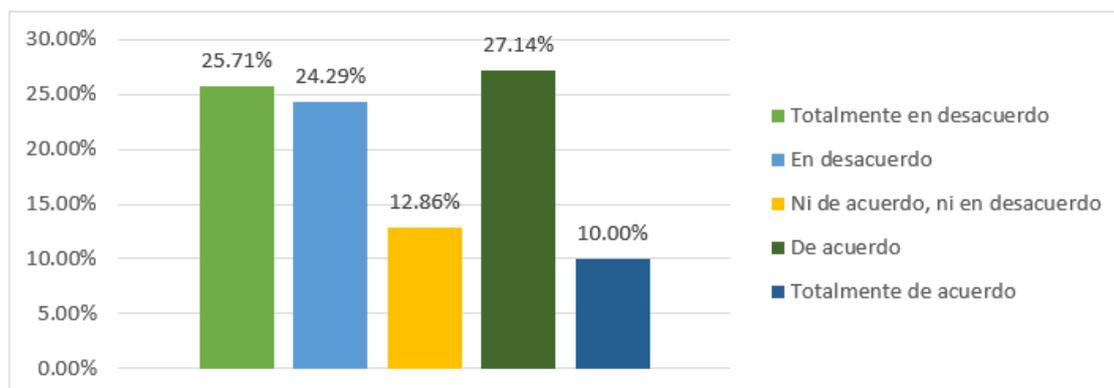
*¿Se siente feliz cuando está en el trabajo?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	18	25.71
En desacuerdo	17	24.29
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	12.86
De acuerdo	19	27.14
Totalmente de acuerdo	7	10.00
Total	70	100.00

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 38**

*¿Se siente feliz cuando está en el trabajo?*



*Nota.* Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 41 y Figura 38, los resultados del ítem 33 del indicador sensación de felicidad, reflejan que, el 27.14% de empleados están de acuerdo, respecto a que se sienten felices cuando están en el trabajo, mientras el 25.71% están en desacuerdo.

- Indicador Placer laboral

**Tabla 42**

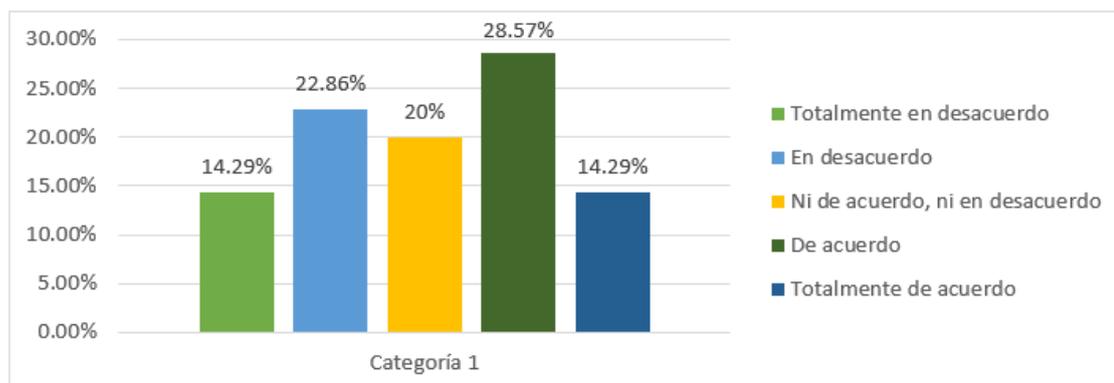
*¿Cuándo se levanta por las mañanas tiene ganas de ir a trabajar?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	10	14.29
En desacuerdo	16	22.86
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	14	20.00
De acuerdo	20	28.57
Totalmente de acuerdo	10	14.29
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

*Nota.* Elaboración propia

**Figura 39**

*¿Cuándo se levanta por las mañanas tiene ganas de ir a trabajar?*



Nota. Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 42 y Figura 39, los resultados del ítem 34 del indicador placer laboral, reflejan que, el 28.57% de empleados están de acuerdo, respecto a que cuando se levantan por las mañanas tienen ganas de ir a trabajar, mientras el 22.86% están en desacuerdo.

- Indicador Ensimismado con el trabajo

**Tabla 43**

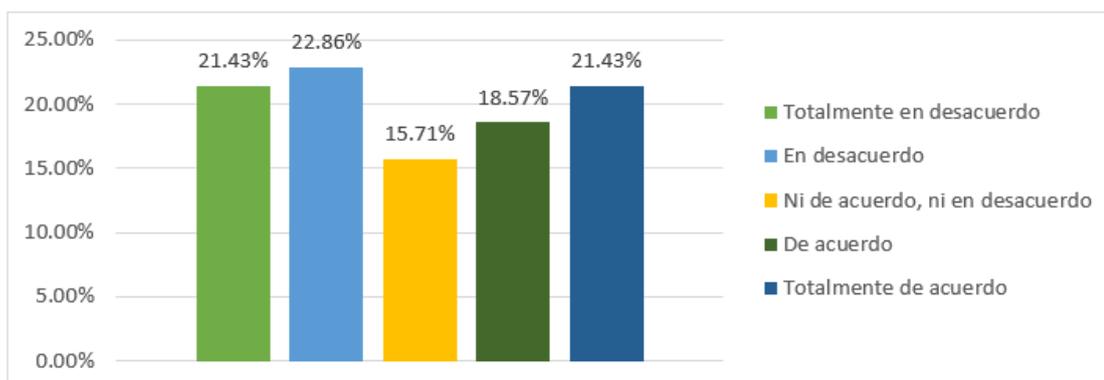
*¿Percibe que el tiempo "vuela" cuando está trabajando?*

	Frecuencia	%
Totalmente en desacuerdo	15	21.43
En desacuerdo	16	22.86
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	15.71
De acuerdo	13	18.57
Totalmente de acuerdo	15	21.43
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100.00</b>

Nota. Elaboración propia

**Figura 40**

*¿Percibe que el tiempo "vuela" cuando está trabajando?*



Nota. Datos obtenidos de la investigación – Elaboración propia

En la Tabla 43 y Figura 40, los resultados del ítem 35 del indicador ensimismado con el trabajo, reflejan que, el 22.86% de empleados están de acuerdo, respecto en que perciben que el tiempo vuela cuando están trabajando, mientras el 21.43% están totalmente de acuerdo.

## 2. Análisis de resultados

Para contrastar las hipótesis, se aplicó la prueba estadística Chi cuadrado de Pearson, con el objetivo de determinar si existe relación entre las variables analizadas.

### 2.1. Hipótesis general

**La cultura organizacional se vincula con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.**

H<sub>0</sub>: La cultura organizacional no se vincula con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

H<sub>1</sub>: La cultura organizacional se vincula con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

## 2.2. Hipótesis específica 1

**La misión se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.**

a) Vínculo entre la misión y el vigor

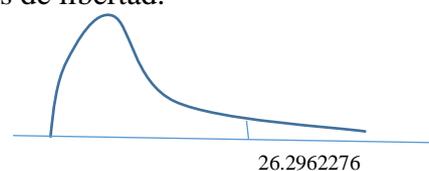
$H_0$ : La misión no se vincula con el vigor.

$H_1$ : La misión se vincula con el vigor.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  con 16 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi^2_{(16,0.95)} = 26.2962276$



**Tabla 44**

*Flujo de correlación misión y vigor*

		Vigor					Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Misión	Totalmente en desacuerdo	1	2	0	0	0	3
	En desacuerdo	0	6	4	2	0	12
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	6	15	9	0	30
	De acuerdo	0	1	9	10	1	21
	Totalmente de acuerdo	0	0	2	2	0	4
Total		1	15	30	23	1	70

*Nota.* Datos de la investigación

**Tabla 45***Prueba de chi-cuadrado de la misión y vigor*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	41,424 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	27,558	16	,036
Asociación lineal por lineal	17,111	1	,000
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal:

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 41,424 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 41,424) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 41,424 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

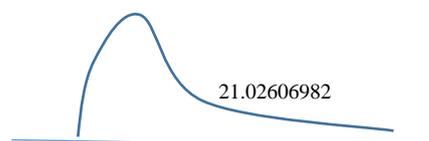
Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (41,424) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la misión se vincula con el vigor, por tanto, existe una relación significativa.

b) Vínculo entre la misión y la dedicación

$H_0$ : La misión no se vincula con la dedicación.

$H_1$ : La misión se vincula con la dedicación.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**



Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$  con 12 grados de libertad

Punto crítico:  $\chi^2_{(12,0,95)} = 21.02606982$

**Tabla 46**

*Prueba de correlación de la misión y dedicación*

		Dedicación				Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	
Misión	Totalmente en desacuerdo	2	1	0	0	3
	En desacuerdo	0	6	5	1	12
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	8	16	6	30
	De acuerdo	0	0	2	19	21
	Totalmente de acuerdo	0	0	2	2	4
Total		2	15	25	28	70

*Nota.* Datos de la investigación

**Tabla 47**

*Prueba de chi-cuadrado de la misión y dedicación*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	83,922 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitud	58,036	12	,000
Asociación lineal por lineal	31,263	1	,000
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal:

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 83,922 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 83,922) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 83,922 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (83,922) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la misión se vincula con la dedicación, por tanto, existe una relación significativa.

c) Vínculo entre la misión y la absorción

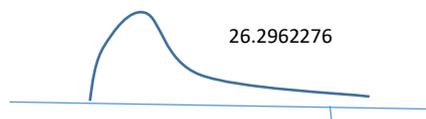
$H_0$ : No hay vínculo entre la misión y la absorción.

$H_1$ : Hay vínculo entre la misión y la absorción.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 16 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi_{(16,0,95)}^2 = 26.2962276$



**Tabla 48**

*Prueba de correlación de la misión y absorción*

		Absorción				Totalmente de acuerdo	Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo		
Misión	Totalmente en desacuerdo	2	1	0	0	0	3
	En desacuerdo	0	6	5	1	0	12
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	6	20	4	0	30
	De acuerdo	0	0	10	10	1	21
	Totalmente de acuerdo	0	0	2	2	0	4
Total		2	13	37	17	1	70

*Nota.* Datos de la investigación

**Tabla 49***Prueba chi-cuadrado de la misión y la absorción*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	70,743 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	42,967	16	,000
Asociación lineal por lineal	26,135	1	,000
N de casos válidos	70		

Nota. Datos de la investigación

Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 70,743 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 70,743) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 70,743 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (70,743) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la misión se vincula con la absorción, por tanto, existe una relación significativa.

### 2.3. Hipótesis Específica 2

**La adaptabilidad se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.**

a) Vínculo entre la adaptabilidad y el vigor

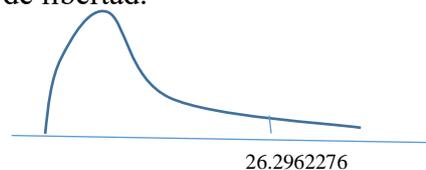
$H_0$ : La adaptabilidad no se vincula con el vigor.

$H_1$ : La adaptabilidad se vincula con el vigor.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 16 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi^2_{(16,0.95)} = 26.2962276$

**Tabla 50**

*Prueba de correlación de la adaptabilidad y vigor*

		Vigor				Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	
Adaptabilidad	Totalmente en desacuerdo	1	0	0	0	1
	En desacuerdo	0	7	2	1	10
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	6	19	7	32
	De acuerdo	0	2	6	13	22
	Totalmente de acuerdo	0	0	3	2	5
Total		1	15	30	23	70

*Nota.* Datos de la investigación

**Tabla 51**

*Prueba de chi-cuadrado de la adaptabilidad y vigor*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	98,200 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	36,259	16	,003
Asociación lineal por lineal	18,589	1	,000
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

### Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 98,200 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 98,200) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 98,200 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (98,200) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la misión se vincula con el vigor, por tanto, existe una relación significativa.

b) Vínculo entre la adaptabilidad y dedicación

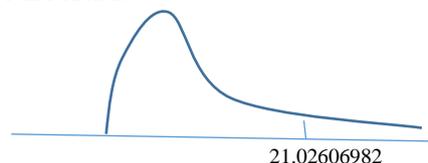
$H_0$ : La adaptabilidad no se vincula con la dedicación.

$H_1$ : La adaptabilidad se vincula con la dedicación.

#### Prueba estadística: Chi-Cuadrado.

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 12 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi_{(12,0.95)}^2 = 21.02606982$



**Tabla 52**

*Prueba de correlación de la adaptabilidad y dedicación*

		Dedicación				Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	
Adaptabilidad	Totalmente en desacuerdo	1	0	0	0	1
	En desacuerdo	1	7	2	0	10
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	8	18	6	32
	De acuerdo	0	0	3	19	22
	Totalmente de acuerdo	0	0	2	3	5
Total		2	15	25	28	70

*Nota.* Datos de la investigación

### Tabla 53

*Prueba de chi-cuadrado de la adaptabilidad y dedicación*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	81,891 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitud	59,954	12	,000
Asociación lineal por lineal	34,555	1	,000
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 81,891 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis}$$

nula)

$$p(\chi^2 > 81,891) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 81,891 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (81,891) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la adaptabilidad se vincula con la dedicación, por tanto, existe una relación significativa.

c) Vínculo entre la adaptabilidad y absorción

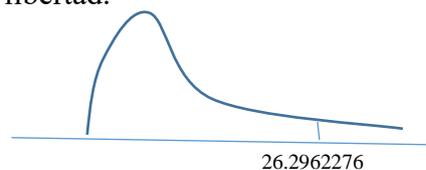
$H_0$ : La adaptabilidad se vincula con la absorción.

$H_1$ : La adaptabilidad se vincula con la absorción.

### Prueba estadística Chi-Cuadrado.

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 16 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi^2_{(16,0.95)} = 26.2962276$



**Tabla 54**

*Prueba de correlación de la adaptabilidad y absorción*

		Absorción					Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Adaptabilidad	Totalmente en desacuerdo	1	0	0	0	0	1
	En desacuerdo	1	7	2	0	0	10
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	6	22	3	1	32
	De acuerdo	0	0	10	12	0	22
	Totalmente de acuerdo	0	0	3	2	0	5
Total		2	13	37	17	1	70

*Nota.* Datos de la investigación

**Tabla 55**

*Prueba de chi-cuadrado de la adaptabilidad y absorción*

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	75,910 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	51,000	16	,000
Asociación lineal por lineal	26,440	1	,000
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 75,910 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 75,910) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 75,910 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (75,910) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la adaptabilidad se vincula con la absorción, por tanto, existe una relación significativa.

#### 2.4. Hipótesis Específica 3

**La participación se vincula con el engagement de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.**

a) Vínculo entre la participación y el vigor

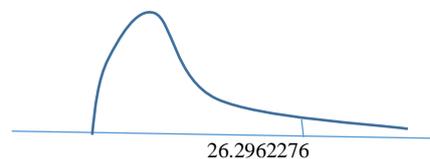
$H_0$ : La participación no se vincula con el vigor.

$H_1$ : La participación se vincula con el vigor.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 16 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi_{(16,0,95)}^2 = 26.2962276$



**Tabla 56***Prueba de correlación de la participación y vigor*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	61,411 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	34,861	16	,004
Asociación lineal por lineal	12,141	1	,000
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación**Tabla 57***Prueba chi-cuadrado de la participación y vigor*

		Vigor				Total	
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo		Totalmente en desacuerdo
Participación	Totalmente en desacuerdo	1	1	0	0	0	2
	En desacuerdo	0	9	5	4	0	18
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	3	18	9	0	30
	De acuerdo	0	2	4	10	1	17
	Totalmente de acuerdo	0	0	3	0	0	3
Total		1	15	30	23	1	70

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 61,411 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 61,411) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 61,411 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (61,411) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la participación se vincula con el vigor, por tanto, existe una relación significativa.

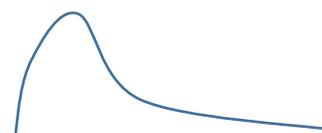
b) Vínculo entre la participación y dedicación

$H_0$ : La participación no se vincula con la dedicación.

$H_1$ : La participación se vincula con la dedicación.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 12 grados de libertad.



**Tabla 58**

*Prueba de correlación de la participación y dedicación*

		Dedicación				Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	
Participación	Totalmente en desacuerdo	2	0	0	0	2
	En desacuerdo	0	7	8	3	18
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	6	13	11	30
	De acuerdo	0	2	4	11	17
	Totalmente de acuerdo	0	0	0	3	3
Total		2	15	25	28	70

*Nota.* Datos de la investigación

**Tabla 59***Prueba chi-cuadrado de la participación y dedicación*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	84,393 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitud	33,439	12	,001
Asociación lineal por lineal	18,179	1	,000
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 84,393 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 84,393) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 84,393 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (84,393) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la participación se vincula con la dedicación, por tanto, existe una relación significativa.

c) Vínculo entre la participación y absorción

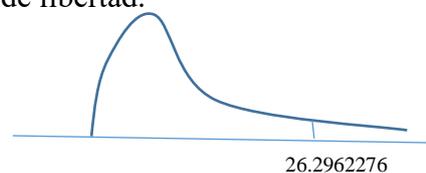
$H_0$ : La participación no se vincula con la absorción.

$H_1$ : La participación no se vincula con la absorción.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 16 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi_{(16,0,95)}^2 = 26.2962276$



**Tabla 60***Prueba de correlación de la participación y absorción*

		Absorción					Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo	
Participación	Totalmente en desacuerdo	2	0	0	0	0	2
	En desacuerdo	0	7	8	3	0	18
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	3	21	5	1	30
	De acuerdo	0	2	7	8	0	17
	Totalmente de acuerdo	0	1	1	1	0	3
Total		2	13	37	17	1	70

*Nota.* Datos de la investigación**Tabla 61***Prueba chi-cuadrado de la participación y absorción***Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	84,654 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	31,693	16	,011
Asociación lineal por lineal	9,663	1	,002
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 84,654 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 84,654) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 84,654 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (84,654) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la participación se vincula con la absorción, por tanto, existe una relación significativa.

## 2.5. Hipótesis Específica 4

La consistencia se vincula con el *engagement* de la empresa Ingecol Sucursal de Perú.

a) Vínculo entre la consistencia y el vigor

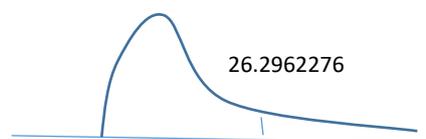
$H_0$ : La consistencia no se vincula con el vigor.

$H_1$ : La consistencia se vincula con el vigor.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 16 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi^2_{(16,0.95)} = 26.2962276$



**Tabla 62**

*Prueba de correlación de la consistencia y vigor*

		Vigor					Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Consistencia	Totalmente en desacuerdo	1	1	0	0	0	2
	En desacuerdo	0	5	1	4	0	10
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	7	18	8	0	33
	De acuerdo	0	2	10	11	1	24
	Totalmente de acuerdo	0	0	1	0	0	1
Total		1	15	30	23	1	70

*Nota.* Datos de la investigación

**Tabla 63***Prueba chi-cuadrado de la consistencia y vigor*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	50,938 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	26,433	16	,048
Asociación lineal por lineal	9,630	1	,002
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 50,938 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 50,938) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 50,938 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (50,938) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la consistencia se vincula con el vigor, por tanto, existe una relación significativa.

b) Vínculo entre consistencia y dedicación

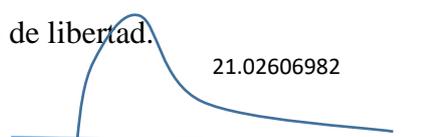
$H_0$ : La consistencia no se vincula con la dedicación.

$H_1$ : La consistencia se vincula con la dedicación.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 12 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi_{(12,0,95)}^2 = 21.02606982$



**Tabla 64***Prueba de correlación de consistencia y dedicación*

		Dedicación				Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	
Consistencia	Totalmente en desacuerdo	2	0	0	0	2
	En desacuerdo	0	5	3	2	10
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	9	18	6	33
	De acuerdo	0	1	4	19	24
	Totalmente de acuerdo	0	0	0	1	1
Total		2	15	25	28	70

*Nota.* Datos de la investigación**Tabla 65***Prueba chi-cuadrado de la consistencia y dedicación*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	99,025 <sup>a</sup>	12	,000
Razón de verosimilitud	47,402	12	,000
Asociación lineal por lineal	27,336	1	,000
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 99,025 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 99,025) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 99,025 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (99,025) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la consistencia se vincula con la dedicación, por tanto, existe una relación significativa.

c) Vínculo entre la consistencia y absorción

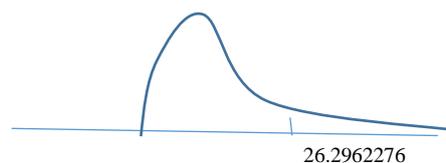
$H_0$ : La consistencia no se vincula con la absorción.

$H_1$ : La consistencia se vincula con la absorción.

**Prueba estadística: Chi-Cuadrado.**

Nivel de significancia de  $\alpha = 0.05$  y 16 grados de libertad.

Punto crítico:  $\chi^2_{(16,0.95)} = 26.2962276$



**Tabla 66**

*Prueba de correlación consistencia y absorción*

		Absorción				Totalmente de acuerdo	Total
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo		
Consistencia	Totalmente en desacuerdo	2	0	0	0	0	2
	En desacuerdo	0	5	5	0	0	10
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	6	24	3	0	33
	De acuerdo	0	2	7	14	1	24
	Totalmente de acuerdo	0	0	1	0	0	1
Total		2	13	37	17	1	70

*Nota.* Datos de la investigación

**Tabla 67***Prueba chi-cuadrado de la consistencia y absorción*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	101,407 <sup>a</sup>	16	,000
Razón de verosimilitud	49,160	16	,000
Asociación lineal por lineal	26,603	1	,000
N de casos válidos	70		

*Nota.* Datos de la investigación

Función Pivotal

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 101,407 \text{ (se encuentra en la zona de rechazo bajo la hipótesis nula)}$$

$$p(\chi^2 > 101,407) = 0,000$$

El resultado de la prueba estadística Chi-Cuadrado es 101,407 y el valor  $p = 0,000$  valor que se encuentra en la zona de rechazo y dentro de la hipótesis nula.

Conclusión: El valor estadístico Chi-cuadrado de Pearson (101,407) es mayor que  $p=0,000$  por lo que, se concluye que la consistencia se vincula con la absorción, por tanto, existe una relación significativa.

### **3. Discusión de resultados**

Respecto a la hipótesis general, al igual que Morales (2019), Vargas (2018), Chero y Córdova (2018), Fernández (2017), Cevillano (2021), Chiang et al. (2017) y Calero (2018), se ha demostrado que existe relación significativa entre la cultura organizacional y el engagement de los trabajadores. En el estudio esta significación se ve reflejada por

los siguientes datos: dentro de la cultura organizacional los trabajadores en un 32.86% indican que no están totalmente de acuerdo con la propuesta de metas, un 41.43% refieren que no se pueden lograr las metas, sólo un 27.14% saben hacia donde se dirige la visión de la empresa y un 27.14% está en desacuerdo con las estrategias que formula la institución. Por lo tanto, estos valores de la variable cultura organizacional afectan los valores de la variable engagement, por los siguientes motivos: el 31.43% no se encuentran totalmente llenos de energía en el trabajo, hay una resistencia mental en más de un 50% (en desacuerdo 34.29% y 17.14% en totalmente en desacuerdo), un 64.29% refieren que no se sienten fuertes y vigorosos en el trabajo (totalmente en desacuerdo 34.29% y 30% en desacuerdo), el 51.43% menciona que su trabajo no tiene propósito ni sentido (totalmente en desacuerdo 17.14% y 34.29% en desacuerdo).

En cuanto, a la primera hipótesis específica, se ha determinado que la misión se vincula significativamente con el engagement de la empresa. Morales (2019) también afirma que la misión, visión y metas guardan relación con el engagement, de los trabajadores. Vargas (2018) encuentra relación entre estas dos variables indicando que el 50% de los trabajadores están de acuerdo con la cultura organizacional de la institución, la cual se ve reflejada en que un solo 12% cuentan con un nivel alto de engagement. Asimismo, Cevillano (2021), refiere que la dirección estratégica dentro de la variable 1 afecta el engagement. Por otro lado, el estudio demuestra que los líderes de la empresa no proponen totalmente metas realistas (32,86%). Asimismo, el 50% de los trabajadores no comprenden lo que deben de hacer para lograr las metas (41,43% en desacuerdo y 5,71% totalmente en desacuerdo). De igual manera, cerca al 50% de colaboradores saben a dónde va dirigido la visión de la empresa (27.14% totalmente de acuerdo y 22.86% de acuerdo). Finalmente, el 50% de los colaboradores cumple con sus funciones (31,43% de acuerdo y 18,57% totalmente de acuerdo).

En referencia, a la segunda hipótesis se ha establecido que la adaptabilidad se vincula significativamente con el engagement de la empresa. Chero y Córdova (2018), también encuentra relación entre estas dos variables, esta relación se refleja porque dentro de la municipalidad no existe aprendizaje institucional, la cual afecta el engagement de los trabajadores. Por otra parte, Luna y Mío (2017) también encuentra relación, pero esta relación se ve afectada porque no se promueve líneas de carrera que permitan mejorar el engagement. En el estudio esta relación se ve reflejada porque, la dimensión adaptabilidad se ve afectada porque un 52,86% de los colaboradores mencionan que participan en las mejoras de trabajo (30% de acuerdo y 22,86% totalmente de acuerdo). Asimismo, un 37,14% refiere que no hay una buena respuesta a la competencia (21,43% en desacuerdo y 15,71% totalmente en desacuerdo). Y finalmente, solo un 47,14% indican que las decisiones de la empresa se ven influenciadas por los clientes.

De igual manera, respecto a la tercera hipótesis se ha determinado que existe relación significativa entre la participación y el engagement de la empresa, al respecto Morales (2019) y Vargas (2018), refieren que el desarrollo de destrezas y el empoderamiento influyen en el engagement de la institución. Mientras que Chero y Córdova (2018), indican que el engagement de los trabajadores se ven afectados, porque los trabajadores no laboran en equipo y no se sienten empoderados. Asimismo, García et al. (2020), menciona que la satisfacción laboral influye en el engagement. El estudio refiere que, el 48,57% de los trabajadores no laboran en equipo (20% totalmente en desacuerdo y 28,57% en desacuerdo). De igual manera, solo el 37,14% indican que se cumplen los objetivos debido al trabajo en equipo y no por la vigilancia de los jefes (21,42% de acuerdo, 15,71% totalmente de acuerdo). Por otro lado, el 45,71% mencionan que la empresa no invierte en capacitaciones (20% totalmente en desacuerdo y 25,71% en desacuerdo). Finalmente, el 55,71% mencionan que la información de la empresa se

encuentra disponible para los trabajadores cuando lo necesiten, todos estos indicadores afectan el engagement de los colaboradores.

Y, por último, respecto a la cuarta hipótesis específica se ha demostrado que existe relación significativa entre la consistencia y el engagement de la empresa. El resultado obtenido concuerda con Chiang et al. (2017) al indicar que los códigos de ética y valores influyen en el engagement de los trabajadores. De igual manera, el estudio concuerda con Córdova (2015) quien refiere que los colaboradores coordinan, se integran y sienten que son pieza fundamental dentro de la empresa, la cual mejora el engagement. Por su parte García et al. (2020), refiere que la coordinación e integración con la empresa mejora el engagement. En el estudio esta relación se refleja porque un 47,14% de trabajadores indican que cuentan con códigos de ética (30% de acuerdo y 17,14% totalmente de acuerdo). Asimismo, un 41,43% mencionan que si no se siguen valores no hay sanción por parte de la empresa (30% en desacuerdo y 11,43% totalmente de acuerdo). De igual manera un 52,86% de trabajadores indican que es fácil ponerse de acuerdo dentro de la empresa (34,29% de acuerdo, 18,57% totalmente de acuerdo). Finalmente, solo un 40% refieren que es fácil coordinar acciones dentro de la institución (27,14% de acuerdo y 12,86% totalmente de acuerdo).

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 1. Conclusiones

- Respecto a la hipótesis general, se ha demostrado que existe vínculo entre la cultura organizacional con el engagement de la empresa Ingecol sucursal de Perú, debido a que las dimensiones de la variable CO se relacionan significativamente, con las dimensiones de la variable engagement. Es importante mencionar que una visión y misión no muy clara, la falta de valores, la poca participación y la falta de actuar frente a cambios, influyen en el bajo nivel del vigor, dedicación y absorción que sienten los colaboradores dentro de la empresa.
- En cuanto a la primera hipótesis específica, se ha demostrado que la misión se vincula significativamente con el engagement, debido a que la empresa no tiene establecido adecuadamente las metas, la visión y las funciones de los trabajadores, los cuales disminuye el vigor, la dedicación y absorción de los colaboradores.
- De igual manera, en la segunda hipótesis específica, se ha demostrado que la adaptabilidad influye significativamente con el engagement, el estudio ha evidenciado que la poca participación de mejoras en el trabajo, la falta de respuesta a la competencia y la falta de un enfoque adecuado de los clientes, disminuyen el vigor, la dedicación y la absorción de los colaboradores.
- Asimismo, se demostró que, en la tercera hipótesis específica, la participación se vincula significativamente con el engagement de la empresa. El engagement se ve afectada porque para cumplir con los objetivos de la empresa, los colaboradores no trabajan en equipo, la institución no invierte en capacitación, la información

requerida por los trabajadores no está disponible y porque el trabajador no se involucra activamente con la empresa.

- Finalmente, queda demostrado que la consistencia se relaciona significativamente con el engagement de la empresa. El engagement se ve afectada porque la empresa no cuenta con códigos de ética, la empresa no sanciona la falta de valores fundamentales que incumplen los colaboradores, porque los empleados no se ponen de acuerdo fácilmente frente a situaciones difíciles y porque no existe coordinación entre las diferentes áreas de la institución.

## **2. Recomendaciones**

- Respecto a la hipótesis general, la empresa debe implementar un manual de procedimientos, donde se establezca la misión, visión, los objetivos, las metas, el código de ética, el manual de organización y funciones de la empresa, con la finalidad de fortalecer la CO de la empresa, en beneficio del engagement de los trabajadores y así conseguir mayor rentabilidad para la empresa.
- Para la primera hipótesis específica, se recomienda definir adecuadamente el objetivo y la función de la empresa dentro de la sociedad, quiere decir cuál es su misión, para lo cual se sugiere conformar un comité multidisciplinario para su elaboración.
- Para la segunda hipótesis específica, se debe realizar reuniones semestrales con la finalidad de analizar y mejorar la poca participación de los trabajadores frente a la competencia y el enfoque apropiado de los clientes. Es necesario capacitar a los trabajadores como actuar rápidamente frente a la competencia y de qué manera fidelizar a los clientes.

- Asimismo, para la tercera hipótesis específica se debe capacitar a los trabajadores sobre las grandes ventajas que significan trabajar en equipo, lo que va a permitir que el empleado se involucre activamente en el cumplimiento de los objetivos de la empresa, asimismo se recomienda que, la institución ponga a disposición de los trabajadores la información y el material necesario para el desarrollo de sus funciones. La mayor participación de los colaboradores debe ser valorada con reconocimientos laborales e incentivos económicos.
  
- Finalmente, queda demostrado que la consistencia se relaciona significativamente con el engagement de la empresa. El engagement se ve afectada porque la empresa no cuenta con códigos de ética, la empresa no sanciona la falta de valores fundamentales del trabajador, en la empresa no es fácil ponerse de acuerdo para solucionar situaciones difíciles y porque no existe coordinación entre las diferentes áreas de la institución.

## Referencias

- Bechtel. (2021). Global Engineering, Construction & Project Management. Retrieved from <https://www.bechtel.com/about/>
- Calero, F. (2018). La cultura organizacional y el desempeño del personal en las empresas procesadoras de atún, de la provincia de Manabí – Ecuador. Ecuador: UNMSM.
- Cevillano, M. (2021). Cultura organizacional y engagement en el personal administrativo del área de talento humano de una distribuidora farmacéutica de Quito. Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Chamorro, A., & Tato, J. (2015). Globalización y competitividad de las empresas. México: UAMUA.
- Chero, L., & Córdova, V. (2018). Cultura Organizacional y Engagement Laboral en los colaboradores de la Municipalidad Distrital de Independencia, 2018. Huaráz: UCV.
- Chiang, M., Fuentealba, I., & Nova, R. (2017). Relación Entre Clima Organizacional y Engagement, en Dos Fundaciones Sociales, Sin Fines de Lucro, de la Región del Bio Bio. Chile: Universidad del Bio Bio.
- Chiavenato, I. (2013). Administración de recursos humanos. México: McGraw-Hill.
- Córdova, N. (2015). Niveles de engagement en los colaboradores de una industria de detergentes ubicada en Escuintla. Escuintla: Universidad Rafael Landívar.
- CSCEC. (2021). China State Construction & Engineering Corporation. Retrieved from <https://english.cscec.com/>
- Cújar, A., Ramos, C., Hernández, H., & López, J. (2013). Cultura organizacional: evolución en la medición. Retrieved from [https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/1720/HTML](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1720/HTML)
- Denison, D. (1991). Corporate Culture and Organizational Effectiveness. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/274649299\\_Corporate\\_Culture\\_and\\_Organizational\\_Effectiveness](https://www.researchgate.net/publication/274649299_Corporate_Culture_and_Organizational_Effectiveness)
- Fernández, G. (2017). Cultura organizacional y engagement laboral en los docentes de la I. E. N° 125 Ricardo Palma, Huáscar San Juan de Lurigancho 2017. Lima: UCV.
- Gallup. (2021). Encuesta de Gallup sobre el compromiso de los empleados. Retrieved from <https://store.gallup.com/p/es-mx/13870/encuesta-q%3Csup%3E12%3C%2Fsup%3E-de-gallup-sobre-el-compromiso-de-los-empleados>

- García, S., Mendoza, Y., Villamizar, P., & Camilo, J. (2020). Relación entre la cultura organizacional, la satisfacción laboral y el engagement en el sector confecciones de Piedecuesta, Santander. Santander: Universitaria de Investigación y Desarrollo.
- Harrison, R. (1972). Understanding your organization's character. Retrieved from chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.uulead.org/docs/orgcharacter.pdf
- Hellriegel, D., & Slocum, J. (2009). Comportamiento rganizacional. México: Cengage Learnin.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.
- Kahn, W. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *The Academy of Management Journal*.
- Lehrer, J. (2011). Cómo decidimos y como tomar mejores decisiones. Barcelona: Paidós Barcelona.
- Luna, F., & Mío, R. (2017). Cultura organizacional y Engagement en colaboradores de una empresa agroindustrial de Lambayeque. Lambayeque: UCV.
- May, D., Gilson, R., & Hart, L. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/2004-15283-002>
- Mayo, E. (1972). Problemas humanos de una civilización industrial. Ediciones Buenos Aires.
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2020). Empresas de más de 100 trabajadores están obligadas a tener Reglamento Interno de Trabajo. Retrieved from <https://www.gob.pe/institucion/mtpe/noticias/739390-mtpe-empresas-de-mas-de-100-trabajadores-estan-obligadas-a-tener-reglamento-interno-de-trabajo>
- Morales, J. (2019). Cultura organizacional y engagement en los trabajadores de la PNP SALUDPOL, Pueblo Libre. Lima: UCV.
- People. (2020). Cultura organizacional, un sello de identidad que hace fuertes a las empresas. Retrieved from [https://people.accion.com/es/cultura-organizacional/la-cultura-organizacional-y-sus-tipologias/?\\_adin=02021864894](https://people.accion.com/es/cultura-organizacional/la-cultura-organizacional-y-sus-tipologias/?_adin=02021864894)
- Pettigrew, A. (1979). Cultura organizacional. Retrieved from <https://www.teseopress.com/rendimientolaboral/chapter/capitulo-iv-cultura-organizacional/>
- Reyna, L., & Campos, E. (2015). El impacto de la cultura organizacional en el desempeño laboral. México: RAITES.

- Rich, B., LePine, J., & Crawford, E. (2010). Job engagement: Antecedents and effects on job performance. Retrieved from <https://psycnet.apa.org/record/2010-14435-009>
- Schaufeli, W., Salanova, M., Gónzales, V., & Bakker, A. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1015630930326>
- Schein, E. (1988). La cultura empresarial y el liderazgo. Retrieved from chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/[https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15589/mod\\_resource/content/0/Schein%20La-Cultura-Empresarial-y-El-Liderazgo.pdf](https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15589/mod_resource/content/0/Schein%20La-Cultura-Empresarial-y-El-Liderazgo.pdf)
- Sordo, I. (2021). Cultura organizacional: tipos, elementos, y ejemplos. Retrieved from <https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional>
- SUNAFIL. (2021). Normas y documentos legales. Retrieved from <https://www.gob.pe/sunafil>
- Trompenaars, F., & Woolliams, P. (2003). Business Across Cultures. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/2753636/business-across-cultures-pdf>
- Vargas, A. (2018). Cultura organizacional y engagement en los colaboradores de la Juliaca: Universidad Peruana Unión.

## Apéndice

### Apéndice 1. Formato de la encuesta

1		2		3		4		5				
Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo, ni con desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo				
Nro.	Sub categoría	Indicadores	Items					1	2	3	4	5
1	Misión	Metas	1. ¿Considera usted que sus líderes proponen metas realistas, pero ambiciosas?									
			2. ¿Comprende lo que hay que hacer para lograr sus metas exitosamente?									
		Visión	3. ¿Comparte con sus compañeros una visión común de hacia donde se dirige la organización?									
4. ¿La visión de la empresa lo estimula y motiva?												
		Dirección estratégica	5. ¿Cuentan con una misión clara que le da sentido y dirección a su trabajo?									
2	Consistencia	Valores básicos	6. ¿Existe un grupo de valores consistentes que dirigen su actuar?									
			7. ¿Cuentan con un código de ética que usan como guía y les indica lo que deben y no hacer?									
			8. ¿Si no siguen los valores fundamentales, los pueden sancionar?									
		Acuerdos	9. ¿Es sencillo ponerse de acuerdo en la empresa, incluso frente a situaciones difíciles?									
		Coordinación e integración	10. ¿Es fácil coordinar acciones entre las diversas áreas de la organización?									
	11. ¿Considera que las metas están alineadas en todas las áreas?											
3	Participación	Orientación de equipo	12. ¿Considera usted que todas las áreas siempre trabajan en conjunto?									
			13. ¿Percibe que los objetivos se completan gracias al trabajo en conjunto y no porque los jefes se encuentran vigilando?									
		Desarrollo de destrezas	14. ¿La empresa invierte en capacitaciones para mejorar sus capacidades?									
		Empoderamiento	15. ¿La información de la empresa se encuentra disponible para todos cuando la necesiten?									
	16. ¿Considera usted que se involucra activamente en la empresa?											
4	Adaptabilidad	Creación de cambios	17. ¿Usted percibe que la forma de realizar las cosas es flexible?									
			18. ¿Participan continuamente para realizar mejoras el trabajo?									
			19. ¿Considera usted que tienen una buena respuesta a la competencia y a cambios en el entorno comercial?									
		Enfoque en el cliente	20. ¿Sus decisiones se ven influenciadas gracias a los clientes?									
21. ¿La empresa les alienta a tener contacto directo con los clientes?												
		Aprendizaje empresarial	22. ¿Percibe usted que el aprendizaje es un objetivo importante en sus labores a diario?									

5	Vigor	Nivel de energía	23. ¿Se siente lleno de energía en el trabajo?					
		Resistencia mental	24. ¿Puede trabajar durante largos periodos de tiempo frente a la computadora?					
		Persistencia en el trabajo	25. ¿Se considera fuerte y vigoroso en el trabajo?					
		Significado del trabajo	26. ¿Su trabajo tiene propósito y sentido?					
6	Dedicación	Entusiasmo	27. ¿Se encuentra entusiasmado con su trabajo?					
		Orgullo	28. ¿Se siente orgulloso de lo que hace en su trabajo?					
		Reto	29. ¿Considera que su trabajo es retador?					
		Inspiración	30. ¿Siente que su trabajo lo inspira?					
		Concentración	31. ¿Le es difícil "desconectarse" del trabajo?					
		Involucramiento	32. ¿Se involucra activamente en el trabajo?					
7	Absorción	Sensación de felicidad	33. ¿Se siente feliz cuando está en el trabajo?					
		Placer laboral	34. ¿Cuando se levanta por las mañanas tiene ganas de ir a trabajar?					
		Ensimismado con el trabajo	35. ¿Percibe que el tiempo "vuela" cuando está trabajando?					

## Apéndice 2. Validación de expertos

### OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_ sí \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable** [ x ]      **Aplicable después de corregir** [ ]  
**No aplicable** [ ]

01 de septiembre de 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: Romero Alarcón Naty Alejandrina

Especialidad del evaluador: Calidad y Productividad / Investigación

- 1. Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- 2. Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo.
- 3. Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.



Firma

Nombre y Apellidos del evaluador: Naty A. Romero Alarcón  
DNI: 41005435

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA**

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento está bastante viable, salvo pequeñas observaciones detalladas

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable [X]**      **Aplicable después de corregir []**  
**No aplicable []**

03 de septiembre de 2023

Apellidos y nombres del juez evaluador: Augusto Rafael Hidalgo Cárdenas

Especialidad del evaluador:

- 1. Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- 2. Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo.
- 3. Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.



Firma

Augusto Rafael Hidalgo Cárdenas  
DNI: 41433608

**OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA**

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Los ítems son suficientes para la medición de la categoría.

**Opinión de aplicabilidad:**      **Aplicable**       **Aplicable después de corregir**   
**No aplicable**

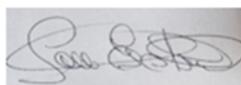
03 de septiembre de 2022

Apellidos y nombres del juez evaluador: Escalante Flores Jorge Luis

Especialidad del evaluador: Marketing

1. **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
2. **Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo.
3. **Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la categoría.



---

Firma  
Jorge Luis Escalante Flores  
DNI: 09390378

### Apéndice 3. Autorización de la empresa



#### **CARTA DE AUTPRIZACIÒN DE USO DE INFORMACIÒN DE EMPRESA PARA OBTENCIÒN DE GRADO DE TÍTULO PROFESIONAL**

Yo Wilfredo Miguel Bustamante Rodriguez, identificado con DNI 44477531, en mi calidad de Jefe de Recursos Humanos de la empresa Ingecol Sucursal de Perú S.A.C. identificado con RUC 20602267491 ubicada en el distrito de Miraflores – Lima – Perú.

OTORGO LA AUTORIZACIÒN,

A la señorita Elsa Andrea Carnero Ruiz identificada con DNI 75605758, la cual se encontró ejerciendo el puesto de Auditora Administrativa en la empresa en el periodo de noviembre 2022 hasta diciembre 2023, para que utilice la información de la empresa con la finalidad de que pueda desarrollar su trabajo de investigación para optar el grado de Título Profesional en Administración de Negocios Globales en la Universidad Ricardo Palma.

WILFREDO MIGUEL BUSTAMANTE RODRIGUEZ  
DNI: 44477531  
JEFE DE RECURSOS HUMANOS

## Apéndice 4. Documentos adicionales

### 4.1. Matriz de operacionalización de variables

Título: Cultura organizacional y engagement de la empresa Ingecol sucursal de Perú

Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Concepto	Indicadores	Preguntas del Cuestionario	Escala de Medición
V1: Cultura Organizacional	Denison (1996) la definición de cultura organizacional se basa en que funciona como la columna vertebral de una empresa en la cual se hallan las creencias y valores de cada trabajador el cual guía su accionar y facilita la labor en común.	Misión	Significa determinar una dirección para la organización y que esta sea a largo plazo, las organizaciones deben preguntarse lo siguiente: ¿Cuál es nuestro propósito final?	Metas Visión Dirección estratégica	1 2 3 4 5	<b>Escala de Likert</b> Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Indiferente (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
		Consistencia	Significa definir los valores, sistemas y procesos que conforman los cimientos de la cultura de la organización, las organizaciones deben preguntarse lo siguiente: ¿Nuestro sistema crea consistencia?	Valores básicos Acuerdos Coordinación e integración	6 7 8 9 10 11	
		Participación	Significa construir la capacidad humana y crear un sentido compartido de responsabilidad e identificación en toda la organización, las organizaciones deben preguntarse lo siguiente: ¿Nuestros trabajadores se encuentran alineados y comprometidos?	Orientación de equipo Desarrollo de destrezas Empoderamiento	12 13 14 15 16	

		Adaptabilidad	Significa traducir las necesidades del entorno externo en acción, las organizaciones deben preguntarse lo siguiente: ¿Estamos escuchando al mercado y a tus clientes?	Creación de cambios Enfoque en el cliente Aprendizaje empresarial	17 18 19 20 21 22	
V2: Engagement	Schaufeli, Salanova, González-Roma y Bakker (2002) concluyen al engagement como la relación entre la vida laboral y la salud mental, entendiendo que se tiene la última en óptimas condiciones, que se caracteriza por el vigor, la dedicación y la absorción.	Vigor	Se caracteriza por la alta energía física y mental que le ponen los trabajadores al momento de realizar sus funciones.	Nivel de energía Resistencia mental Persistencia en el trabajo Significado del trabajo	23 24 25 26	<b>Escala de Likert</b> Muy de acuerdo (5) De acuerdo (4) Indiferente (3) En desacuerdo (2) Muy en desacuerdo (1)
		Dedicación	Se caracteriza por el entusiasmo hacia el trabajo, el orgullo que demuestran al realizar sus funciones en la organización.	Entusiasmo Orgullo Reto Inspiración Concentración Involucramiento	27 28 29 30 31 32	
		Absorción	Se caracteriza por la concentración que tienen los trabajadores al realizar sus funciones dentro de la organización.	Sensación de felicidad Placer laboral Ensimismado con el trabajo	33 34 35	

### 4.3. Matriz de categorización

Código	Categoría	Código	Subcategoría	Código	Indicadores
C1	Cultura organizacional	C1.1	Misión	C1.1.1	Metas
				C1.1.2	Visión
				C1.1.3	Dirección estratégica
		C1.2	Consistencia	C1.2.1	Valores básicos
				C1.2.2	Acuerdos
				C1.2.3	Coordinación e integración
		C1.3	Participación	C1.3.1	Orientación de equipo
				C1.3.2	Desarrollo de destrezas
				C1.3.3	Empoderamiento
		C1.4	Adaptabilidad	C1.4.1	Creación de cambios
				C1.4.2	Enfoque en el cliente
				C1.4.3	Aprendizaje empresarial
		C2	Engagement	C2.1	Vigor
C2.1.2	Resistencia mental				
C2.1.3	Persistencia en el trabajo				
C2.1.4	Significado del trabajo				
C2.2	Dedicación			C2.2.1	Entusiasmo
				C2.2.2	Orgullo
				C2.2.3	Reto
				C2.2.4	Inspiración
				C2.2.5	Concentración
				C2.2.6	Involucramiento
C2.3	Absorción			C2.3.1	Sensación de felicidad
				C2.3.2	Placer laboral
				C2.3.3	Ensimismado con el trabajo

#### 4.4. Fiabilidad del instrumento

##### Escala: ALL VARIABLES

##### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	70	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	70	100,0

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

##### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,917	35



En la innovación de procesos no participa los trabajadores.	Generar espacios para el intercambio de ideas de manera interdisciplinaria.	Crear buzón digital para sugerencias de mejoras de procesos	Número de sugerencias mensuales.	Área de Recursos Humanos												
Falta de incentivos a los trabajadores.	Poner en práctica estrategias para motivar a los trabajadores.	Incentivo laboral económico por el desempeño de los trabajadores.	Nivel de ausentismo / Rotación de personal.	Gerencia de recursos Humanos / Gerencia General.												
		Crear programa de crecimiento laboral mediante evaluaciones de 360 grados con la finalidad de generar planes de carrera.														
		Evaluar la estructura salarial de acuerdo a las funciones establecidas.														
		Cumplir con las normas, respecto a permisos que el trabajador esta sujeto.														