



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL**

“RELACIÓN ENTRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL Y ENGAGEMENT EN LOS EJECUTIVOS DE UNA AGENCIA BANCARIA, TRUJILLO 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciado en Administración y Gestión Comercial**

**Autores:**

Luis Alberto Castillo Cordova

Victor Julio Castillo Cordova

**Asesor:**

Mg. Ena Cecilia Obando Peralta

<https://orcid.org/0000-0001-5734-6764>

Trujillo - Perú

## JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	<b>Luigi Cabos Villa</b>	<b>18086193</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>Dora Zegarra Escalante</b>	<b>17861911</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>César Romero Gonzales</b>	<b>42501580</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## REPORTE DE SIMILITUD

### Tesis

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>5</b> %
<b>2</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2</b> %
<b>3</b>	<b>Submitted to Universidad Continental</b> Trabajo del estudiante	<b>1</b> %
<b>4</b>	<b>repositorio.usil.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>Submitted to Universidad Privada del Norte</b> Trabajo del estudiante	<b>1</b> %
<b>6</b>	<b>repositorio.urp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %
<b>7</b>	<b>dspace.unitru.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %

## DEDICATORIA

A mi esposa que es la fortaleza de mi familia, mis hijos que son la razón de mi vida, a mis padres que son el ejemplo de amor que nace en mí, mis hermanos que juntos siempre fuimos más fuertes.

Luis Castillo

A mi esposa e hijos, que son el motor de todos mis días, por enseñarme el verdadero significado del amor por la familia y por darme siempre su fortaleza para alcanzar mis objetivos.

A mis amados padres y abuelos, que, con su cariño, confianza y ejemplo, me motivaron a ser mejor persona y profesional, sobre todo, por darme aliento para cumplir con este sueño que ahora es una realidad.

A mis hermanos, que son mis compañeros de vida, las personas que con cada experiencia que pasamos juntos, me ayudaron en cada paso para culminar esta etapa de mi vida.

Victor Castillo

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a mis padres por el esfuerzo que hicieron para el logro de cada paso en mi vida, mis abuelos que sin ellos nada hubiera sido posible, a Dios por el regalo de vida que me tocó vivir y a todas las personas que me apoyaron para este paso tan importante.

Luis Castillo

Con todo mi corazón a Dios, por su bendición y fuerza para culminar con éxito esta etapa de mi vida.

Mi familia, por estar presente en todo momento, por darme todo el apoyo para terminar mi carrera profesional y por su amor incondicional.

A cada uno de mis maestros, que, con sus enseñanzas y experiencias, fueron importantes en el desarrollo de mi formación profesional.

Victor Castillo

## TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	12
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	13
1.1. Realidad problemática	13
1.2. Formulación del problema	23
1.3. Objetivos	23
1.4. Hipótesis	24
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	26
CAPÍTULO III: RESULTADOS	31
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	38
REFERENCIAS	43
ANEXOS	51

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Confiabilidad de cultura organizacional.....	28
Tabla 2 Confiabilidad de engagement .....	29
Tabla 3 Pruebas de normalidad .....	31
Tabla 4 Criterios de la prueba paramétrica.....	32
Tabla 5 Correlación entre cultura organizacional y en engagement .....	33
Tabla 6 Correlación entre participación y en engagement .....	34
Tabla 7 Correlación entre coherencia y en engagement.....	35
Tabla 8 Correlación entre adaptabilidad y en engagement.....	36
Tabla 9 Correlación entre misión y en engagement .....	37
Tabla 10 ¿Considera que los colaboradores tienen actitud participativa en la agencia?.....	63
Tabla 11 ¿Considera que en la agencia se realizan estímulos para que los colaboradores tengan mayor actitud participativa?.....	64
Tabla 12 ¿Considera que las capacidades de los colaboradores influyen en su participación en la agencia?.....	65
Tabla 13 ¿Considera que las destrezas de los colaboradores son fundamentales para crear un ambiente participativo en la agencia?.....	66
Tabla 14 ¿Considera que los valores que poseen los miembros se rigen por lineamientos ya establecidos en la agencia?.....	67
Tabla 15 ¿Considera que los valores que transmite la agencia fomentan la conciencia colectiva de los colaboradores? .....	68
Tabla 16 ¿Considera que la agencia establece normas que controlan el comportamiento de los colaboradores? .....	69
Tabla 17 ¿Considera que la alta dirección práctica la ética como ejemplo para los demás colaboradores?.....	71

Tabla 18 ¿Considera que los cambios en la agencia son necesarios para fomentar un mejor ambiente laboral?.....	72
Tabla 19 ¿Considera que los colaboradores logran su total integración al realizarse cambios repentinos en la agencia?.....	73
Tabla 20 ¿Considera que las situaciones complejas en la agencia se perciben de forma adecuada en los colaboradores?.....	74
Tabla 21 ¿Considera que los colaboradores enfrentan con facilidad las situaciones de dificultad en la agencia? .....	75
Tabla 22 ¿Considera que se promueve en los colaboradores la consecución de las metas organizacionales?.....	76
Tabla 23 ¿Considera que la claridad de los objetivos hace que los esfuerzos de los colaboradores se orienten a su cumplimiento? .....	77
Tabla 24 ¿Considera que en la agencia se desarrollan estrategias para la consecución de las metas? .....	78
Tabla 25 Considero que en mi trabajo me siento fuerte y vigoroso .....	79
Tabla 26 Cuando me levanto por la mañana tengo fuerza de voluntad y tengo ganas de ir a trabajar .....	80
Tabla 27 Cuando estoy en mi trabajo siento que tengo mucha energía .....	81
Tabla 28 Siento que mi trabajo me entusiasma todos los días .....	82
Tabla 29 Siento inspiración en mi trabajo .....	83
Tabla 30 Siento que mi trabajo es importante .....	84
Tabla 31 Me siento feliz cuando la intensidad de mi trabajo aumenta.....	85
Tabla 32 Me concentro plenamente en mi trabajo .....	86
Tabla 33 No siento el paso del tiempo cuando estoy trabajando.....	87
Tabla 34 Participación.....	88
Tabla 35 Coherencia.....	89
Tabla 36 Adaptabilidad .....	89

Tabla 37 Misión.....	90
Tabla 38 Cultura organizacional .....	91
Tabla 39 Vigor.....	92
Tabla 40 Dedicación .....	93
Tabla 41 Absorción .....	94
Tabla 42 Engagement .....	95

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Considera que los colaboradores tienen actitud participativa en la agencia?.....	63
Figura 2 ¿Considera que en la agencia se realizan estímulos para que los colaboradores tengan mayor actitud participativa?.....	64
Figura 3 ¿Considera que las capacidades de los colaboradores influyen en su participación en la agencia?.....	66
Figura 4 ¿Considera que las destrezas de los colaboradores son fundamentales para crear un ambiente participativo en la agencia?.....	67
Figura 5 ¿Considera que los valores que poseen los miembros se rigen por lineamientos ya establecidos en la agencia?.....	68
Figura 6 ¿Considera que los valores que transmite la agencia fomentan la conciencia colectiva de los colaboradores? .....	69
Figura 7 ¿Considera que la agencia establece normas que controlan el comportamiento de los colaboradores? .....	70
Figura 8 ¿Considera que la alta dirección práctica la ética como ejemplo para los demás colaboradores?.....	71
Figura 9 ¿Considera que los cambios en la agencia son necesarios para fomentar un mejor ambiente laboral?.....	72
Figura 10 ¿Considera que los colaboradores logran su total integración al realizarse cambios repentinos en la agencia?.....	73
Figura 11 ¿Considera que las situaciones complejas en la agencia se perciben de forma adecuada en los colaboradores?.....	74
Figura 12 ¿Considera que los colaboradores enfrentan con facilidad las situaciones de dificultad en la agencia? .....	75
Figura 13 ¿Considera que se promueve en los colaboradores la consecución de las metas organizacionales?.....	76

Figura 14 ¿Considera que la claridad de los objetivos hace que los esfuerzos de los colaboradores se orienten a su cumplimiento? .....77

Figura 15 ¿Considera que en la agencia se desarrollan estrategias para la consecución de las metas? .....78

Figura 16 Considero que en mi trabajo me siento fuerte y vigoroso.....79

Figura 17 Cuando me levanto por la mañana tengo fuerza de voluntad y tengo ganas de ir a trabajar .....80

Figura 18 Cuando estoy en mi trabajo siento que tengo mucha energía .....81

Figura 19 Siento que mi trabajo me entusiasma todos los días .....82

Figura 20 Siento inspiración en mi trabajo.....83

Figura 21 Siento que mi trabajo es importante.....84

Figura 22 Me siento feliz cuando la intensidad de mi trabajo aumenta .....85

Figura 23 Me concentro plenamente en mi trabajo .....86

Figura 24 No siento el paso del tiempo cuando estoy trabajando .....87

Figura 25 Participación.....88

Figura 26 Coherencia.....89

Figura 27 Adaptabilidad .....90

Figura 28 Misión .....91

Figura 29 Cultura organizacional .....92

Figura 30 Vigor .....93

Figura 31 Dedicación.....94

Figura 32 Absorción .....95

Figura 33 Engagement.....96

## RESUMEN

El presente proyecto académico tuvo como propósito determinar la relación entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022. El marco metodológico fue cuantitativo, sin experimentación, de alcance correlacional y corte transversal; la herramienta de recopilación de datos fue la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario, siendo validados por un juicio de tres expertos docentes, donde se alcanzó una confiabilidad de Alfa de Cronbach de 0.934 y 0.847 respectivamente; la muestra lo constituyeron 24 trabajadores de la agencia bancaria. Los hallazgos evidenciaron que la cultura organizacional se encuentra en un nivel alto según la percepción del 70.8% de los encuestados; de igual manera, el engagement está en un nivel alto según el 66.7% de los participantes. Se concluyó que sí existe asociación positiva fuerte entre la variable cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de correlación de Pearson de 0.801 y una significancia igual a 0.000. Es decir, a mayor eficiencia de la cultura empresarial existirá mayor engagement en los colaboradores de la entidad bancaria.

**PALABRAS CLAVES:** Cultura organizacional, Engagement, Vigor, Dedicación.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Hoy en día, la cultura organizacional tiene un rol fundamental en las empresas, pues define los lineamientos de comportamiento de los miembros de una entidad; es así, que las organizaciones buscan mejorar continuamente la cultura organizacional, la cual permita la consecución eficiente de las metas y objetivos organizacionales.

A nivel mundial, en Indonesia las organizaciones bancarias enfrentan problemas de manejo de recursos humanos, afectando el compromiso laboral de los colaboradores, creando un marco laboral deficiente (Paramita et al., 2020). En Malasia, el Banco Internacional de Yemen ha atravesado un deficiente desempeño organizacional, ocasionando la rotura de la cultura interna de la empresa, por lo que los directivos han denotado su falta de compromiso en mantener un ambiente armónico en la entidad (Al-Wareth et al., 2021). En Dubai, las entidades comerciales experimentan situaciones de gestión internas fallidas, por el complejo manejo de la cultura organizacional y deficiente compromiso por parte de los líderes en establecer lineamientos que garanticen el buen comportamiento de los miembros (Lasrado y kassem, 2020).

En China, los ejecutivos de las empresas comerciales y bancarias no enfocan sus esfuerzos en mejorar la deficiente cultura organizacional, lo cual ha sido producto de falta de valores éticos en los subordinados (Shao, 2019). Por otro lado, en las empresas de Chile, la gestión de la organizaciones restan importancia a la cultura organizacional y la efectividad que puede establecer en las empresas (Claro, 2021). Así mismo, en Colombia las empresas presentan deficiencias en el compromiso y vigor de los colaboradores, a causa de la fluctuante cultura organizacional que se percibe en las entidades (Viveros y Fierro, 2020).

En el ámbito nacional, en Lima las organizaciones presentan deficiencias en la cultura organizacional causado por la falta de valores éticos en los colaboradores (León et al., 2019). En tanto, las empresas prestadoras de servicios en Lambayeque, atraviesan falencias en cultura organizacional, lo cual ha sido producto de la falta de normas y valores que direccionen los comportamientos de los colaboradores (Alarcón y Cubas, 2019).

Por otro lado, las empresas comerciales de seguros en Lima, durante la pandemia atravesaron por una crisis organizacional, que al día de hoy sigue causando estragos pues existen deficiencias en cuanto a la cultura organizacional, producto de la falta de políticas o lineamientos que controlan los comportamientos individuales (Solari y Salas, 2023). Un caso preciso es la empresa Ingelectros de Lima, la cual ha presentado inestabilidad laboral, falta de valores en los colaboradores y falta de adaptabilidad a los cambios, ello ha ocasionado que la cultura interna de la empresa sea deficiente (Solis et al., 2022).

En el contexto local, en la institución bancaria de estudio ubicada en la ciudad de Trujillo se ha evidenciado que no tienen establecidos los lineamientos de los perfiles de la dirección, hay falta de claridad en la promoción de los valores, la misión, estrategias y visión de la entidad, habiendo poca inducción para su práctica y cumplimiento con ética profesional; asimismo, no se definen con precisión las metas organizacionales que la entidad aspira a alcanzar esto a causa de una deficiente comunicación entre las jerarquías organizacionales, además de no involucrarse a los empleados a participar en las decisiones a tomar, no se dan pautas a los asesores para adecuarse a los cambios y responder ante eventos complejos. Ello conllevó a que la cultura organizacional de la entidad bancaria sea deficiente, generando que la entidad se estanque y no oriente sus esfuerzos a la consecución de los objetivos planteados, donde los trabajadores no tienen ese sentido de pertenencia que les estimule hacia un mayor compromiso por su trabajo y la organización. Todo esto de

continuar así en la agencia bancaria generará la pérdida de personal talentoso, altos índices de rotación y falta de competitividad, por lo que es importante atender estos dos aspectos a fin de contribuir a su desarrollo y sostenibilidad en el mercado.

Con respecto a los **antecedentes**, se tiene como internacionales: Hasan et al. (2020) que tuvieron como propósito examinar el efecto de la cultura organizacional en el engagement y desempeño de los empleados. La metodología fue cuantitativa, descriptiva, la muestra fue compuesta por 251 colaboradores, a los cuales se brindó la encuesta. Los hallazgos evidenciaron que la asociación entre cultura y el engagement es de 0.091 con una significancia de 0.037. Concluyeron que las constantes si tienen efecto positivo y significativo, evidenciando que al tener una eficiente cultura laboral incrementa el compromiso por parte de los elementos organizacionales.

Tomé (2019) estableció como finalidad analizar la influencia entre cultura organizacional y comunicación interna en el compromiso del personal del Banco de Portugal. El método fue de enfoque mixto, descriptivo, correlacional, la muestra se constituyó por 212 trabajadores, para la obtención de pesquisas se aplicó la encuesta. Los hallazgos evidenciaron que la autonomía está en un nivel adecuado según el 45% de los encuestados, para el 68% la comunicación con los superiores es positiva y el compromiso organizacional es bueno según la apreciación del 52% de los participantes. Concluyó que las constantes cultura organizacional y comunicación influyen positivamente en el compromiso de los colaboradores de la entidad, con una significancia de 0.000 y un grado de asociación de 0.605 de Pearson.

Sapta et al. (2021) se plantearon examinar cómo la cultura organizacional y satisfacción influyen en la productividad de los trabajadores en los bancos rurales de Bali,

Indonesia. El método fue de enfoque cuantitativo, correlacional, cuya muestra fue compuesta por 110 trabajadores, a los cuales se brindó la encuesta. Los hallazgos indicaron que no existe asociación entre cultura y desempeño de los trabajadores de la agencia, con una significancia de 0.535; sin embargo, la asociación entre satisfacción y desempeño es de un grado de 0.282 con una significancia de 0.000. Concluyeron que la cultura organizacional no tiene efecto en la productividad de los colaboradores, en cambio la satisfacción si afecta positivamente la constante.

Tauetsile (2019) tuvo como finalidad comparar y examinar dos medidas competitivas de compromiso de los empleados en diversas empresas de Botsuana, Australia. La metódica fue cuantitativa, descriptiva, correlacional, la muestra fue formada por 157 miembros, a los cuales se destinó la encuesta. Los hallazgos indicaron que el 43% de los participantes se encuentran entusiasmados con su trabajo y el 50% de los elementos se consideran entusiastas en su área de trabajo. Concluyó que el compromiso laboral se asocia con el desempeño de los colaboradores, demostrando que el trabajo en equipo dentro de las empresas es fundamental.

Opoku et al. (2022) estableció como objetivo analizar las secuelas sociales de la cultura organizacional y su influencia en el desempeño de los miembros en el banco GCB, en Ghana. El enfoque de estudio fue cuantitativo, explicativo, de corte transversal, la muestra estuvo formada por 339 miembros, a los cuales se aplicó la encuesta. Los hallazgos evidenciaron que la asociación entre las variables es de 0.316 y una significancia menor a 0.05. Concluyeron que si existe influencia positiva entre los constructos, lo cual evidencia que al proporcionar un entorno de unificación agradable para los colaboradores se garantiza mayor rendimiento y satisfacción laboral en las entidades.

A nivel nacional, Jimenez y Rosas (2021) tuvieron como propósito analizar la asociación entre la cultura organizacional y el engagement en agencias bancarias de Lima, 2021. El método fue de carácter cuantitativo, correlacional, no experimental, de corte transversal, la muestra lo conformaron 150 gerentes, a los cuales se aplicó la encuesta. Los hallazgos evidenciaron que el nivel de la cultura organizacional y el engagement laboral es alto según la percepción del 87% de los participantes. Concluyeron que si existe asociación positiva y significativa entre los constructos, con una significancia de 0.000 y un valor de 0.523 de Rho de Spearman.

Cabrera (2020) estableció como objetivo determinar la influencia de la gestión del talento humano y la competencia digital en el engagement en el Banco de la Nación. La metodología fue cuantitativa, correlacional, no experimental, de corte transversal, la muestra se constituyó por 90 colaboradores, a los cuales se aplicó la encuesta. Los resultados indicaron que el engagement en la empresa es aceptable según el 51.11% de los participantes, el 29% opinaron que está en un nivel alto y el 20% consideraron que está en un nivel bajo. Concluyó que la gestión del talento humano y la competencia digital influyen en el engagement de los trabajadores de la entidad.

Villacorta y Agüero (2021) plantearon como finalidad establecer la relación entre el Engagement y el desempeño de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú en Cusco. La metódica fue de carácter cuantitativo, correlacional, no experimental, la muestra estuvo constituida por 54 miembros, a los cuales se orientó la encuesta. Los resultados evidenciaron que tanto nivel de engagement y el desempeño de los colaboradores es bajo según el 88.3% de los participantes. Concluyeron que no existe asociación entre las variables, con una significancia de 0.010, mayor al 0.05.

Cabrera (2023) planteó como propósito establecer la asociación entre cultura organizacional y engagement en colaboradores de una compañía en La Libertad, 2022. La metódica fue de enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental, la muestra fue agrupada por 222 trabajadores, teniendo a la encuesta como herramienta para la recopilación de información. Los hallazgos indicaron que el 55% de los participantes manifestaron que la cultura organizacional se encuentra en un nivel alto y el 46.8% de los encuestados perciben que el engagement está en un nivel regular. Concluyó que existe asociación positiva y significativa entre los constructos, con un valor de 0.755 de Rho de Spearman.

Pérez (2021) tuvo como finalidad establecer la relación de la resiliencia organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia del Banco de Crédito del Perú, Tarapoto – 2022. La metódica fue de carácter cuantitativo, correlacional, no experimental, de corte transversal, la muestra se conformó por 55 colaboradores, como herramienta de recopilación de información fue el cuestionario. Los hallazgos indicaron que el nivel de resiliencia de los trabajadores y engagement es bajo según la percepción del 65% y 54% de los encuestados. Concluyó que sí existe asociación positiva fuerte entre las variables, con un valor de 0.681 de Rho de Spearman.

Por otra parte, la conceptualización de la constante **cultura organizacional**, según Luna y Arias (2022) es un sistema de lineamientos compartidos que diferencian a una organización de otra, esta se desarrolla a través de un conjunto de patrones de acciones y comportamientos, creencias y valores que se revelan a través de rituales, mitos, símbolos y guiones corporativos procedentes de patrones individuales de los líderes de las organizaciones. De manera similar, Del Castillo et al. (2022) sostienen que es la manera en la que los miembros de una entidad son socializados en función a la forma de pensar y de

cómo comportarse dentro de una entidad mediante formas, categorías y términos interpretados por un determinado grupo.

La importancia de la cultura organizacional de acuerdo con Mendez (2019) consiste en que establece la dirección de comportamientos en la interacción de los miembros, construyendo lineamientos que regulan el patrón de acciones de las personas; además, propicia la identidad de los individuos en una organización compartiendo las directrices que reflejan el compromiso, responsabilidades, valores, ética y normas sobre las que actúan; de esta manera, construye un factor de diferenciación frente a otras organizaciones, proyectando normas de acción en la estructura de procesos y manuales de funciones.

Entre sus dimensiones, se tiene a **la participación**, del cual Mena (2019) sostiene que cada proceso presente en una organización demanda de un ambiente participativo de los individuos, para que por medio de la unión y participación se propicien el cumplimiento de las metas organizacionales; es así, que se constituye como un deber y un derecho de los colaboradores de participar libremente y realizar propuestas que conlleven a la obtención de los objetivos. De esta manera, los indicadores de medición son: las actitudes, estas son propias de los individuos, las cuales se manifiestan a través de un conjunto de conexiones de normas y valores (Alshammari, 2020); seguido de las capacidades, estas son las encargadas de fomentar la agilidad en la organización (Harsch y Festing, 2019); y las destrezas que son adquiridas durante el proceso de formación de las personas (Negrete, 2019).

Referente a la dimensión **coherencia**, Mendez (2019) señala que los planes, valores y proyectos que se desean lograr en una organización deben estar conectados con los miembros del equipo; de modo que, al ser memorizados y analizados, se constituyen como

parte de la conciencia colectiva, orientando a la búsqueda de personas con valores sobre las cuales se representan, estableciendo comportamientos formales regidos por lineamientos coordinados. Es así, que los indicadores propios de la dimensión son: los valores, los cuales sirven como restricciones que regulan el patrón de comportamientos de los miembros; de tal forma, que las normas son los instrumentos que alinean los patrones de comportamientos, basadas en reglas (Zheng et al., 2019) y la ética, se desarrolla a través de los valores compartidos por los miembros (Solarte y Solarte, 2020).

En función a la dimensión **adaptabilidad**, Reyes (2021) sostiene que es un patrón de supuestos que desarrollan los miembros de las organizaciones en el trayecto de adaptarse a la solución de problemas de adaptación e integración externa, con el propósito de adecuarse a los cambios, mejorando la forma de percibir, sentir y pensar respecto a situaciones complejas que se puedan presentar en el proceso. Los indicadores propios de la dimensión son: los cambios, son transformaciones armoniosas que se generan para mejorar algún proceso o situación; de esta manera, la integración, ayuda a que los miembros se adapten con facilidad a los cambios (Rincón y Aldana, 2021); por otro lado, las situaciones de dificultad son problemas que normalmente son complejos de percibir y realizar en las empresas (Riquelme et al., 2020).

Con respecto a la dimensión **misión**, Solari y Salas (2023) indican que la claridad de metas y objetivos organizacionales fomenta que los miembros de la empresa se alineen con estos, de manera que orienten sus esfuerzos a la consecución y cumplimiento de las metas establecidas, ello conduce a desarrollar una estrategia competitiva frente otras empresas, mejorando la apreciación de la cultura organizacional dentro y fuera de la organización. De esta manera, los indicadores propios de la dimensión son: las metas, se establecen en las empresas, determinando actividades para su cumplimiento; ante ello, la claridad de los

objetivos en las organizaciones se asumen desde la interacción social y la comunicación (Mendez, 2019); por otro lado, las estrategias son la herramientas que emplean las empresas para alcanzar los objetivos (Guerrero, 2020).

En relación a la variable **engagement**, es definida como un conjunto de experiencias de los colaboradores en una determinada organización, en la que la empresa brinda al trabajador un entorno y condiciones para lograr el éxito mediante un buen liderazgo, y el colaborador proporciona a la entidad un buen desempeño y motivación, conduciendo al logro de las metas organizacionales (Randall y Lartey, 2022). De igual forma, Acuña et al. (2021) lo definen como el compromiso de los individuos, presentado por el estado emocional positivo, de vigor, absorción y dedicación; es decir, está relacionado a la forma en cómo los miembros están fidelizados con la empresa realizando sus funciones con responsabilidad y esmero.

Entre sus dimensiones se tiene a **vigor**, según Calderón et al. (2022) es definida como la energía, persistencia, voluntad y resiliencia de los miembros de las organizaciones frente a situaciones complejas. De igual manera, según Agurto et al., (2020) refleja los altos niveles de vitalidad, preocupación y gran deseo por esmerarse en la realización de sus labores, orientando la energía en superar las adversidades. De esta manera, los indicadores de evaluación son: la fuerza, la cual se presenta en elevados índices de esfuerzo de los miembros (Calderón et al., 2022); por consiguiente, la voluntad es la disposición de los colaboradores para realizar las tareas con un esfuerzo adicional y así cumplir las obligaciones; seguido de la energía, esta se asocia al estado cognitivo, derivado de experiencias placenteras en las personas (Vásquez et al., 2021).

Respecto a la dimensión **dedicación** según Romero y Palacini (2020) consiste en la forma en cómo un colaborador está fuertemente involucrado con las labores delegadas, experimentando sensaciones de entusiasmo, inspiración, orgullo y significado. Así mismo, Agurto et al., (2020) añaden que está vinculada al entusiasmo, inspiración de cada uno de los miembros y la forma de afrontar las dificultades que se desarrollan durante la ejecución de las labores. De tal manera, los indicadores de medición son; el entusiasmo, el cual se define como el estado mental positivo asociado al trabajo; así mismo, la inspiración que denota de las responsabilidades y la importancia del trabajo es el significado de realizar las tareas en cada uno de los miembros (Brito et al.,2022).

Como tercera dimensión se tiene a la **absorción**, según Romero y Palacini (2020) se caracteriza por la plena concentración y felicidad de los individuos al estar inmersos en el desarrollo de las tareas, de modo que no tiene en cuenta el paso del tiempo, expresando su desagrado por dejar de realizar sus labores. De esta forma, Gómez (2019) sostiene que son los altos grados de implicancia en el trabajo que manifiestan los colaboradores, así como las vivencias de orgullo, entusiasmo e inspiración por la realización de sus deberes. Ante ello, los indicadores de medición son: la intensidad del trabajo, es la participación intensiva de los individuos en las actividades de las empresas (Ballesteros, 2019); seguido de la concentración, esta se caracteriza por el nivel de afiliación de los miembros en la ejecución de sus labores, y el tiempo es el periodo o ciclo que tomó lograr el cumplimiento de las responsabilidades (Palacios et al., 2022).

## **1.2. Formulación del problema**

### **Pregunta general**

¿Cuál es la relación entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo?

### **Preguntas específicas**

¿Cuál es la relación entre participación y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022?

¿Cuál es la relación entre coherencia y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022?

¿Cuál es la relación entre adaptabilidad y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022?

¿Cuál es la relación entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022?

## **1.3. Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar la relación entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022

### **Objetivos específicos**

Determinar la relación entre participación y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

Determinar la relación entre coherencia y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

Determinar la relación entre adaptabilidad y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

Determinar la relación entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

#### **1.4. Hipótesis**

##### **Hipótesis general**

Existe relación significativa entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

##### **Hipótesis específicas**

Existe relación significativa entre participación y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

Existe relación significativa entre coherencia y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

Existe relación significativa entre adaptabilidad y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

Existe relación significativa entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

Ante ello, la justificación teórica de la investigación es que fundamentan las constantes cultura organizacional y engagement mediante conceptos que aportan al enriquecimiento de la materia, ampliando los conocimientos teóricos. Referente a la justificación práctica es que el producto académico contribuye a la indagación científica de los estudiantes universitarios, por lo cual se constituye como una herramienta de trascendencia social; asimismo, es de trascendencia para la agencia bancaria en estudio quienes podrán considerar las derivaciones del estudio para identificar puntos de mejora a fin de contribuir en su gestión y crecimiento. En función a la justificación metodológica del proyecto, consiste en el carácter metódico del estudio, el cual fue de carácter cuantitativo, correlacional, sin experimentación, transversal, además de aplicar técnicas y herramientas confiables y válidas que pueden ser replicadas en próximas indagaciones.

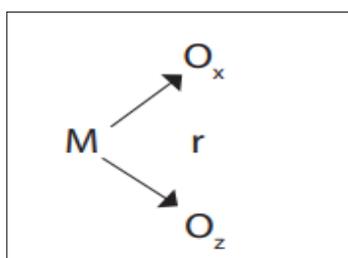
## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

El presente proyecto de estudio fue de **tipología** aplicada, la cual buscó la solución de la problemática que se identificó inicialmente; de tal manera, que se estableció la asociación de la variable cultura organizacional y engagement. Al respecto, Ñaupas et al. (2018) sostiene que es aquella que se apoya en los resultados de la tipología básica, enfocándose en la búsqueda de disoluciones a los problemas naturales o sociales

El **enfoque** fue cuantitativo, dado que los datos que proporcionaron los instrumentos fueron cuantificados con el propósito de analizar e interpretar, teniendo en cuenta cada una de las variables y dimensiones establecidas. Por su parte, Muñoz (2018) afirma que se da cuando se prioriza los datos o información numérica de un estudio, empleando la estadística para fundamentar el fenómeno de investigación, buscando la comprobación de las hipótesis planteadas.

Referente al **nivel** de la investigación, se consideró correlacional, dado que buscó conocer y analizar la asociación de los constructos cultura organizacional y engagement, en una entidad bancaria de Trujillo. De tal manera, Ñaupas et al. (2018) sostienen que este alcance busca establecer el grado de intensidad en la cual una o más variables se encuentran asociadas entre sí, a través de la estadística.

Donde:



**M:** son los empleados de la entidad bancaria

**O<sub>x</sub>:** observación de la variable X

**r:** coeficiente de asociación entre los constructos

**O<sub>z</sub>:** observación de la constante Z

Asimismo, el **diseño** del presente estudio no tuvo carácter experimental, por lo que se realizó sin manipular premeditadamente las constantes, pues no se alteró de forma intencional el desarrollo de los fenómenos; se basó en la observación del contexto natural de los sucesos, para posteriormente analizarlos (Hernández y Mendoza, 2018). Así mismo, se consideró transversal, pues se recopiló la información en un momento determinado y solo una vez, cuya característica es que se realizan en una sola instancia, por ello no es preciso realizar seguimiento (Ñaupas et al. 2018).

La **población**, según Hernández y Mendoza (2018) es la agrupación de la cantidad total de los elementos que poseen particularidades o cualidades homogéneas respecto a las variables de estudio. Ante ello el universo que conforman el presente proyecto de investigación, fueron (24) colaboradores de una entidad bancaria en Trujillo

Por consiguiente, la **muestra**, que es el subgrupo que se sustrae del total del universo, por lo que se considera una representación del total y sirve para recopilar la información de las materias objeto de investigación (Muñoz, 2018); en el proyecto lo conformaron el total de la población, es decir, los 24 colaboradores de una entidad bancaria en Trujillo.

Así mismo, se empleó el **muestreo** censal, el cual comprende la recolección de información de la cantidad total de los sujetos de la población o universo y no existen criterios de exclusión (Sánchez et al., 2018). En tal sentido, la cantidad de sujetos de estudio lo conformaron (24) colaboradores de la entidad bancaria en Trujillo.

Respecto a la **técnica** de obtención de información se consideró la encuesta, el cual es un conjunto de cuestiones o reactivos cuya finalidad es obtener la información precisa sobre las materias de investigación (Sánchez et al., 2018). Por otro lado, se empleó como instrumento el cuestionario, el cual consiste en un grupo de premisas relacionadas a las

constantes, dimensiones e indicadores establecidos en la matriz de operacionalización. (Hernández y Mendoza, 2018). Es así, como el cuestionario de cultura organizacional se compone de 15 ítems y el de la constante engagement 9 ítems, los cuales estuvieron dirigidos a 24 colaboradores de la entidad bancaria.

Así mismo, la **validez** de los instrumentos se obtiene a través de las apreciaciones de especialistas, para tener certeza de la exactitud, autenticidad y eficacia del contenido de medición, determinando que los instrumentos sean coherentes y representativos en referencia a las variables de medición (Ñaupas et al. 2018). En tal sentido, los instrumentos fueron evaluados y aceptados por un juicio de expertos, los cuales determinaron la precisión y coherencia de las preguntas elaboradas.

Referente a la **confiabilidad** de los instrumentos Ñaupas et al. (2018) sostienen que un instrumento es fidedigno cuando las mediciones obtenidas no muestran una alteración significativa, ni en el periodo, ni por la adaptación de diversos sujetos que tienen una misma categoría de formación. Es así, que se obtuvo la confiabilidad de los instrumentos de cultura organizacional y engagement, detallándose en las siguientes tabulaciones:

**Tabla 1**

*Confiabilidad de cultura organizacional*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,934	15

El instrumento de la investigación fue fiable según el alfa de Cronbach, ya que se ha obtenido 0.934, siendo un porcentaje mayor a 0.700, por lo que se infiere que el cuestionario tiene la confianza suficiente para la recopilación de datos respecto a la cultura organizacional en una agencia bancaria de Trujillo

**Tabla 2***Confiabilidad de engagement*

---

Alfa de Cronbach	N de elementos
,847	9

---

El instrumento de engagement es fiable según el alfa de Cronbach, ya que se ha obtenido un 0.934, siendo un porcentaje mayor a 0.700, por lo que se infiere que el cuestionario es confiable para la recopilación de datos en una agencia bancaria de Trujillo

En tal sentido, el **procedimiento** que siguió el investigador para la recopilación de datos, inició planificando una reunión con los representantes de la entidad bancaria, para solicitar el permiso correspondiente, de esta manera se detalló las intenciones que se tienen al realizar la investigación y se precisó la información que se requiere; así mismo, se gestionó el permiso necesario para acceder a realización de la encuesta, con el fin de contar con los datos más significativos para el desarrollo del proyecto y así dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteadas inicialmente.

Referente al **análisis de datos**, la pesquisa recopilada a través de la encuesta fue organizada mediante Microsoft Excel; seguido a ello, fue analizado en el programa estadístico software IBM SPSS v.26, donde se obtuvo la prueba de fiabilidad de los instrumentos a través del Alfa de Cronbach, las tablas descriptivas de cada una de las constantes y dimensiones planteadas, tablas de normalidad y tablas inferenciales sobre la comprobación de las hipótesis establecidas inicialmente.

Los **aspectos éticos** que los investigadores consideraron durante la ejecución del proyecto de investigación fue proteger y salvaguardar la privacidad de cada uno de los elementos, u otro tipo de información utilizada para el desarrollo del estudio; así mismo, se consideró la honestidad y transparencia en cada uno de los procesos de la investigación. También se respetó las participaciones voluntarias de los sujetos de evaluación al momento de aplicar los cuestionarios. Así mismo, se garantizó el uso de información de literatura parafraseada y citada mediante el uso de las normas APA. Por último, se respetó las normas y lineamientos de estructura del proyecto establecidas por la universidad.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS

### Resultados inferenciales

#### A. Pruebas de normalidad

**Tabla 3**

*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
CULTURA ORGANIZACIONAL	,111	24	,200	,971	24	,686
ENGAGEMENT	,179	24	,045	,922	24	,064

El reglamento para decidir cuál de las dos pruebas de normalidad utilizar, se toma en cuenta el número de la muestra de estudio; de este modo, cuando el grupo es inferior a 30 participantes se elige a la prueba de Shapiro-Wilk, de ser superior a los 30 sujetos deber aplicar la prueba de Kolmogórov-Smirnov; por lo tanto, al proyecto se aplica Shapiro-Wilk, ya que el número de la muestra está conformada por 24 elementos.

De esta forma, obtiene los valores que denota la prueba estadística correlativa, la cual se debe seguir para estimar la asociación entre los constructos, centrándose en la significancia de la prueba realizada por cada variable, siendo representada por “p” y su base o límite es el valor de 0.05, detallándose de la siguiente forma:

- p es menor al 0.05 = Spearman
- p es mayor al 0.05 = Pearson

Por lo tanto, Shapiro-Wilk generó una significancia (p) para las constantes cultura organizacional y engagement un valor de 0.686 y 0.064 respectivamente, superando al 0.05, por ello, se aplica la prueba estadística de asociación de Pearson, el mismo que puede alcanzar los siguientes valores:

**Tabla 4**

*Criterios de la prueba paramétrica*

<b>Valor</b>	<b>Criterio</b>
R = 1.00	Relación perfecta positiva
$0.90 \leq r < 1.00$	Relación muy alta
$0.70 \leq r < 0.90$	Relación alta
$0.40 \leq r < 0.70$	Relación moderada
$0.20 \leq r < 0.40$	Relación muy baja
r = 0.00	Relación nula
r = -1.00	Correlación negativa perfecta

## B. Prueba de hipótesis general

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**Tabla 5**

*Correlación entre cultura organizacional y en engagement*

		Cultura organizacional	Engagement
Cultura organizacional	Correlación de Pearson	1	,801
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
Engagement	Correlación de Pearson	,801	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

En la Tabla 5 se visualiza que el grado de significancia es 0.000, menor a 0.05; por lo cual, existe evidencia científica para desestimar la hipótesis nula y de esta forma asumir la hipótesis alterna, afirmando que la cultura organizacional está relacionada significativamente con el engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de correlación de Pearson de 0.801, lo cual infiere que existe una relación positiva alta entre las variables.

### C. Análisis del objetivo específico 1

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre participación y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre participación y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**Tabla 6**

*Correlación entre participación y en engagement*

		Participación	ENGAGEMENT
Participación	Correlación de Pearson	1	,877
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
ENGAGEMENT	Correlación de Pearson	,877	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

En la Tabla 6 se muestra que el valor de significancia es 0.000, siendo inferior a 0.05, lo cual demuestra que existe prueba científica para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula; de esta forma, se afirma que la participación se relaciona significativamente con el engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de correlación de Pearson de 0.877.

## D. Análisis del objetivo específico 2

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre coherencia y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre coherencia y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**Tabla 7**

*Correlación entre coherencia y en engagement*

		Coherencia	ENGAGEMENT
Coherencia	Correlación de Pearson	1	,414
	Sig. (bilateral)		,044
	N	24	24
ENGAGEMENT	Correlación de Pearson	,414	1
	Sig. (bilateral)	,044	
	N	24	24

En la Tabla 7 se contempla que el grado de significancia es de 0.044, siendo inferior a 0.05, por lo cual existe prueba científica para desestimar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; de este modo, se asegura que existe asociación significativa entre coherencia y el engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de correlación de Pearson de 0.414.

### E. Análisis del objetivo específico 3

**Ho:** No existe relación significativa entre adaptabilidad y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**H1:** Existe relación significativa entre adaptabilidad y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**Tabla 8**

*Correlación entre adaptabilidad y en engagement*

		Adaptabilidad	ENGAGEMENT
Adaptabilidad	Correlación de Pearson	1	,742
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
ENGAGEMENT	Correlación de Pearson	,742	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

En la Tabla 8 se aprecia que el grado de significancia es 0.000, siendo inferior a 0.05; de esta manera, existe evidencia probatoria para aceptar la hipótesis alterna y desestimar la hipótesis nula, afirmando que la adaptabilidad se asocia positivamente con el engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de correlación de Pearson de 0.742.

#### F. Análisis del objetivo específico 4

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.

**Tabla 9**

*Correlación entre misión y en engagement*

		Misión	ENGAGEMENT
Misión	Correlación de Pearson	1	,827
	Sig. (bilateral)		,000
	N	24	24
ENGAGEMENT	Correlación de Pearson	,827	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	24	24

En la Tabla 9 se visualiza que el grado de significancia es de 0.000, siendo inferior a 0.05; por lo cual, existe prueba científica para desestimar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; afirmándose que existe asociación entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un coeficiente de Pearson de 0.827.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### Discusión

Durante el desarrollo del proyecto se encontraron algunas restricciones, la principal limitación fue no tener contacto directo con los colaboradores de la organización, ello impidió que se conozca más a fondo las percepciones de los participantes. Así mismo, durante la búsqueda de estudios previos se evidenció la escasez de investigaciones orientadas a la entidad objeto de investigación. Por consiguiente, otra limitante fue la obtención de los accesos a los repositorios de las universidades, dado que, muchas de las investigaciones se encontraban restringidas o embargadas, encontrando estudios de una sola variable, las cuales se aplicaron por contar con información precisa sobre las constantes.

De esta manera se inicia la discusión en función al objetivo principal, determinar la relación entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una entidad bancaria, Trujillo 2022. Se demostró que el nivel de correlación entre las constantes es de 0.801 y una significancia de 0.000; así mismo, el 70.8% y 66.7% de los participantes indicaron que el nivel de cultura organizacional y engagement es alto. De esta manera, existe similitud con, Jimenez y Rosas (2021), pues indicaron que, existe asociación positiva moderada entre los constructos, con un coeficiente de 0.523 y una significancia de 0.000; por otro lado, el nivel de la cultura organizacional y el engagement laboral es alto según la percepción del 87% de los participantes. De igual forma, Cabrera (2023) sostuvo que, existe relación positiva entre los constructos con un valor de 0.755 y una significancia inferior a 0.05. Sin embargo, Sapta et al. (2021) manifestaron que no existe relación entre las constantes, con una significancia mayor a 0.05.

Referente al objetivo específico 1, determinar la relación entre participación y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.877 y una significancia de 0.000; así mismo, el 50% de los encuestados estuvieron de acuerdo con sentirse entusiasmado por su trabajo; de manera similar, Tomé (2019) indicó que, el compromiso organizacional es bueno según la apreciación del 52% de los participantes. Así mismo, Mena (2019) indica que esta dimensión propicia el cumplimiento de las metas organizacionales; es así, que se constituye como un deber y un derecho de los colaboradores para participar libremente. Ante ello, el nivel de participación en la agencia bancaria es alto según el 75% de los participantes; de igual manera, Cabrera (2023) obtuvo que la dimensión involucramiento está en un nivel alto según la percepción del 50.5% de los participantes.

En función al objetivo específico 2, determinar la relación entre coherencia y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, se evidencia que el índice de correlación es 0.414, con una significancia de 0.044; por otro lado, el 33.3% de los encuestados estuvieron de acuerdo con que los valores que transmite la agencia fomentan la conciencia colectiva en los colaboradores; mientras que, Tomé (2019) señaló que, para el 68% de los participantes la comunicación con los superiores es positiva. Así mismo, la coherencia está en un nivel alto según la apreciación del 37.5% de los participantes de la entidad bancaria; de manera similar, Cabrera (2023), indicó que el nivel de la dimensión consistencia es alto según la opinión del 54.1% de los colaboradores.

Respecto al objetivo específico 3, determinar la relación entre adaptabilidad y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, el grado de relación es de 0.742 y una significancia de 0.000; por otro lado, el 37.2% de los encuestados estuvieron de acuerdo con que los cambios en la agencia son necesarios para fomentar un mejor

ambiente laboral; de forma similar, Tauetsile (2019), indicó que el 50% de los encuestados se autodenominan entusiastas en su área de trabajo. Así mismo, el nivel de adaptabilidad de los colaboradores en la agencia bancaria es alto según el 91.7% de los participantes; por su parte, Cabrera (2023) obtuvo que el 54.1% de los participantes indicaron que la dimensión está en un nivel regular; es así que, Reyes (2021) resalta que adecuarse a los cambios en las organizaciones, mejora la forma de percibir, sentir y pensar respecto a situaciones complejas que se puedan presentar en el proceso.

Respecto al objetivo específico 4, determinar la relación entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, el nivel de asociación es de 0.827, con un valor de significancia de 0.000; el 62.5% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con el cumplimiento de los objetivos, a través de la claridad y precisión de las metas; sin embargo, Villacorta y Agüero (2021), manifestaron que el desempeño de los colaboradores es bajo según el 88.3% de los participantes. Por otro lado, el nivel de la misión en la entidad bancaria está en un nivel alto según el 91.7% de los individuos; de forma similar, Cabrera (2023) señaló que el nivel de la dimensión en su estudio es alto según el 49.1% de los participantes; ante ello, Solari y Salas (2023), añaden que la misión conduce a desarrollar una estrategia competitiva frente otras empresas, mejorando la apreciación de la cultura organizacional dentro y fuera de la organización.

En tal sentido, a nivel teórico la investigación se ha desarrollado bajo un marco teórico sólido, con la finalidad de analizar y conocer los conceptos de cultura organizacional y engagement. A nivel práctico, el proyecto de investigación es de aporte científico para los líderes de la agencia bancaria, cuyo fin es fomentar la cultura organizacional y el engagement en la entidad. Por último, en la metodología, el estudio consistió en la metódica cuantitativa, de alcance correlacional, corte transversal, diseño no experimental, cuyos datos fueron

procesados a través del programa estadístico software IBM SPSS v.26, garantizando la transparencia y veracidad de la información procesada.

## **Conclusiones**

En función al objetivo principal, se concluye que sí existe asociación positiva fuerte entre las constantes cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de correlación de Pearson de 0.801 y una significancia de 0.000. Por lo tanto, a mayor eficiencia de la cultura organizacional existirá mayor engagement en los ejecutivos de la entidad bancaria.

Respecto al objetivo específico 1, se concluye que existe asociación significativa entre participación y el engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de asociación de Pearson de 0.877 y una significancia de 0.000. Por lo cual, se infiere que a mayor participación en la entidad, mayor será el engagement en los colaboradores.

Referente al objetivo específico 2, se concluyó que existe asociación significativa entre coherencia y el engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de correlación de Pearson de 0.414 y una significancia de 0.044. Por lo cual, se infiere que a mayor coherencia entre las metas y objetivos organizacionales, mayor será el engagement en los colaboradores.

Referente al objetivo específico 3, se concluyó que existe asociación significativa entre adaptabilidad y el engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de correlación de Pearson de 0.742 y una significancia de 0.000. Por lo tanto, a mayor adaptación a los cambios en la agencia, mayor será el engagement en los colaboradores.

En cuanto al objetivo específico 4, se concluyó que existe asociación significativa entre misión y el engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022, con un índice de correlación de Pearson de 0.827 y una significancia de 0.000. Por lo cual, se infiere que a mayor claridad y precisión de las metas y objetivos organizacionales, mayor será el engagement en los colaboradores.

## REFERENCIAS

- Acuña, Á., Mendoza, R., & Pons, O. (2021). Burnout, engagement y la percepción sobre prácticas de gestión en pandemia por COVID-19 que tienen trabajadores del centro sur de Chile. *Estudios Gerenciales*, 37(158), 104-112. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.158.4364>
- Agurto, K., Mogollón, F., & Castillo, L. (2020). El papel del engagement ocupacional como alternativa para mejorar la satisfacción laboral de los colaboradores. *Universidad y Sociedad*, 12(4), 112-119. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000400112](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400112)
- Alarcón, G., & Cubas, J. (2019). Cultura organizacional y bienestar laboral en las empresas de saneamiento del norte del Perú. *Revista Horizonteesempresarial*, 6(1), 1-11. <https://doi.org/10.26495/rhe196.1731>
- Alshammari, A. (2020). The Impact of Human Resource Management Practices, Organizational Learning, Organizational Culture and Knowledge Management Capabilities on Organizational Performance in Saudi Organizations: A Conceptual Framework. *Revista Argentina de Clínica Psicológica*, 29(4), 714-721. <https://doi.org/10.24205/03276716.2020.876>
- Al-Wareth, H., Aina, N., Mohammed, A., & Rashid, A. (2021). Proposed Model for Entrepreneurship, Organizational Culture and Job Satisfaction towards Organizational Performance in International Bank of Yemen. *International Journal of Management and Human Science*, 5(1), 1-9. <https://ejournal.lucp.net/index.php/ijmhs/article/view/1330/1399>

- Ballesteros, C. (2019). La representación digital del engagement: hacia una percepción del compromiso a través de acciones simbólicas. *Revista de Comunicación*, 18(1), 215-233. <https://doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A11>
- Brito, J., Nava, M., Brito, E., Román, G., Esquivel, O., & Contreras, M. (2022). Satisfacción laboral intrínseca y engagement en personal de servicio social profesional de enfermería. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(6), 6114-6132. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/3862/5863>
- Cabrera, A. (2023). *Cultura organizacional y engagement en trabajadores de una empresa agroindustrial en La Libertad, 2022 [Tesis de Maestría]*. Repositorio Institucional Universidad Cesar Vallejo, Lima. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111940/Cabrera\\_RAJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/111940/Cabrera_RAJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cabrera, C. (2020). *Gestión del talento humano y competencias digitales en el engagement de los*. Repositorio Institucional Universidad Cesar Vallejo, Lima. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50920/Cabrera\\_MCJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50920/Cabrera_MCJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Calderón, G., Merino, C., Reyes, F., & Luna-Yon, V. (2022). Validación en trabajadores peruanos de la versión ultra reducida del Utrecht Work Engagement. *Archivos de Prevención de Riesgos Laborales*, 25(1), 25-33. <https://doi.org/10.12961/aprl.2022.25.01.03>
- Claro, C. (2021). Análisis de la existencia de una cultura de la escucha organizacional, desde los directivos en el sector multitiendas en Chile. *Revista de Comunicación*, 20(1), 67-84. <https://doi.org/10.26441/rc20.1-2021-a4>

- Del Castillo, M., Ojeda, G., & Molina, H. (2022). La relación entre cultura organizacional y compromiso organizacional en analistas de tecnología de una empresa peruana de servicios tecnológicos. *Know and Share Psychology*, 3(4), 7-22.  
<https://doi.org/10.25115/kasp.v3i4.8610>
- Gómez, L., Labarthe, J., Ferreira, A., & Chiminelli, V. (2019). Evaluación del engagement en trabajadores de la salud en Uruguay a través de la escala Utrecht de engagement en el trabajo (UWES). *Ciencias Psicológicas*, 13(2), 305-316.  
<https://doi.org/10.22235/cp.v13i2.1888>
- Guerrero, D. (2020). La cultura organizacional como elemento competitivo de las empresas turísticas en Colombia. *Revista Espacios*, 41(24), 308-321.  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p25.pdf>
- Harsch, K., & Festing, M. (2019). Dynamic talent management capabilities and organizational agility—A qualitative exploration. *Hum Resour Manage*, 1-19.  
<https://doi.org/10.1002/hrm.21972>
- Hasan, H., Astuti, E., Tri Wulida, A., & Iqbal, M. (2020). Impact of Organizational Culture on Employee Engagement and Employee Performance: A Stimuli-Organism-Response Approach. *Wacana*, 23(4), 235-247.  
<https://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/842>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa y mixta*. México: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.  
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Jimenez, Y., & Rosas, W. (2021). *La cultura organizacional y su relación con el engagement laboral en los gerentes de agencias bancarias, Lima, 2021 [Tesis de Pregrado]*.

Repositorio Institucional Universidad Privada del Norte, Lima.

[https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29370/Jimenez%20Palacios%20Yajaira%20Mac%20Helen\\_Rosas%20Carhuachin%20Walter%20Orme%20c3%20b1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/29370/Jimenez%20Palacios%20Yajaira%20Mac%20Helen_Rosas%20Carhuachin%20Walter%20Orme%20c3%20b1o.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lasrado, F., & kassem, R. (2020). Let's get everyone involved! The effects of transformational leadership and organizational culture on organizational excellence. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 169-194. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-11-2019-0349>

León, F., Morales, O., Otoya, O., Romero, A., De la Cruz, Á., & Sarria, F. (2019). Hacia descripciones nítidas de la cultura organizacional. *Revista De Psicología*, 9(3), 59-71. <https://doi.org/10.36901/psicologia.v9i3.705>

Luna, E., & Arias, W. (2022). Análisis comparativo de la cultura organizacional en entidades financieras de Aqueripa. *Avances en Psicología*, 30(1), 1-11. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2022.v30n1.2518>

Mena, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento y Gestión*, 46, 11-47. <https://www.redalyc.org/journal/646/64664303002/html/>

Mendez, C. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Universidad y Empresa*, 21(37), 136-169. <https://www.redalyc.org/journal/1872/187260206007/html/>

Mendez, C. (2019). Elementos para la relación entre cultura organizacional y estrategia. *Revista Universidad y Empresa*, 21(37), 136-169. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7681>

Muñoz, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México: Progreso S.A de C.V.

Negrete, M. (2019). ¿Es la lectura un componente importante de la cultura organizacional en las empresas? *Revista GEON*, 6(2), 97-109.  
<https://doi.org/10.22579/23463910.157>

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (5a ed.). Bogotá: Ediciones de la U.

Opoku, E., Hongqin, C., & Aram, S. (2022). The Influence of Organizational Culture on Employee Performance in the Banking Sector: Evidence from GCB Bank, Ghana. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 168-175.  
<https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1345>

Palacios, K., Zavaleta, J., Guillén, D., & Rengifo, R. (2022). Habilidades interpersonales y engagement laboral del personal policial y militar administrativo en Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5), 301-310.  
<https://www.redalyc.org/journal/280/28071845025/28071845025.pdf>

Paramita, E., Lumbanraja, P., & Absah, Y. (2020). The Influence of Organizational Culture and Organizational Commitment on Employee Performance and Job Satisfaction as a Moderating Variable at PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk. *International Journal of Research and Review*, 7(3), 273-286.  
[https://www.ijrrjournal.com/IJRR\\_Vol.7\\_Issue.3\\_March2020/IJRR0037.pdf](https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.7_Issue.3_March2020/IJRR0037.pdf)

Pérez, J. (2021). *Resiliencia organizacional y engagement en los trabajadores de la agencia del Banco de Crédito del Perú, Tarapoto - 2021 [Tesis de Maestría]*. Repositorio Institucional Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto.

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68033/P%  
c3%a9rez\\_FJP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/68033/P%c3%a9rez_FJP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Randall, P., & Lartey, F. (2022). Relationship between BMPN, GSE-6, UWES-9, and EENDEED, a Nine-Item Instrument for Measuring Traditional Workplace and Remote Employee Engagement. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 10(1), 30-43. <https://doi.org/10.4236/jhrss.2022.101003>
- Reyes, J. (2021). Organizational culture for enterprise sustainability. *COODES*, 9(3), 808-830. <https://coodles.upr.edu.cu/index.php/coodles/article/view/450>
- Rincón, O., & Aldana, L. (2021). Cultura organizacional y su relación con los sistemas de gestión: una revisión bibliográfica. *Sistema de Información Científica Redalyc*, 13(2). <https://www.redalyc.org/journal/5604/560468688013/560468688013.pdf>
- Riquelme, J., Pedraja, L., & Vega, R. (2020). El liderazgo y la gestión en la solución de problemas perversos. Una revisión de la literatura. *Formación Universitaria*, 13(1), 135-144. <https://www.scielo.cl/pdf/formuniv/v13n1/0718-5006-formuniv-13-01-135.pdf>
- Romero, R., & Palacini, F. (2020). Relación entre niveles de engagement y niveles de intención de rotación en empleados de dos empresas privadas de Asunción. *Revista Científica de la UCSA*, 7(2), 3-25. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2020.007.02.003>
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima.

- Sapta, S., Muafi, M., & Setini, M. (2021). The Role of Technology, Organizational Culture, and Job Satisfaction in Improving Employee Performance during the Covid-19 Pandemic. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 495-505. <https://bit.ly/49OF2w6>
- Shao, Z. (2019). Interaction effect of strategic leadership behaviors and organizational culture on IS-Business strategic alignment and Enterprise Systems assimilation. *International Journal of Information Management*, 44, 96-108. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.09.010>
- Solari, G., & Salas, H. (2023). Tecnologías de información y comunicación y desarrollo organizacional en el Área Comercial de una compañía peruana de seguros, 2022. *Fides Et Ratio*, 25(25), 135-165. [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2071-081X2023000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2071-081X2023000100008&script=sci_arttext)
- Solarte, C., & Solarte, M. B. (2020). Cultura organizacional e innovación en la orientación al mercado de empresas familiares de Pasto (Colombia). *Contaduría y Administración*, 60(1), 1-25. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1725>
- Solis, M., Palomino, M., Alanya, J., & Vera, G. (2022). Recursos humanos y gestión empresarial en Ingelectros Perú S. A. en Los Olivos-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5), 210-218. <https://www.redalyc.org/journal/280/28071845017/28071845017.pdf>
- Tauetsile, J. (2019). Measuring Employee Engagement: Utrecht Work Engagement Scale (UWES) or Intellectual, Social and Affective Scale (ISA)? *Botswana Journal of Business*, 12(1), 22-38. <https://journals.ub.bw/index.php/bjb/article/view/1707>

- Tomé, R. (2019). *A influência da cultura organizacional e da comunicação interna no engagement dos colaboradores – estudo de caso: banco de portugal [Tesis de Maestría]*. Repositorio Institucional Universidad Católica Portuguesa, Portugal.  
[https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/28258/3/Raquel%20Gomes\\_Relat%20%b3rio%20de%20est%20a1gio.pdf](https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/28258/3/Raquel%20Gomes_Relat%20%b3rio%20de%20est%20a1gio.pdf)
- Vásquez, M., Inostroza, R., & Acosta, H. (2021). Liderazgo transformacional: su impacto en la confianza organizacional, work engagement y desempeño laboral en trabajadores millennials en Chile. *Revista de psicología*, 30(1), 1-17.  
<https://doi.org/10.5354/0719-0581.2021.55066>
- Villacorta, D., & Aguero, E. (2021). *Engagement y desempeño de los colaboradores del Banco de Crédito del Perú – Sucursal Cusco, 2021 [Tesis de Pregrado]*. Repositorio Institucional Universidad Cesar Vallejo, Lima.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76882/Villacorta\\_SDJ-Aguero\\_LE-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76882/Villacorta_SDJ-Aguero_LE-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Viveros, O., & Fierro, C. (2020). Correlación de los niveles de engagement y síndrome de burnout en una empresa de telecomunicaciones. *Revista Espacios*, 43(31), 238-251.  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p19.pdf>
- Zheng, J., Wu, G., Xie, H., & Li, H. (2019). Leadership, organizational culture, and innovative behavior in construction projects. *International Journal of Managing Projects in Business*.

## ANEXOS

### ANEXO N° 1. Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p><b>General</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Determinar la relación entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>	<p><b>General</b></p> <p>Existe relación significativa entre cultura organizacional y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>		Tipo: aplicada
<p><b>Específicos</b></p> <p>¿Cuál es la relación entre participación y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022?</p>	<p><b>Específicos</b></p> <p>Determinar la relación entre participación y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>	<p><b>Específicas</b></p> <p>Existe relación significativa entre participación y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>	<p><b>Variable 1</b></p> <p>cultura organizacional</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación</li> <li>• Coherencia</li> <li>• Adaptabilidad</li> <li>• Misión</li> </ul>	<p>Enfoque: cuantitativo</p> <p>Nivel: correlacional</p> <p>Diseño: no experimental</p>
<p>¿Cuál es la relación entre coherencia y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022?</p>	<p>Determinar la relación entre coherencia y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>	<p>Existe relación significativa entre coherencia y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>		<p>Población: 24 trabajadores</p> <p>Muestra: 24 trabajadores</p>
<p>¿Cuál es la relación entre adaptabilidad y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022?</p>	<p>Determinar la relación entre adaptabilidad y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>	<p>Existe relación significativa entre adaptabilidad y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>	<p><b>Variable 2</b></p> <p>Engagement</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigor</li> <li>• Dedicación</li> <li>• Absorción</li> </ul>	<p>Técnica: encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario</p>
<p>¿Cuál es la relación entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022?</p>	<p>Determinar la relación entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>	<p>Existe relación significativa entre misión y engagement de los ejecutivos en una agencia bancaria, Trujillo 2022.</p>		<p>Análisis estadístico: SPSS</p>

ANEXO N° 2. Matriz de operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Cultura organizacional</b>	Solari y Salas (2023) lo conceptualizan como un denominador general para los miembros de una organización, el cual lo constituyen como el conjunto de valores a los que se adjudica a cada individuo.	La cultura organizacion al se puede medir por la participación , coherencia, adaptabilidad y misión.	Participación	Actitudes	Ordinal
				Capacidades	
				Destrezas	
			Coherencia	Valores	
				Normas	
				Ética	
			Adaptabilidad	Cambios	
				Integración	
				Situaciones complejas	
			Misión	Metas	
	Claridad				
	Estrategias				
<b>Engagement</b>	Acuña et al. (2021) definen el engagement como el estado motivacional de vigor, absorción y dedicación, por los cual está adjudicado a la manera en que los miembros de una organización enfrentan y abordan el trabajo.	El engagement se manifiesta mediante el vigor, dedicación y absorción	Vigor	Fuerza	Ordinal
				Voluntad	
				Energía	
			Dedicación	Entusiasmo	
				Inspiración	
			Absorción	Importancia del trabajo	
	Intensidad del trabajo				
	Concentración				
	Tiempo				

ANEXO N° 3. Instrumento de recolección de datos

<b>MEDICIÓN: CULTURA ORGANIZACIONAL DE UNA AGENCIA BANCARIA, TRUJILLO 2022</b>						
<p><b>Instrucciones:</b> Estimado participante responda cada una de las siguientes premisas según su percepción, se garantiza total discreción de su identidad y aportará a fortalecer el estudio con fines netamente académicos.</p>						
<p>Marque sus respuestas con las alternativas:</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Neutral (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo</p>						
N.º	ÍTEMS	1	2	3	4	5
<b>Participación</b>						
1.	¿Considera que los colaboradores tienen actitud participativa en la agencia?					
2.	¿Considera que en la agencia se realizan estímulos para que los colaboradores tengan mayor actitud participativa?					
3.	¿Considera que las capacidades de los colaboradores influyen en su participación en la agencia?					
4.	¿Considera que las destrezas de los colaboradores son fundamentales para crear un ambiente participativo en la agencia?					
<b>Coherencia</b>						
5.	¿Considera que los valores que poseen los miembros se rigen por lineamientos ya establecidos en la agencia?					
6.	¿Considera que los valores que transmite la agencia fomentan la conciencia colectiva de los colaboradores?					
7.	¿Considera que la agencia establece normas que controlan el comportamiento de los colaboradores?					
8.	¿Considera que la alta dirección práctica la ética como ejemplo para los demás colaboradores?					
<b>Adaptabilidad</b>						

9.	¿Considera que los cambios en la agencia son necesarios para fomentar un mejor ambiente laboral?					
10.	¿Considera que los colaboradores logran su total integración al realizarse cambios repentinos en la agencia?					
11.	¿Considera que las situaciones complejas en la agencia se perciben de forma adecuada en los colaboradores?					
12.	¿Considera que los colaboradores enfrentan con facilidad las situaciones de dificultad en la agencia?					
<b>Misión</b>						
13.	¿Considera que se promueve en los colaboradores la consecución de las metas organizacionales?					
14.	¿Considera que la claridad de los objetivos hace que los esfuerzos de los colaboradores se orienten a su cumplimiento?					
15.	¿Considera que en la agencia se desarrollan estrategias para la consecución de las metas?					

**MEDICIÓN: ENGAGEMENT DE UNA AGENCIA BANCARIA, TRUJILLO 2022**

**Instrucciones:** Estimado participante responda cada una de las siguientes premisas según su percepción, se garantiza total discreción de su identidad y aportará a fortalecer el estudio con fines netamente académicos.

Marque sus respuestas con las alternativas:

(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Neutral (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo

N.º	ÍTEMS	1	2	3	4	5
<b>Vigor</b>						
16.	Considero que en mi trabajo me siento fuerte y vigoroso					
17.	Cuando me levanto por la mañana tengo fuerza de voluntad y tengo ganas de ir a trabajar					
18.	Cuando estoy en mi trabajo siento que tengo mucha energía					

<b>Dedicación</b>						
19.	Siento que mi trabajo me entusiasma todos los días					
20.	Siento inspiración en mi trabajo					
21.	Siento que mi trabajo es importante					
<b>Absorción</b>						
22.	Me siento feliz cuando la intensidad de mi trabajo aumenta					
23.	Me concentro plenamente en mi trabajo					
24.	No siento el paso del tiempo cuando estoy trabajando					

ANEXO N° 4. Validación de instrumentos

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	Relación entre la cultura organizacional y engagement en los ejecutivos de una agencia bancaria, Trujillo 2022			
Apellidos y nombres del experto:	MONCADA VERGARA LUZ ANGELITA			
Grado Académico:	Mg. Administración de Negocios			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Cultura Organizacional			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias:				
Firma del experto:				
				

**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

<b>Título de la investigación:</b>	Relación entre la cultura organizacional y engagement en los ejecutivos de una agencia bancaria, Trujillo 2022
<b>Apellidos y nombres del experto:</b>	MONCADA VERGARA LUZ ANGELITA
<b>Grado Académico:</b>	Mg. Administración de Negocios
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Engagement



Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

**Sugerencias:**

**Firma del experto:**



MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	Relación entre la cultura organizacional y engagement en los ejecutivos de una agencia bancaria, Trujillo 2022			
Apellidos y nombres del experto:	ZAPATA ROJAS JEAN			
Grado Académico:	Mg. Administración de Negocios			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Cultura organizacional			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias:				
Firma del experto:				
 <b>Jean Zapata Rojas</b>				

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la investigación:	Relación entre la cultura organizacional y engagement en los ejecutivos de una agencia bancaria, Trujillo 2022			
Apellidos y nombres del experto:	ZAPATA ROJAS JEAN			
Grado Académico:	Mg. Administración de Negocios			
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Engagement			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilita el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias:				
Firma del experto:				
				
<b>Jean Zapata Rojas</b>				

**MATRIZ PARA EVALUACION DE EXPERTOS**

Título de la investigación:	Relación entre la cultura organizacional y engagement en los ejecutivos de una agencia bancaria, Trujillo 2022
Apellidos y nombres del experto:	LINARES PITA LUIS DANIEL
Grado Académico:	Mg. Gestión de Cadena de Suministros
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Cultura Organizacional

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:



**MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Título de la investigación:	Relación entre la cultura organizacional y engagement en los ejecutivos de una agencia bancaria, Trujillo 2022
Apellidos y nombres del experto:	LINARES PITA LUIS LINARES
Grado Académico:	Mg. Gestión de Cadena de Suministros
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Engagement

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Sugerencias:

Firma del experto:



### ANEXO N° 5. Base de datos

Data\_Victor\_Castillo[1].sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 18 de 18 variables

	Participación	Coherencia	Adaptabilidad	Misión	CULTURAORGANIZACIONAL	Vigor	Dedicación	Absorción	ENGAGEMENT	Participación_A	Coherencia_A	Adaptabilidad_A	Misión
1	20	17	19	15	71	15	12	13	40	3	3	3	
2	19	16	17	12	64	12	13	13	38	3	3	3	
3	15	14	16	12	57	11	11	11	33	2	2	3	
4	20	20	20	15	75	15	15	12	42	3	3	3	
5	12	11	14	12	49	12	8	6	26	2	2	3	
6	7	10	11	7	35	6	8	7	21	1	2	1	
7	20	16	19	15	70	15	14	15	44	3	3	3	
8	16	6	14	12	48	12	10	14	36	3	1	3	
9	16	8	17	15	56	15	13	13	41	3	1	3	
10	20	16	19	15	70	15	14	14	43	3	3	3	
11	18	12	18	15	63	15	12	12	39	3	2	3	
12	16	16	16	12	60	12	12	14	38	3	3	3	
13	19	12	18	15	64	15	13	13	41	3	2	3	
14	18	8	18	15	59	15	7	11	33	3	1	3	
15	16	12	15	14	57	15	10	13	38	3	2	3	
16	17	8	17	15	57	15	13	13	41	3	1	3	
17	18	16	19	14	67	12	11	12	35	3	3	3	
18	15	8	17	12	52	13	12	13	38	2	1	3	
19	18	16	18	14	66	14	10	13	37	3	3	3	
20	18	16	16	14	64	12	12	14	38	3	3	3	
21	16	13	14	12	55	9	12	12	33	3	2	3	
22	13	8	12	12	45	9	12	10	31	2	1	3	
23	16	11	18	13	58	9	12	10	31	3	2	3	
24	11	8	14	9	42	10	7	9	26	2	1	2	
25													
26													
27													
28													

Vista de datos Vista de variables

ANEXO N° 6. Resultados descriptivos

**Análisis descriptivos de las preguntas**

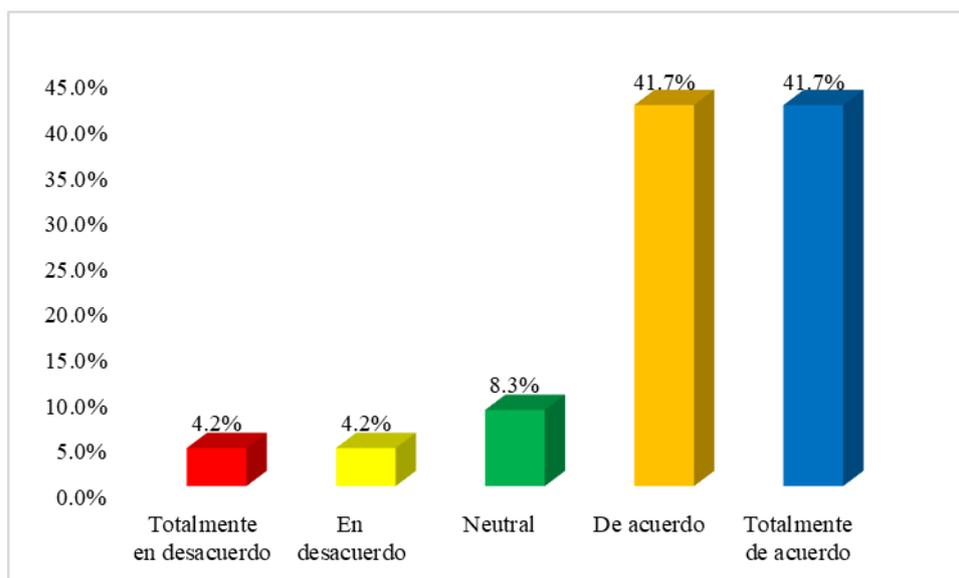
**Tabla 10**

*¿Considera que los colaboradores tienen actitud participativa en la agencia?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	En desacuerdo	1	4,2	4,2	8,3
	Neutral	2	8,3	8,3	16,7
	De acuerdo	10	41,7	41,7	58,3
	Totalmente de acuerdo	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 1**

*¿Considera que los colaboradores tienen actitud participativa en la agencia?*



En la gráfica se observa que el 41.7% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con la actitud participativa en la agencia; de igual manera, el 41.7% manifestaron

estar de acuerdo; mientras tanto, el 8.3% mantiene una opinión neutra; sin embargo, el 4.2% indicaron estar en desacuerdo y el 4.2% totalmente en desacuerdo con la premisa.

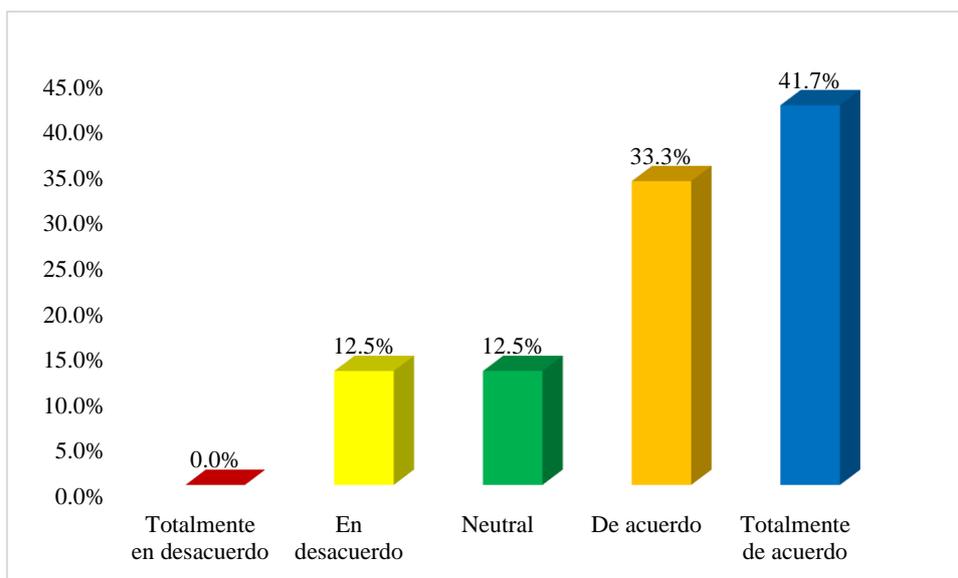
**Tabla 11**

*¿Considera que en la agencia se realizan estímulos para que los colaboradores tengan mayor actitud participativa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Neutral	3	12,5	12,5	25,0
	De acuerdo	8	33,3	33,3	58,3
	Totalmente de acuerdo	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 2**

*¿Considera que en la agencia se realizan estímulos para que los colaboradores tengan mayor actitud participativa?*



En la gráfica se evidencia que el 41.7% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con la realización de estímulos para incrementar la actitud participativa en la agencia; de igual manera, el 33.3% manifestaron estar de acuerdo; mientras tanto, el 12.5% mantiene una opinión neutra; sin embargo, el 12.5% indicaron estar en desacuerdo con la premisa.

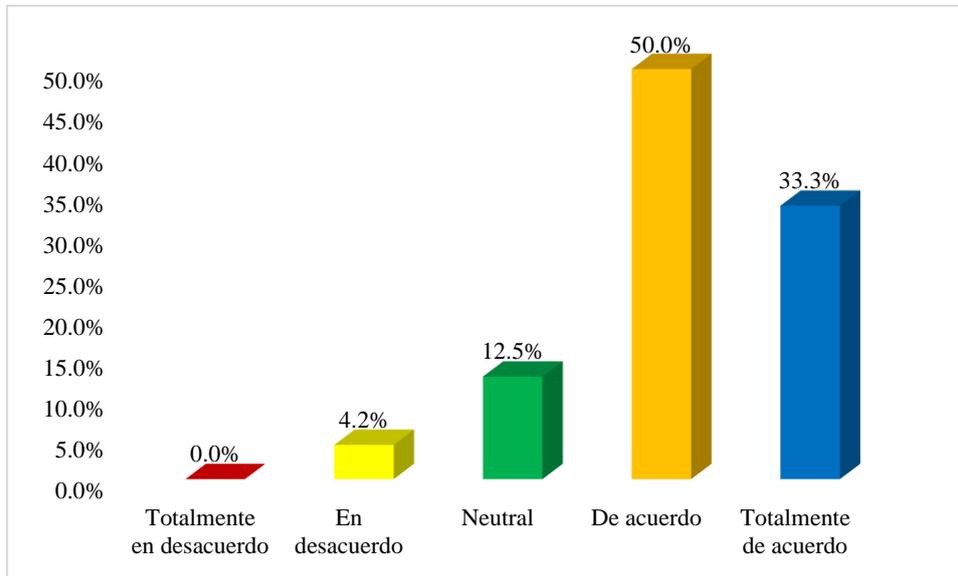
**Tabla 12**

*¿Considera que las capacidades de los colaboradores influyen en su participación en la agencia?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Neutral	3	12,5	12,5	16,7
	De acuerdo	12	50,0	50,0	66,7
	Totalmente de acuerdo	8	33,3	33,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 3**

*¿Considera que las capacidades de los colaboradores influyen en su participación en la agencia?*



En la gráfica se observa que el 33.3% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con que las capacidades influyen en la participación de los colaboradores en la agencia; de igual manera, el 50% manifestaron estar de acuerdo; sin embargo, el 12.5% mantiene una opinión neutra; mientras tanto, el 4.2% indicaron estar en desacuerdo.

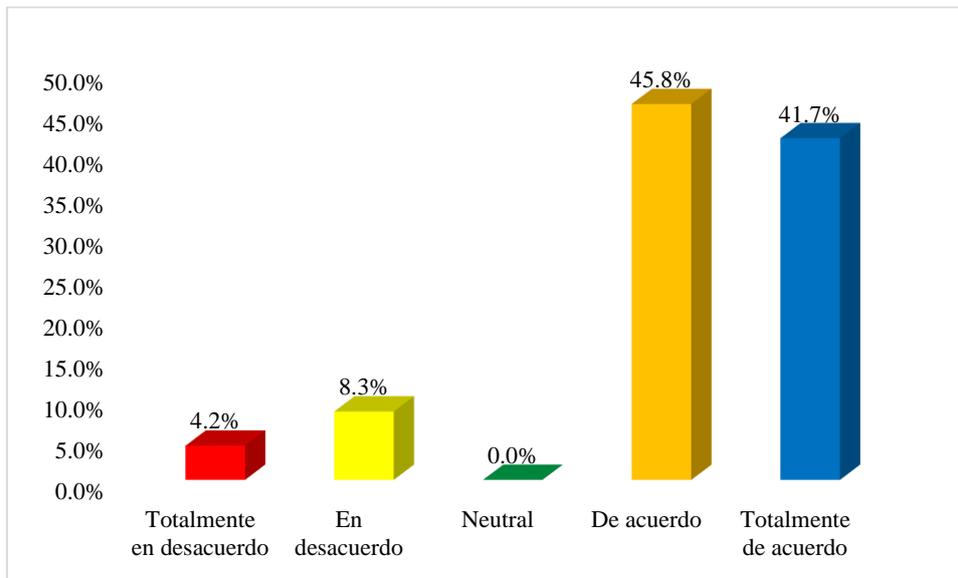
**Tabla 13**

*¿Considera que las destrezas de los colaboradores son fundamentales para crear un ambiente participativo en la agencia?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
En desacuerdo	2	8,3	8,3	12,5
De acuerdo	11	45,8	45,8	58,3
Totalmente de acuerdo	10	41,7	41,7	100,0
Total	24	100,0	100,0	

**Figura 4**

*¿Considera que las destrezas de los colaboradores son fundamentales para crear un ambiente participativo en la agencia?*



En la gráfica se evidencia que el 41.7% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con que las que las destrezas de los colaboradores son esenciales para crear un ambiente participativo en la agencia; de igual manera, el 45.8% manifestaron estar de acuerdo; sin embargo, el 8.3% mencionaron estar en desacuerdo; mientras tanto, el 4.2% indicaron estar totalmente en desacuerdo.

**Tabla 14**

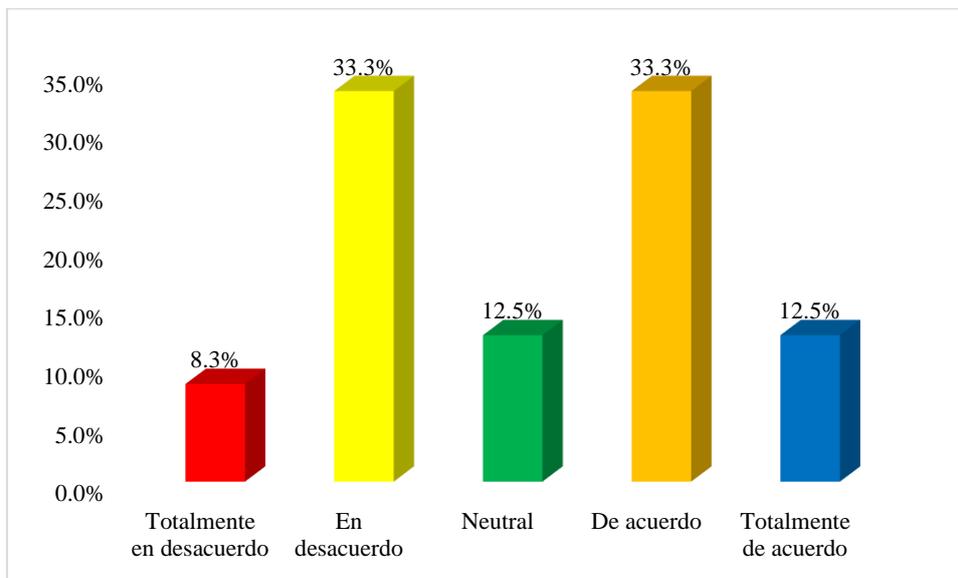
*¿Considera que los valores que poseen los miembros se rigen por lineamientos ya establecidos en la agencia?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	En desacuerdo	8	33,3	33,3	41,7

Neutral	3	12,5	12,5	54,2
De acuerdo	8	33,3	33,3	87,5
Totalmente de acuerdo	3	12,5	12,5	100,0
Total	24	100,0	100,0	

**Figura 5**

*¿Considera que los valores que poseen los miembros se rigen por lineamientos ya establecidos en la agencia?*



En la gráfica se evidencia que el 33.3% de los encuestados estuvieron de acuerdo con que los valores de cada uno de los colaboradores se rigen por los lineamientos ya establecidos en la agencia; sin embargo, el 33.3% manifestaron estar en desacuerdo; mientras tanto, el 12.5% mencionaron estar totalmente de acuerdo; de igual manera, el 12.5% mantuvieron una opinión neutra.

**Tabla 15**

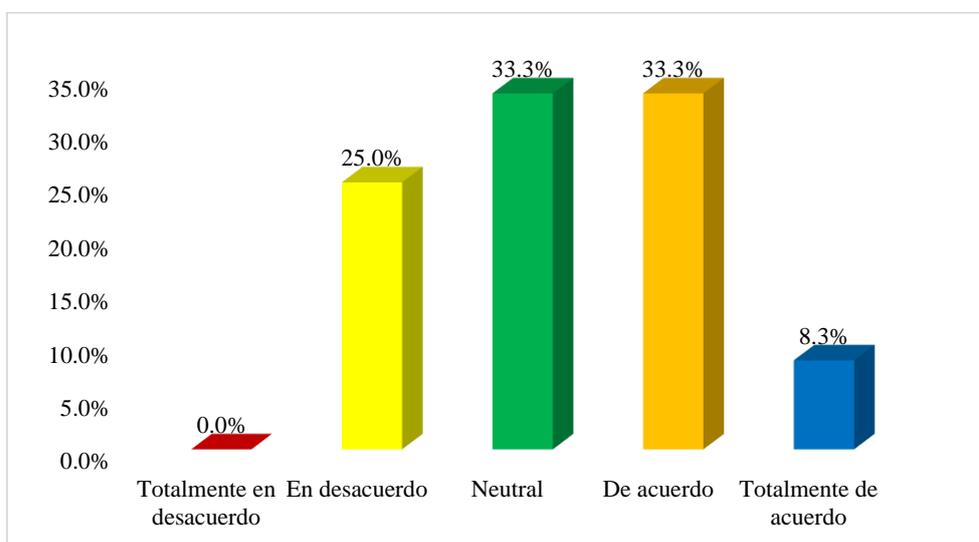
*¿Considera que los valores que transmite la agencia fomentan la conciencia colectiva de los colaboradores?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid En desacuerdo	6	25,0	25,0	25,0

o	Neutral	8	33,3	33,3	58,3
	De acuerdo	8	33,3	33,3	91,7
	Totalmente de acuerdo	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 6**

*¿Considera que los valores que transmite la agencia fomentan la conciencia colectiva de los colaboradores?*



En la gráfica se evidencia que el 33.3% de los encuestados estuvieron de acuerdo con que los valores que transmite la agencia fomentan la conciencia colectiva en los colaboradores; de igual manera, el 33.3% mantuvieron una opinión neutra; mientras tanto, el 25% mencionaron estar en desacuerdo; sin embargo, el 8.3% estuvieron totalmente de acuerdo con la interrogante.

**Tabla 16**

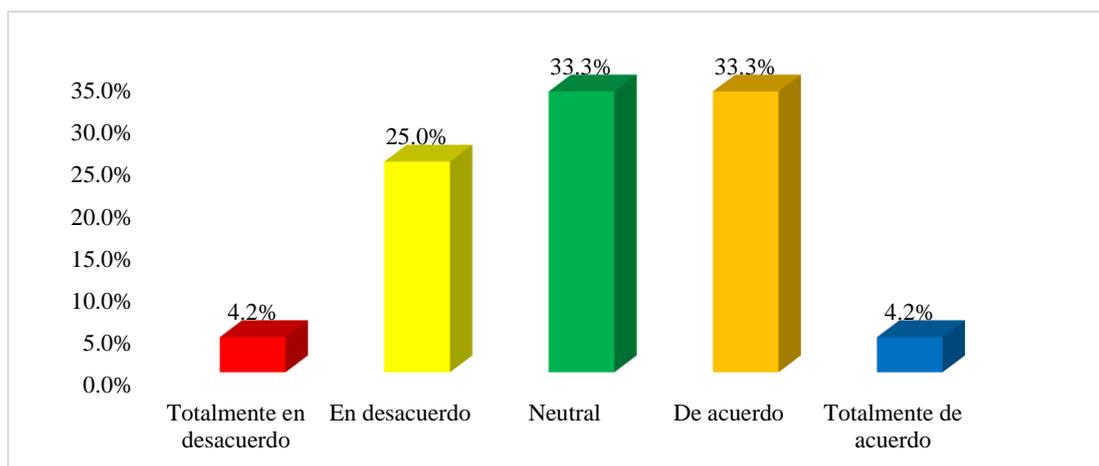
*¿Considera que la agencia establece normas que controlan el comportamiento de los colaboradores?*

	Frecuenc	Porcentaj	Porcentaj	Porcentaje
--	----------	-----------	-----------	------------

		ia	e	e válido	acumulado
Válid	Totalmente en	1	4,2	4,2	4,2
o	desacuerdo				
	En desacuerdo	6	25,0	25,0	29,2
	Neutral	8	33,3	33,3	62,5
	De acuerdo	8	33,3	33,3	95,8
	Totalmente de acuerdo	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 7**

*¿Considera que la agencia establece normas que controlan el comportamiento de los colaboradores?*



En la gráfica se observa que el 33.3% de los encuestados estuvieron de acuerdo con el control de los comportamientos de los trabajadores mediante las normas que establece la agencia; de igual manera, el 33.3% mantuvieron una opinión neutra; mientras tanto, el 25% mencionaron estar en desacuerdo; así mismo, el 4.2% manifestaron estar totalmente en desacuerdo; sin embargo, solo el 4.2% estuvieron totalmente de acuerdo con la interrogante.

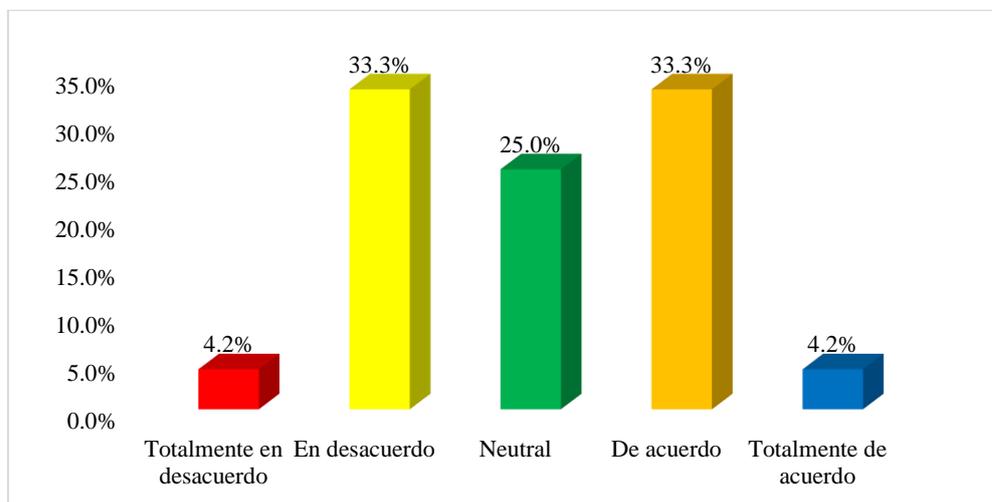
**Tabla 17**

*¿Considera que la alta dirección práctica la ética como ejemplo para los demás colaboradores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	En desacuerdo	8	33,3	33,3	37,5
	Neutral	6	25,0	25,0	62,5
	De acuerdo	8	33,3	33,3	95,8
	Totalmente de acuerdo	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 8**

*¿Considera que la alta dirección práctica la ética como ejemplo para los demás colaboradores?*



En la gráfica se aprecia que el 33.3% de los encuestados estuvieron de acuerdo con las prácticas de ética por parte de la alta dirección como ejemplo para los colaboradores de la agencia; sin embargo, el 33.3% manifestaron estar en desacuerdo; mientras tanto, el 25%

mantuvieron una opinión neutra; así mismo, el 4.2% manifestaron estar totalmente en desacuerdo y solo el 4.2% estuvieron totalmente de acuerdo con la interrogante.

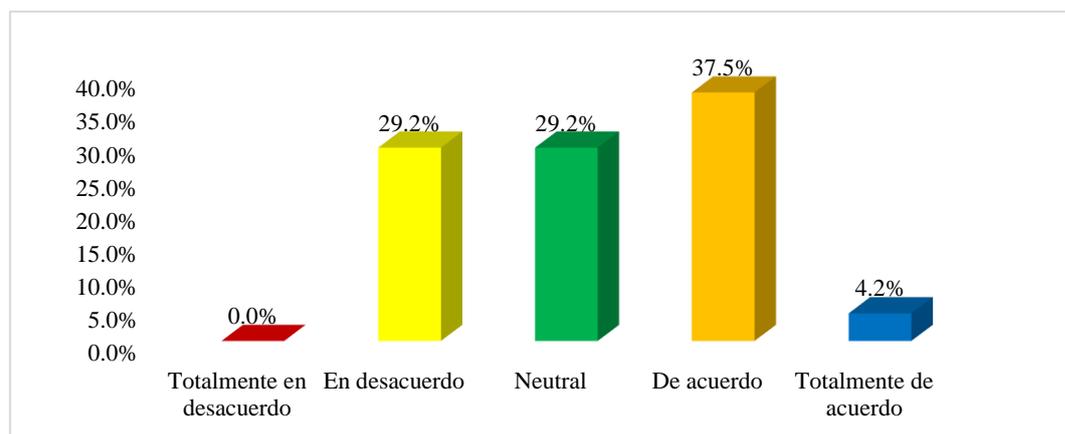
**Tabla 18**

*¿Considera que los cambios en la agencia son necesarios para fomentar un mejor ambiente laboral?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	7	29,2	29,2	29,2
	Neutral	7	29,2	29,2	58,3
	De acuerdo	9	37,5	37,5	95,8
	Totalmente de acuerdo	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 9**

*¿Considera que los cambios en la agencia son necesarios para fomentar un mejor ambiente laboral?*



En la gráfica se evidencia que el 37.2% de los encuestados estuvieron de acuerdo con que los cambio en la agencia son necesarios para fomentar un mejor ambiente laboral;

mientras tanto, el 29.2% mantuvieron una opinión neutra; sin embargo, el 29.2% manifestaron estar en desacuerdo y solo el 4.2% estuvieron totalmente de acuerdo con la interrogante.

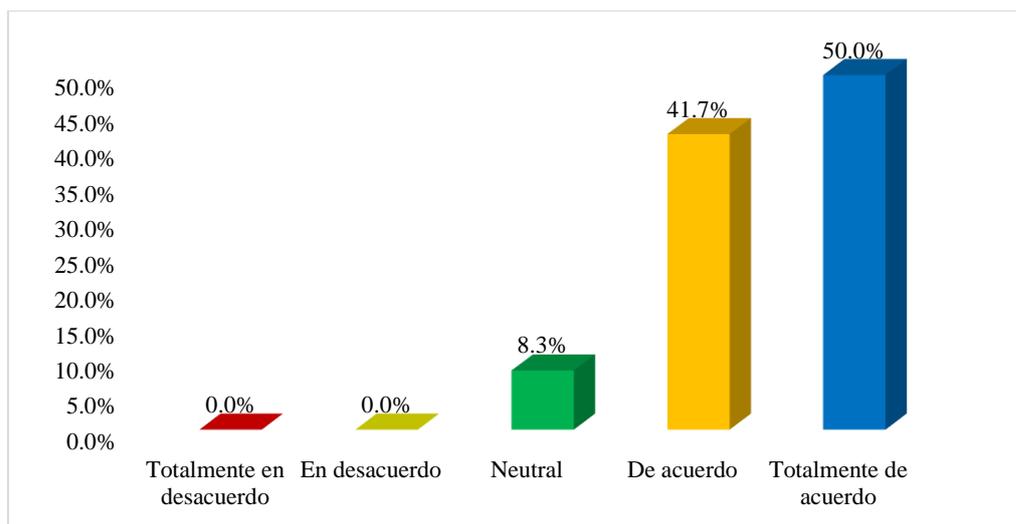
**Tabla 19**

*¿Considera que los colaboradores logran su total integración al realizarse cambios repentinos en la agencia?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	8,3	8,3	8,3
	De acuerdo	10	41,7	41,7	50,0
	Totalmente de acuerdo	12	50,0	50,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 10**

*¿Considera que los colaboradores logran su total integración al realizarse cambios repentinos en la agencia?*



En la gráfica se observa que el 50% de los encuestados estuvieron de acuerdo con la total integración de los colaboradores tras realizarse cambios repentinos en la agencia;

mientras tanto, el 41.7% manifestaron estar de acuerdo; sin embargo, el 8.3% mantuvieron una opinión neutra en la interrogante.

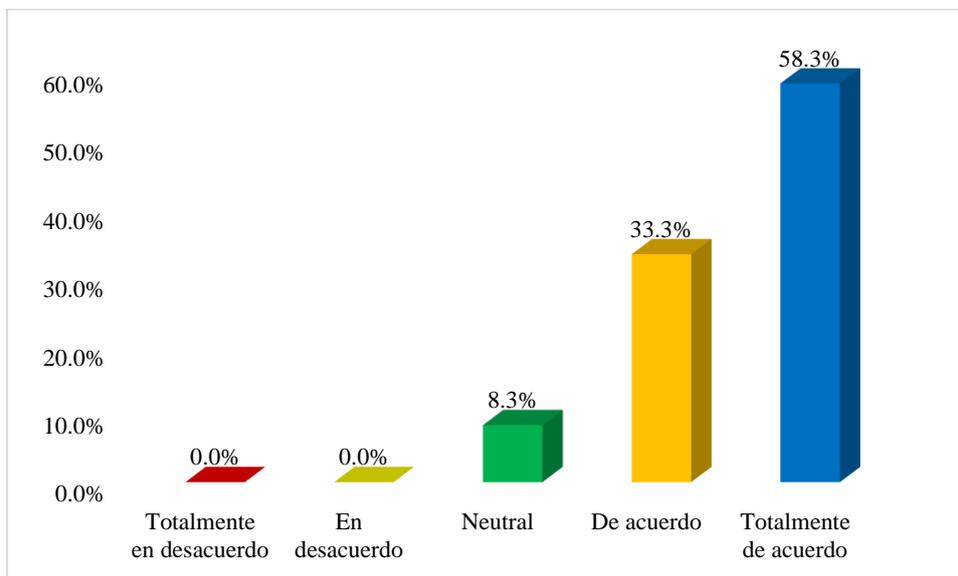
**Tabla 20**

*¿Considera que las situaciones complejas en la agencia se perciben de forma adecuada en los colaboradores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	8,3	8,3	8,3
	De acuerdo	8	33,3	33,3	41,7
	Totalmente de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 11**

*¿Considera que las situaciones complejas en la agencia se perciben de forma adecuada en los colaboradores?*



En la gráfica se aprecia que el 58.3% de los encuestados estuvieron de acuerdo con la adecuada percepción de los colaboradores ante situaciones complejas en la agencia;

mientras tanto, el 33.3% manifestaron estar de acuerdo; sin embargo, el 8.3% mantuvieron una opinión neutra en la interrogante.

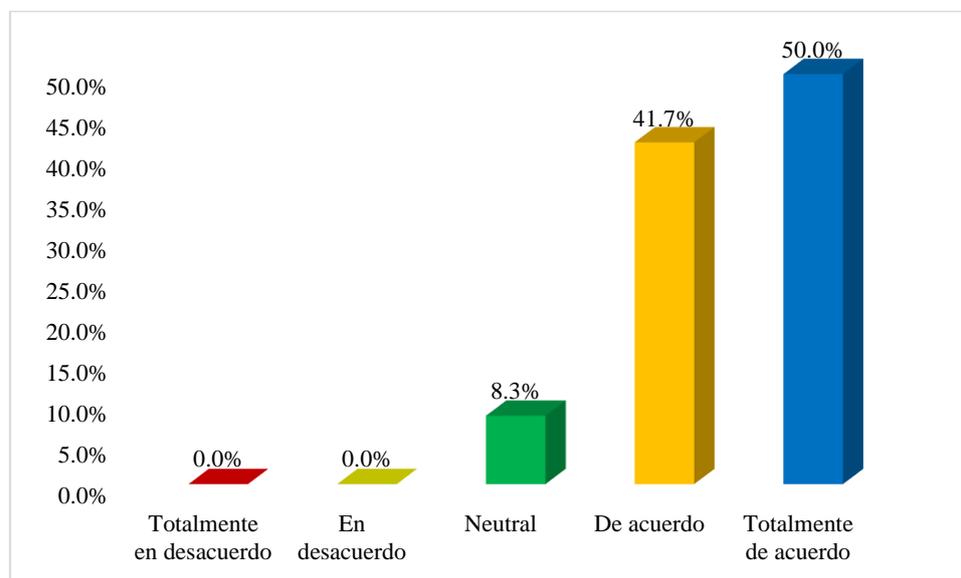
**Tabla 21**

*¿Considera que los colaboradores enfrentan con facilidad las situaciones de dificultad en la agencia?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	2	8,3	8,3	8,3
	De acuerdo	10	41,7	41,7	50,0
	Totalmente de acuerdo	12	50,0	50,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 12**

*¿Considera que los colaboradores enfrentan con facilidad las situaciones de dificultad en la agencia?*



En la gráfica se evidencia que el 50% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con la facilidad en que los colaboradores enfrentan las situaciones de dificultad en la agencia; mientras tanto, el 41.7% manifestaron estar de acuerdo; sin embargo, el 8.3%

mantuvieron una opinión neutra en la interrogante.

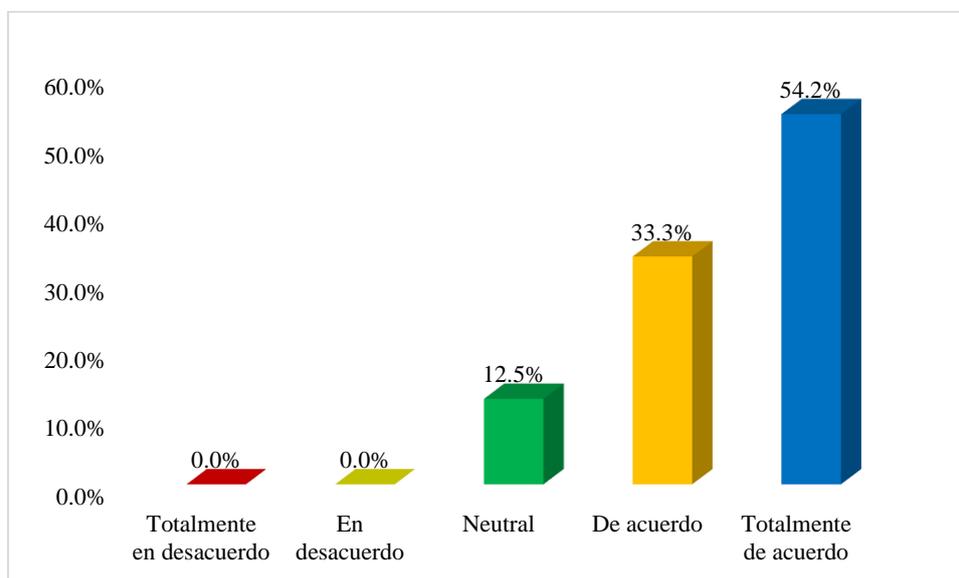
**Tabla 22**

*¿Considera que se promueve en los colaboradores la consecución de las metas organizacionales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutral	3	12,5	12,5	12,5
	De acuerdo	8	33,3	33,3	45,8
	Totalmente de acuerdo	13	54,2	54,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 13**

*¿Considera que se promueve en los colaboradores la consecución de las metas organizacionales?*



En la gráfica se evidencia que el 54.2% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con promover la consecución de metas organizacionales en los colaboradores de la agencia; mientras tanto, el 33.1% manifestaron estar de acuerdo; sin embargo, el 12.5%

mantuvieron una opinión neutra en la interrogante.

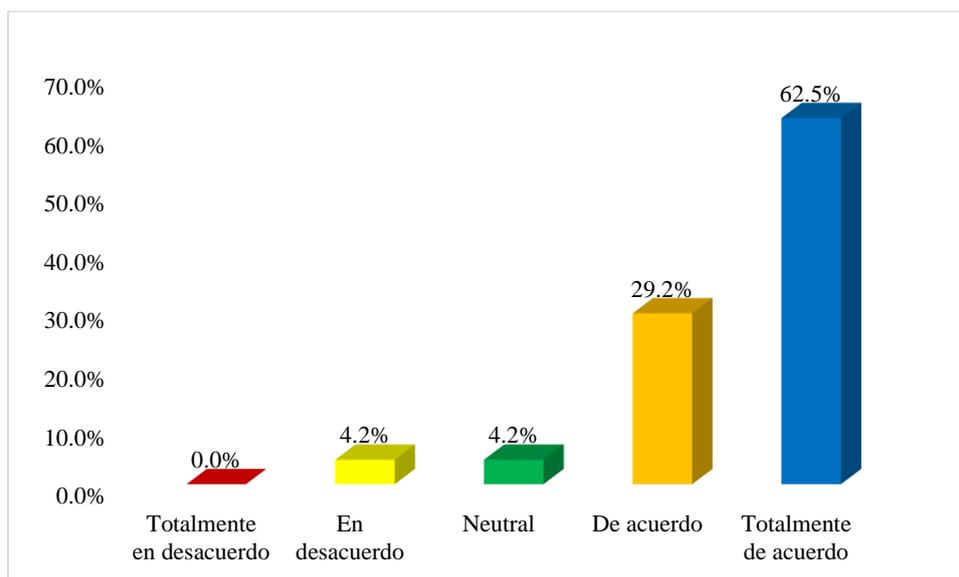
**Tabla 23**

*¿Considera que la claridad de los objetivos hace que los esfuerzos de los colaboradores se orienten a su cumplimiento?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Neutral	1	4,2	4,2	8,3
	De acuerdo	7	29,2	29,2	37,5
	Totalmente de acuerdo	15	62,5	62,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 14**

*¿Considera que la claridad de los objetivos hace que los esfuerzos de los colaboradores se orienten a su cumplimiento?*



En la gráfica se visualiza que el 62.5% de los elementos estuvieron totalmente de acuerdo con el cumplimiento de los objetivos, a través de la claridad y precisión de las metas;

de igual manera, el 29.2% manifestaron estar de acuerdo; mientras tanto, el 4.2% mantienen una opinión neutra; sin embargo, el 4.2% indicaron estar en desacuerdo con la premisa.

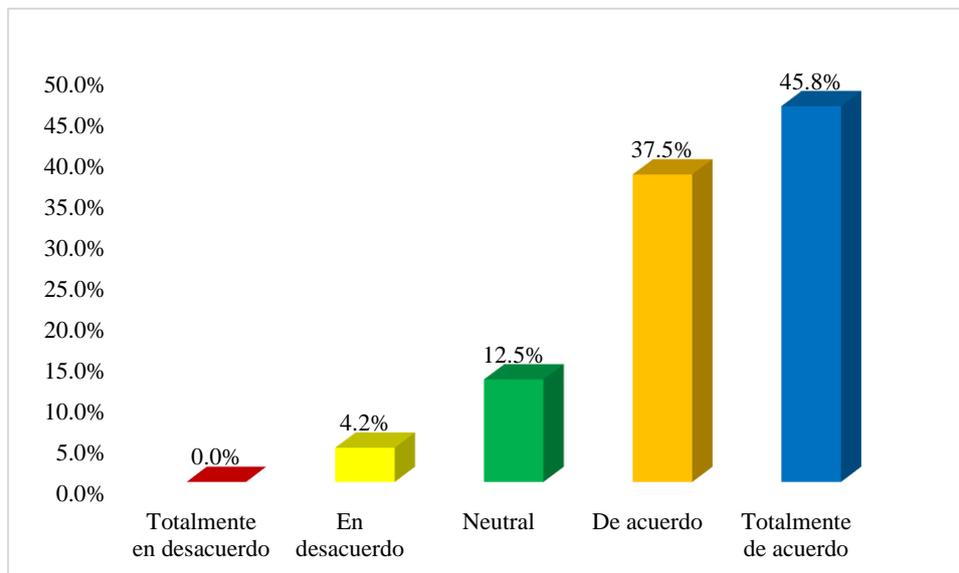
**Tabla 24**

*¿Considera que en la agencia se desarrollan estrategias para la consecución de las metas?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Neutral	3	12,5	12,5	16,7
	De acuerdo	9	37,5	37,5	54,2
	Totalmente de acuerdo	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 15**

*¿Considera que en la agencia se desarrollan estrategias para la consecución de las metas?*



En la gráfica se aprecia que el 45.8% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con la implementación de estrategias para el logro de metas en la agencia; de igual

manera, el 37.5% manifestaron estar de acuerdo; mientras tanto, el 12.5% mantienen una opinión neutra; sin embargo, el 4.2% indicaron estar en desacuerdo con la premisa.

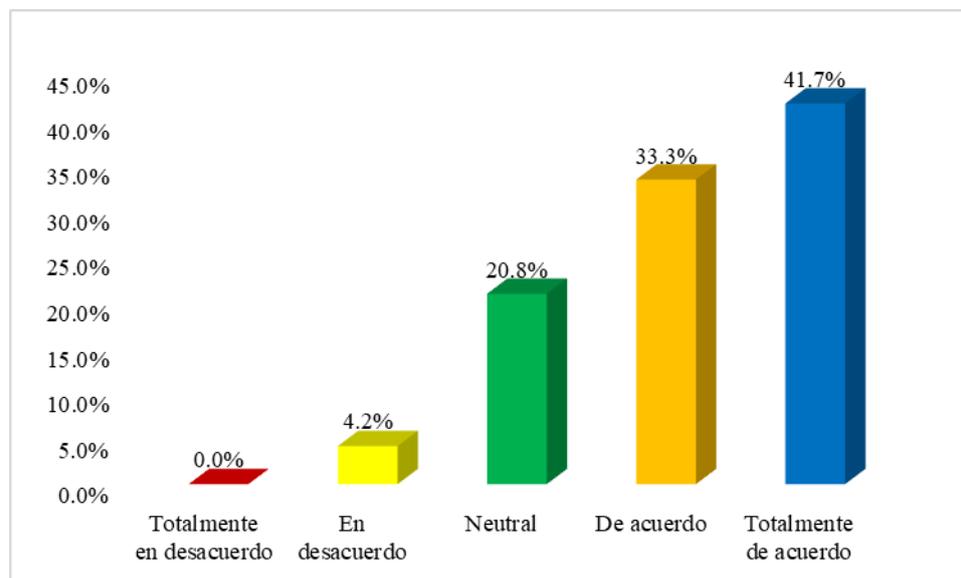
**Tabla 25**

*Considero que en mi trabajo me siento fuerte y vigoroso*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Neutral	5	20,8	20,8	25,0
	De acuerdo	8	33,3	33,3	58,3
	Totalmente de acuerdo	10	41,7	41,7	100,0
Total		24	100,0	100,0	

**Figura 16**

*Considero que en mi trabajo me siento fuerte y vigoroso*



En la gráfica se evidencia que el 41.7% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con sentirse fuerte y vigoroso en la agencia; de igual manera, el 33.3% manifestaron estar de acuerdo; mientras tanto, el 20.8% mantienen una opinión neutra; sin embargo, el 4.2% indicaron estar en desacuerdo con la premisa.

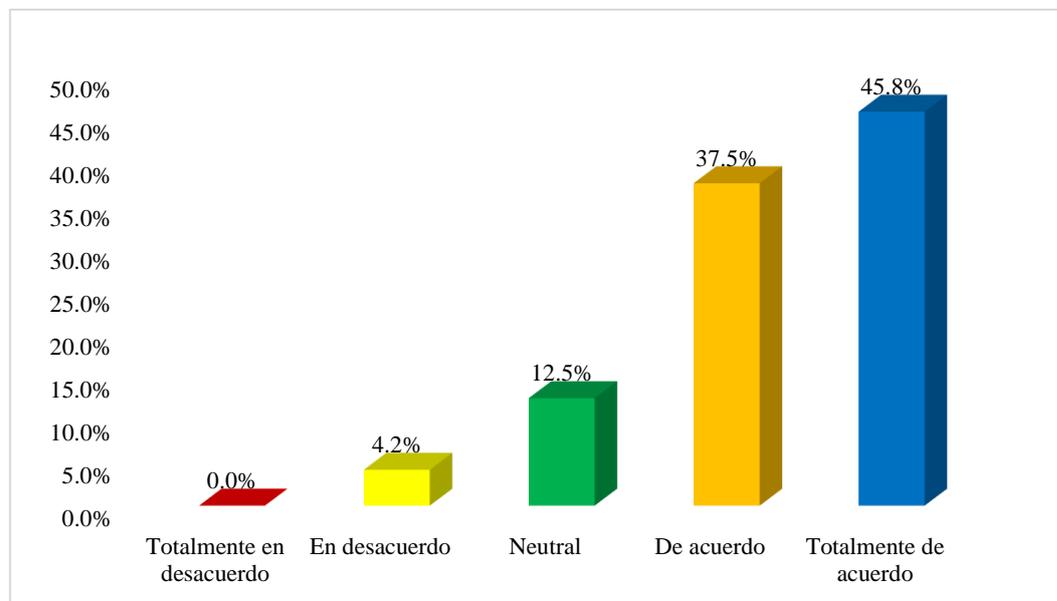
**Tabla 26**

*Cuando me levanto por la mañana tengo fuerza de voluntad y tengo ganas de ir a trabajar*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Neutral	3	12,5	12,5	16,7
	De acuerdo	9	37,5	37,5	54,2
	Totalmente de acuerdo	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 17**

*Cuando me levanto por la mañana tengo fuerza de voluntad y tengo ganas de ir a trabajar*



En la gráfica se evidencia que el 45.8% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con tener fuerza de voluntad y ganas de trabajar en la agencia; de igual manera, el 37.5% manifestaron estar de acuerdo; mientras tanto, el 12.5% mantienen una opinión neutra; sin embargo, el 4.2% indicaron estar en desacuerdo.

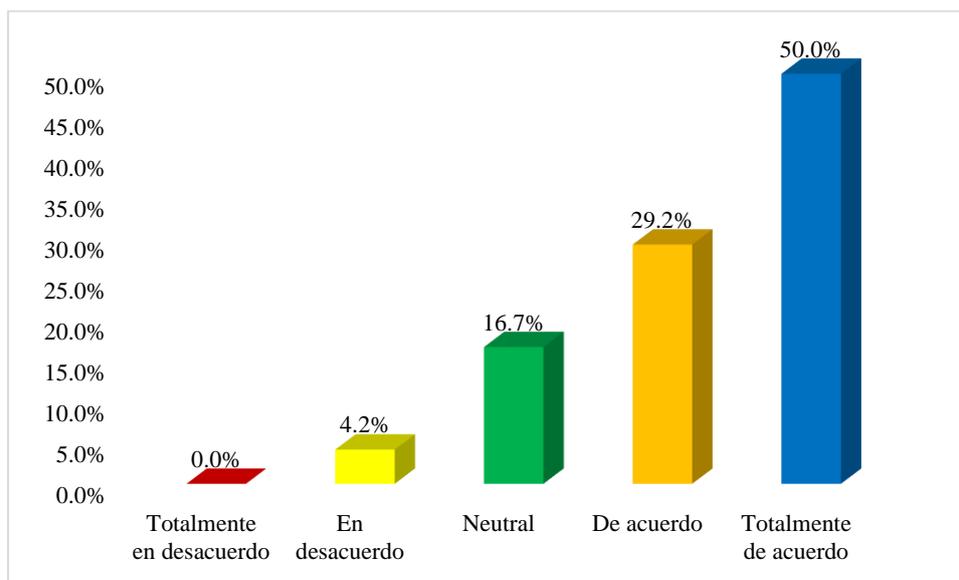
**Tabla 27**

*Cuando estoy en mi trabajo siento que tengo mucha energía*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Neutral	4	16,7	16,7	20,8
	De acuerdo	7	29,2	29,2	50,0
	Totalmente de acuerdo	12	50,0	50,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 18**

*Cuando estoy en mi trabajo siento que tengo mucha energía*



En la gráfica se visualiza que el 50% de los elementos estuvieron totalmente de acuerdo con sentir mucha energía para trabajar en la agencia; de igual manera, el 29.2% manifestaron estar de acuerdo; mientras tanto, el 16.7% mantienen una opinión neutra; sin embargo, el 4.2% indicaron estar en desacuerdo

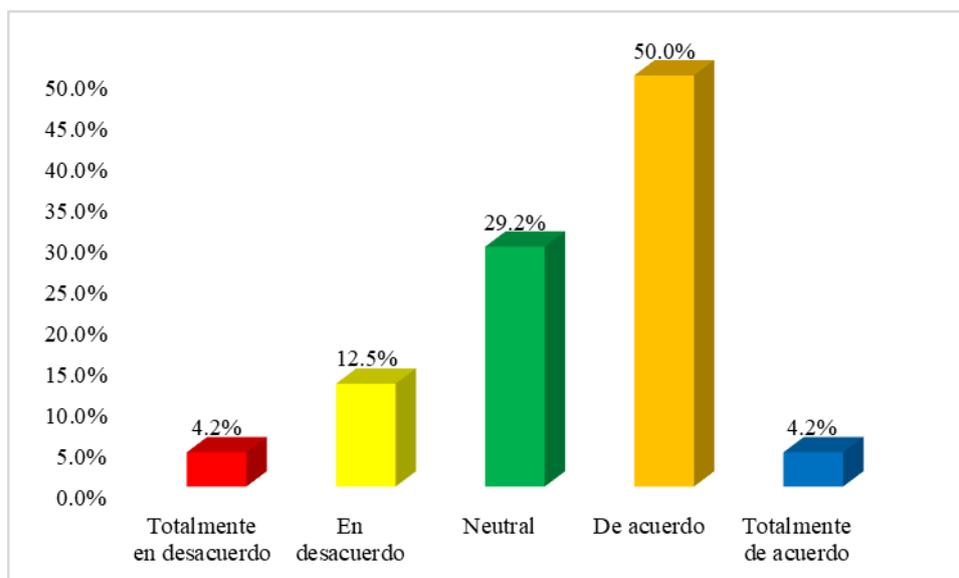
**Tabla 28**

*Siento que mi trabajo me entusiasma todos los días*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	En desacuerdo	3	12,5	12,5	16,7
	Neutral	7	29,2	29,2	45,8
	De acuerdo	12	50,0	50,0	95,8
	Totalmente de acuerdo	1	4,2	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 19**

*Siento que mi trabajo me entusiasma todos los días*



En la gráfica se evidencia que el 50% de los encuestados estuvieron de acuerdo con sentirse entusiasmado por su trabajo; mientras tanto, el 29.2% mantienen una opinión neutra; sin embargo, el 12.5% indicaron estar en desacuerdo, de igual manera, el 4.2% manifestaron estar totalmente en desacuerdo y solo el 4.2% indicaron estar totalmente de acuerdo.

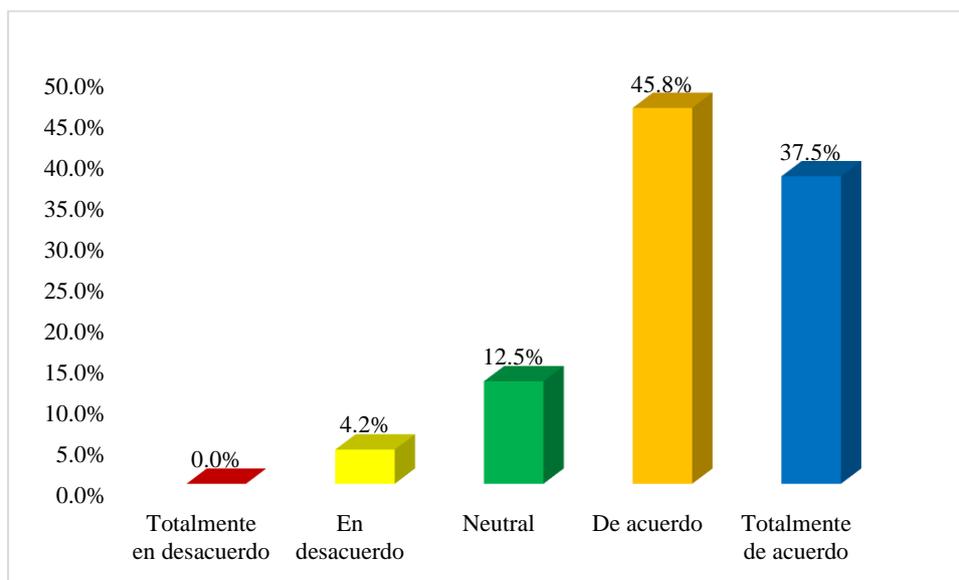
**Tabla 29**

*Siento inspiración en mi trabajo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Neutral	3	12,5	12,5	16,7
	De acuerdo	11	45,8	45,8	62,5
	Totalmente de acuerdo	9	37,5	37,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 20**

*Siento inspiración en mi trabajo*



En la gráfica se aprecia que el 45.8% de los encuestados estuvieron de acuerdo con sentirse inspirados en su trabajo; mientras tanto, el 37.5% manifestaron estar totalmente de acuerdo; sin embargo, el 12.5% mantienen una opinión neutra; de igual manera, el 4.2% manifestaron estar en desacuerdo

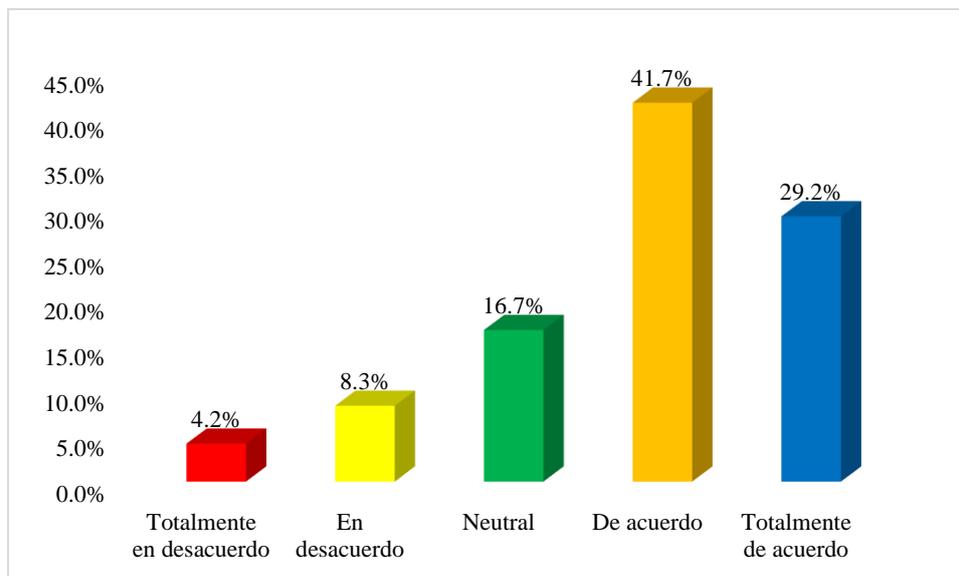
**Tabla 30**

*Siento que mi trabajo es importante*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	En desacuerdo	2	8,3	8,3	12,5
	Neutral	4	16,7	16,7	29,2
	De acuerdo	10	41,7	41,7	70,8
	Totalmente de acuerdo	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 21**

*Siento que mi trabajo es importante*



En la gráfica se observa que el 41.7% de los encuestados estuvieron de acuerdo con sentir que su trabajo es importante; mientras tanto, el 29.2% manifestaron estar totalmente de acuerdo; de igual manera, el 16.7% mantienen una opinión neutra; sin embargo, el 8.3% manifestaron estar en desacuerdo y el 4.2% totalmente en desacuerdo.

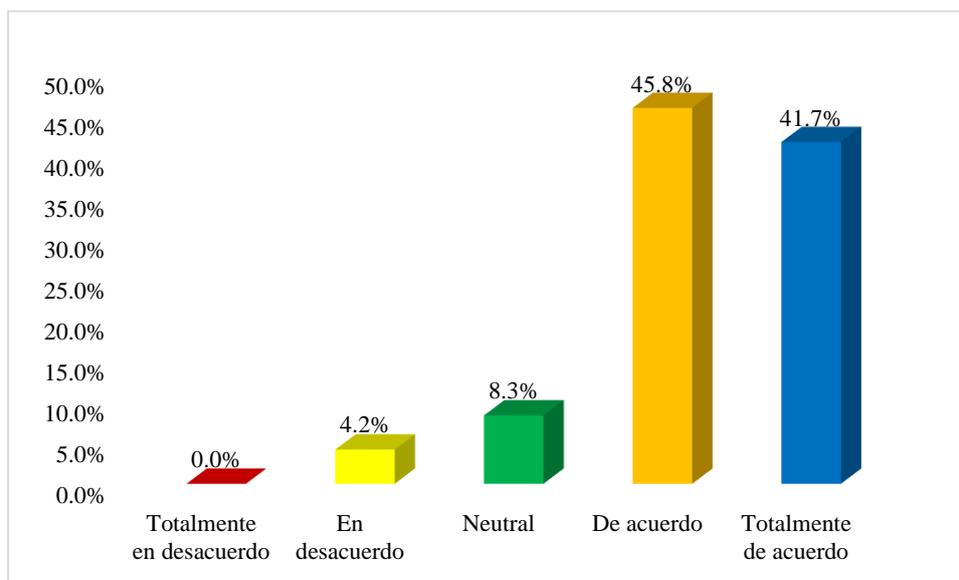
**Tabla 31**

*Me siento feliz cuando la intensidad de mi trabajo aumenta*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Neutral	2	8,3	8,3	12,5
	De acuerdo	11	45,8	45,8	58,3
	Totalmente de acuerdo	10	41,7	41,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 22**

*Me siento feliz cuando la intensidad de mi trabajo aumenta*



En la gráfica se evidencia que el 45.8% de los encuestados estuvieron de acuerdo con sentirse feliz cuando aumenta la intensidad de su trabajo; mientras tanto, el 41.7% manifestaron estar totalmente de acuerdo; de igual manera, el 8.3% mantienen una opinión neutra; sin embargo, el 4.2% manifestaron estar en desacuerdo.

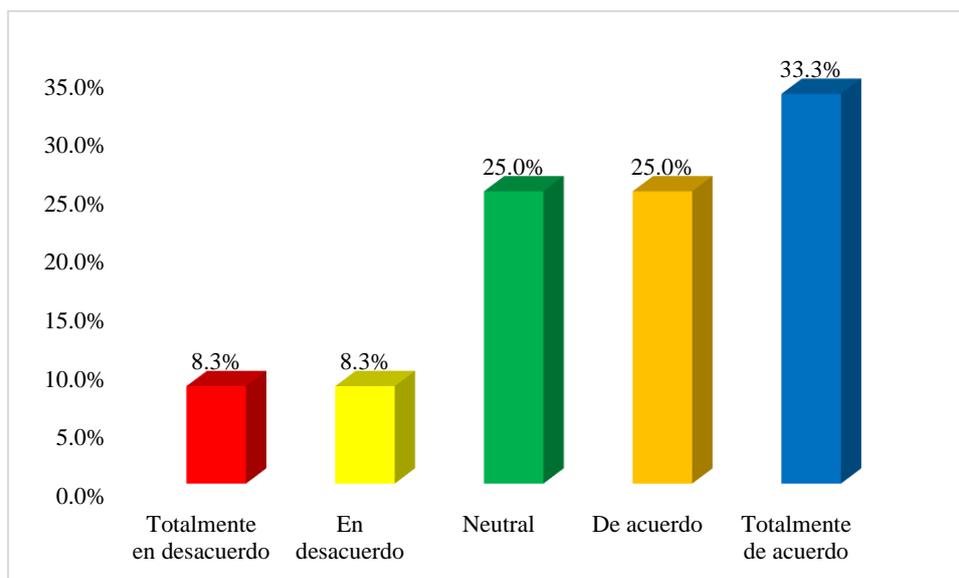
**Tabla 32**

*Me concentro plenamente en mi trabajo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	En desacuerdo	2	8,3	8,3	16,7
	Neutral	6	25,0	25,0	41,7
	De acuerdo	6	25,0	25,0	66,7
	Totalmente de acuerdo	8	33,3	33,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 23**

*Me concentro plenamente en mi trabajo*



En la gráfica se visualiza que el 33.3% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con centrarse plenamente en su trabajo; mientras tanto, el 25% manifestaron estar de acuerdo; de igual manera, el 25% mantienen una opinión neutra; sin embargo, el 8.3% manifestaron estar en desacuerdo y el 8.3% indicaron estar totalmente en desacuerdo.

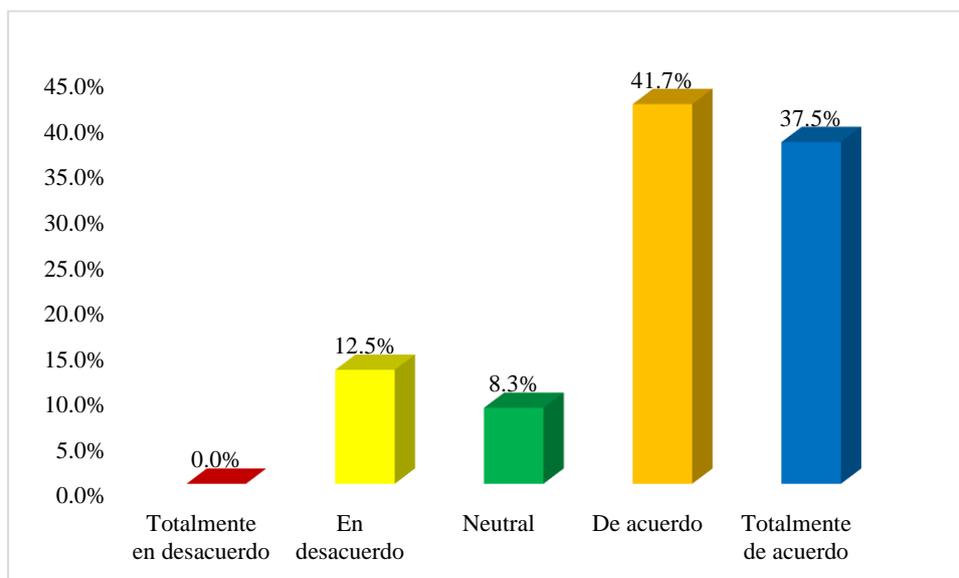
**Tabla 33**

*No siento el paso del tiempo cuando estoy trabajando*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
	Neutral	2	8,3	8,3	20,8
	De acuerdo	10	41,7	41,7	62,5
	Totalmente de acuerdo	9	37,5	37,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 24**

*No siento el paso del tiempo cuando estoy trabajando*



En la gráfica se aprecia que el 41.7% de los elementos estuvieron de acuerdo con no sentir en paso del tiempo mientras realizan su trabajo; mientras tanto, el 37.5% manifestaron estar totalmente de acuerdo; sin embargo, el 12.5% manifestaron estar en desacuerdo; así mismo, el 8.3% mantienen una opinión neutra.

### **Análisis descriptivos de las dimensiones de cultura organizacional**

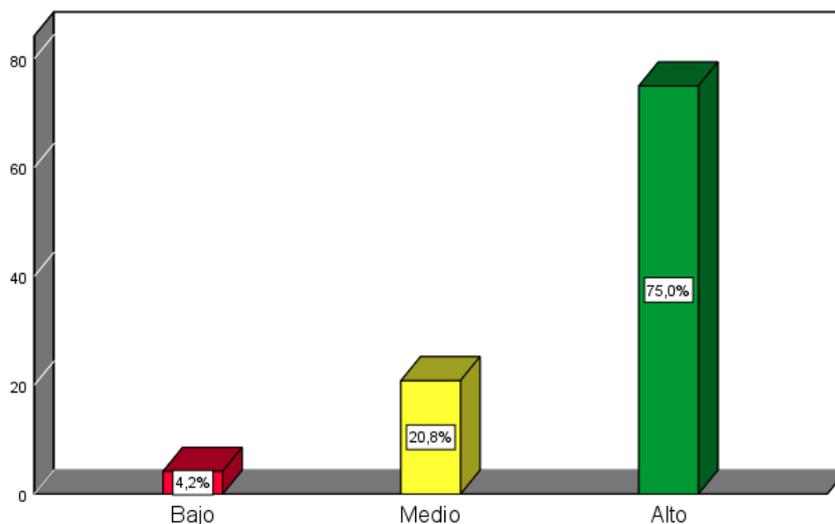
**Tabla 34**

*Participación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,2	4,2	4,2
	Medio	5	20,8	20,8	25,0
	Alto	18	75,0	75,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 25**

*Participación*



En la gráfica se visualiza que el 75% de los elementos manifestaron que el nivel de participación de los colaboradores en la entidad bancaria es alto; mientras tanto, el 20.8% manifestaron que está en un nivel medio; sin embargo, el 4.2% opinaron que está en un nivel bajo.

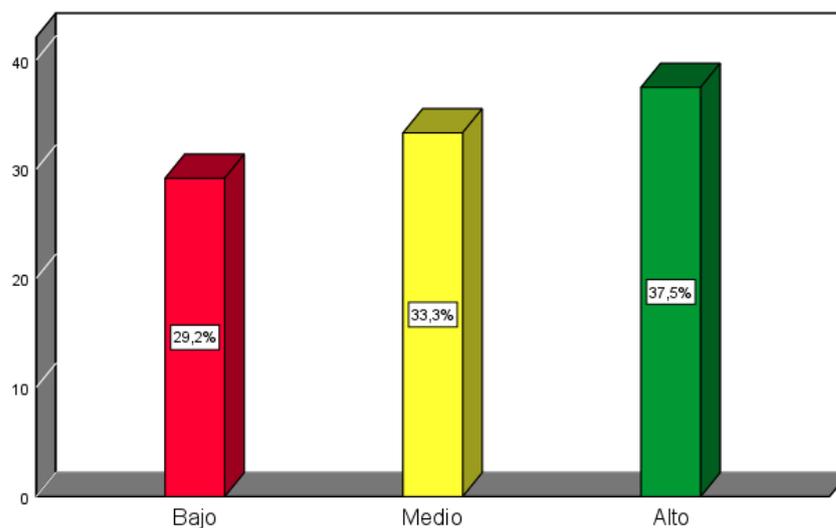
**Tabla 35**

*Coherencia*

		Frecuencia	Porcenta je	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	7	29,2	29,2	29,2
	Medio	8	33,3	33,3	62,5
	Alto	9	37,5	37,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 26**

*Coherencia*



En la gráfica se visualiza que el 37.5% de los elementos indicaron que el nivel de coherencia de los valores y los lineamientos de comportamientos en la entidad es alto; mientras tanto, el 33.3% manifestaron que esta en un nivel medio; sin embargo, el 29.2% opinaron que está en un nivel bajo.

**Tabla 36**

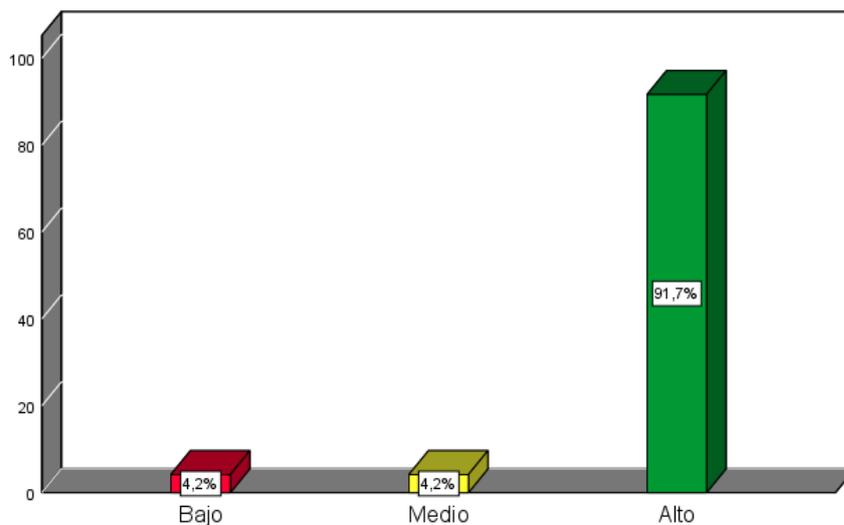
*Adaptabilidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	--	------------	------------	----------------------	-------------------------

Válido	Bajo	1	4,2	4,2	4,2
	Medio	1	4,2	4,2	8,3
	Alto	22	91,7	91,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 27**

*Adaptabilidad*



En la gráfica se visualiza que el 91.7% de los elementos indicaron que el nivel de adaptabilidad a los cambios de los colaboradores en la agencia es alto; mientras tanto, el 4.2% manifestaron que está en un nivel medio; sin embargo, el 4.2% opinaron que está en un nivel bajo.

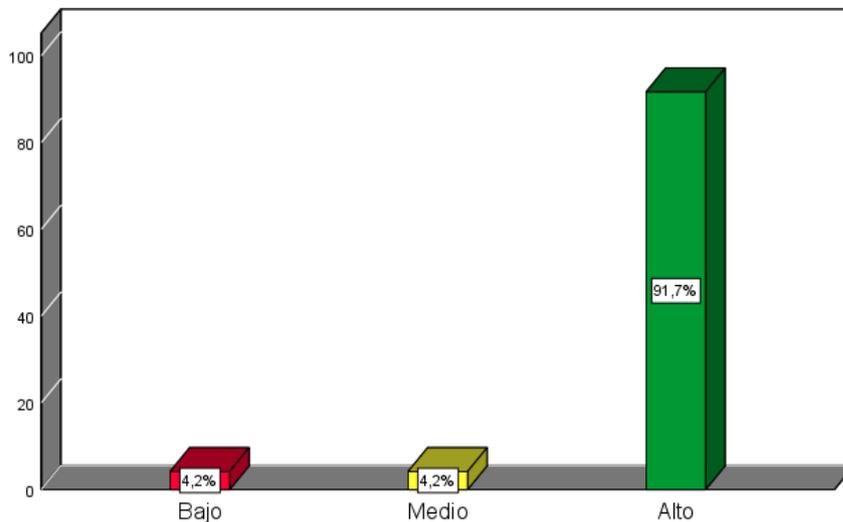
**Tabla 37**

*Misión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,2	4,2	4,2
	Medio	1	4,2	4,2	8,3
	Alto	22	91,7	91,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 28**

*Misión*



En la gráfica se visualiza que el 91.7% de los encuestados indicaron que el nivel de claridad de metas y objetivos en la entidad es alto; mientras tanto, el 4.2% manifestaron que está en un nivel medio; sin embargo, el 4.2% opinaron que está en un nivel bajo.

**Análisis descriptivos de la variable cultura organizacional**

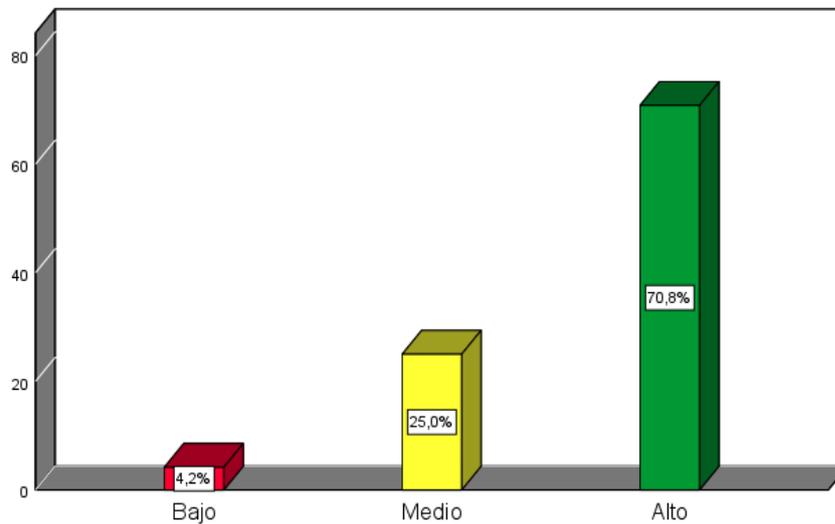
**Tabla 38**

*Cultura organizacional*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,2	4,2	4,2
	Medio	6	25,0	25,0	29,2
	Alto	17	70,8	70,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 29**

*Cultura organizacional*



En la gráfica se aprecia que el 70.8% de los elementos indicaron que el nivel de cultura organizacional en la entidad es alto; mientras tanto, el 25% manifestaron que está en un nivel medio; sin embargo, el 4.2% opinaron que está en un nivel bajo.

### **Análisis descriptivos de las dimensiones de engagement**

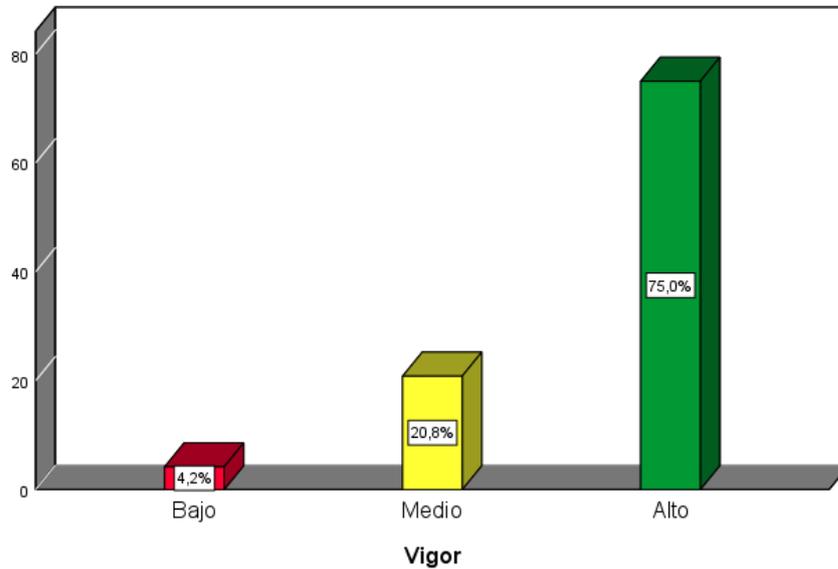
**Tabla 39**

*Vigor*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,2	4,2	4,2
	Medio	5	20,8	20,8	25,0
	Alto	18	75,0	75,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 30**

*Vigor*



En la gráfica se evidencia que el 75.8% de los miembros manifestaron que el nivel de vigor en los miembros de la entidad es alto; mientras tanto, el 20.8% manifestaron que está en un nivel medio; sin embargo, el 4.2% opinaron que está en un nivel bajo.

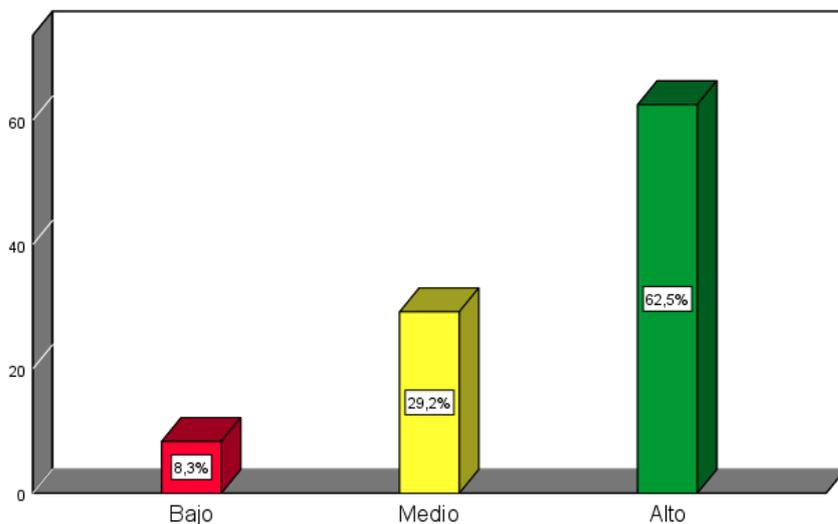
**Tabla 40**

*Dedicación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	8,3	8,3	8,3
	Medio	7	29,2	29,2	37,5
	Alto	15	62,5	62,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 31**

*Dedicación*



En la gráfica se evidencia que el 62.5% de los miembros manifestaron que el nivel de dedicación de los miembros en la realización de sus labores en la entidad es alto; mientras tanto, el 20.8% manifestaron que está en un nivel medio; sin embargo, el 4.2% opinaron que está en un nivel bajo.

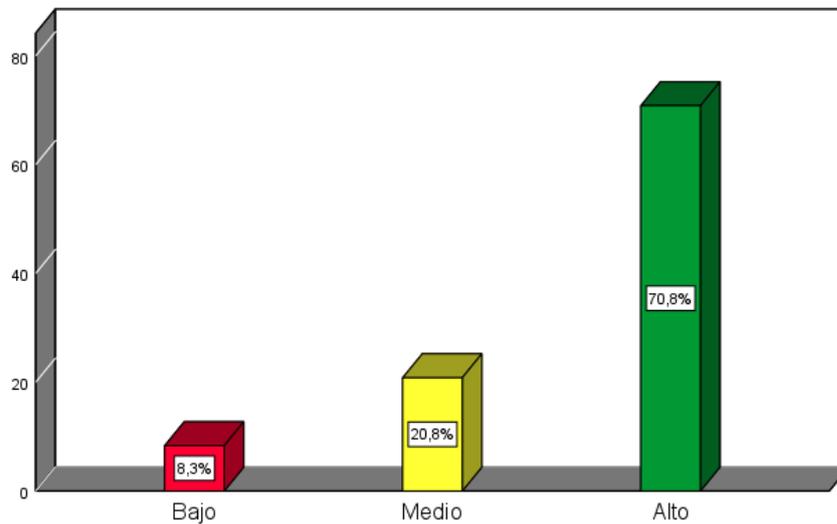
**Tabla 41**

*Absorción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	8,3	8,3	8,3
	Medio	5	20,8	20,8	29,2
	Alto	17	70,8	70,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 32**

*Absorción*



En la gráfica se visualiza que el 70.8% de los miembros manifestaron que el nivel de absorción de los miembros en la realización de sus labores en la entidad es alto; mientras tanto, el 20.8% manifestaron que está en un nivel medio; sin embargo, el 8.3% opinaron que está en un nivel bajo.

### **Análisis descriptivos de la variable engagement**

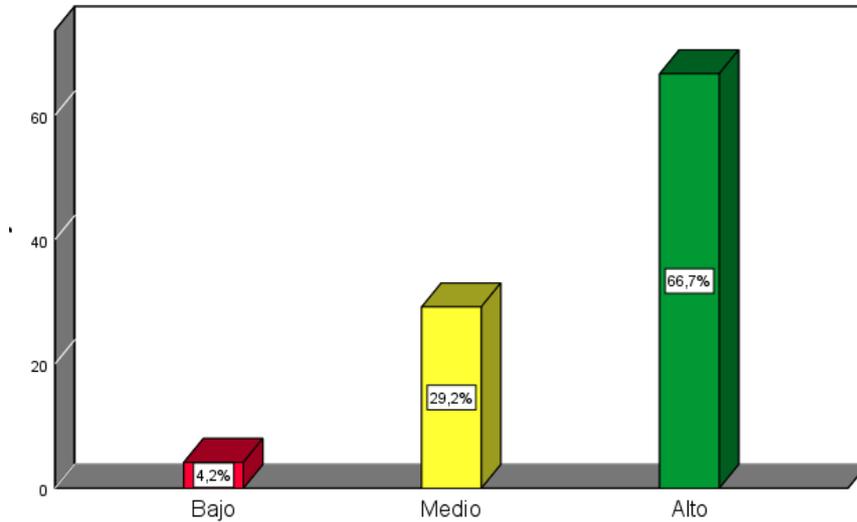
**Tabla 42**

*Engagement*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	4,2	4,2	4,2
	Medio	7	29,2	29,2	33,3
	Alto	16	66,7	66,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

**Figura 33**

*Engagement*



En la gráfica se visualiza que el 66.7% de los encuestados indicaron que el nivel de engagement de los miembros en la realización de sus labores en la entidad bancaria es alto; mientras tanto, el 29.2% manifestaron que está en un nivel medio; sin embargo, el 4.2% opinaron que está en un nivel bajo.