



**ESCUELA DE POSGRADO**

**TESIS**

**FELICIDAD ORGANIZACIONAL, ENGAGEMENT  
Y CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS  
COLABORADORES DE LA EMPRESA CCACTE  
CONSULTING, 2024**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE  
MAESTRO EN GESTIÓN DEL TALENTO  
HUMANO**

**Autor:**

**Bach. Quintana Ruidias Hector Daniel  
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0575-1255>**

**Asesor**

**Dr. Tuesta Torres Edgar Roland  
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-3810-6180>**

**Línea de Investigación:**

**Gestión, innovación, emprendimiento y competitividad que  
promueva el crecimiento económico inclusivo y sostenido**

**Sublínea de Investigación:**

**Institucionalidad y gestión de las organizaciones.**

**Pimentel – Perú  
2024**

**FELICIDAD ORGANIZACIONAL, ENGAGEMENT Y  
CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS  
COLABORADORES DE LA EMPRESA CCACTE  
CONSULTING, 2024**

**APROBACIÓN DE TESIS**



---

**Dr. CALLEJAS TORRES JUAN CARLOS**  
**Presidente del Jurado de Tesis**



---

**Dr. BUSTAMANTE QUINTANA  
PEPE HUMBERTO**  
**Secretario del Jurado de Tesis**



---

**Dr. TUESTA TORRES  
EDGAR ROLAND**  
**Vocal del Jurado de Tesis**

**DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) **egresado (s)** del Programa de Estudios de **MAESTRÍA EN GESTION DEL TALENTO HUMANO** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro (amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

**FELICIDAD ORGANIZACIONAL, ENGAGEMENT Y CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CCACTE CONSULTING, 2024**

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firman:

QUINTANA RUIDIAS HECTOR DANIEL	DNI: 02879477	
--------------------------------	---------------	---

Pimentel, 19 de agosto de 2024.

# REPORTE DE SIMILITUD TURNITIN

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**QUINTANA RUIDIAS-TURNITIN.docx**

RECuento de palabras

**19217 Words**

RECuento de caracteres

**112400 Characters**

RECuento de páginas

**69 Pages**

Tamaño del archivo

**777.8KB**

Fecha de entrega

**Aug 19, 2024 5:16 PM GMT-5**

Fecha del informe

**Aug 19, 2024 5:17 PM GMT-5**

## ● 13% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

## ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Material citado

## Índice de Contenidos

Índice de Contenidos .....	v
Índice de Tablas.....	vi
Índice de Figuras .....	vii
Dedicatoria.....	viii
Agradecimiento .....	viii
RESUMEN .....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN .....	12
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA .....	12
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	28
1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO .....	29
1.4. OBJETIVOS.....	31
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	31
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	31
1.5 HIPÓTESIS.....	32
1.6. TRABAJOS PREVIOS .....	33
1.7. BASES TEÓRICAS RELACIONADAS AL TEMA.....	40
II. MARCO METODOLÓGICO .....	53
2.1. ENFOQUE .....	53
2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN .....	58
2.3. POBLACIÓN, MUESTREO Y MUESTRA .....	62
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD .....	62
2.5. PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	63
2.6. CRITERIOS ÉTICOS .....	64
2.7. CRITERIO DE RIGOR CIENTÍFICO .....	65
III. RESULTADOS.....	67
3.2. APORTE DE INVESTIGACIÓN .....	70
3.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	72
IV. CONCLUSIONES .....	74
V. RECOMENDACIONES.....	77
REFERENCIAS .....	80
ANEXOS.....	89

## Índice de Tablas

Tabla 1 : Operacionalización de Variables .....	61
Tabla 2 : Modelo de Regresión Lineal múltiple.....	67
Tabla 3 : Resultado del Modelo.....	67
Tabla 4 : Vinculación de V1 y V2.....	67
Tabla 5: Análisis de Varianza de las Variables V1y V2 .....	68
Tabla 6: Coeficientes de correlación entre V1 y V3.....	68
Tabla 7: Análisis de Varianza entre la V1 y V3.....	69
Tabla 8: Coeficientes de correlación entre el V2 y V3.....	69
Tabla 9: Análisis de Varianza entre V2 y V3 .....	70

## Índice de Figuras

Figura 1 Interrelación de las Variables .....	58
---	----

## **Dedicatoria**

A mi querido hijo:

Con inmenso amor y orgullo, te dedico este trabajo culminante de mi maestría en Gestión del Talento Humano. Tu sonrisa radiante, tu energía contagiosa y tu espíritu puro han sido mi fuente de inspiración constante a lo largo de este camino. Eres mi mayor tesoro y la razón por la que cada día me esfuerzo por ser una mejor persona y un profesional ejemplar.

A mi querida esposa:

Tu amor y apoyo incondicional han sido fundamentales en mi camino hacia la realización de este logro académico.

Durante todo este tiempo, has sido mi compañera de vida y mi mayor fuente de inspiración. Tu aliento y paciencia me han dado la fortaleza necesaria para superar los desafíos que se presentaron en el camino. Gracias por creer en mí y por ser mi apoyo constante

## **Agradecimiento**

A Dios Todopoderoso,

Con profunda gratitud y devoción, elevo mis oraciones para agradecerte por la sabiduría, la fortaleza y la guía que me has brindado durante todo el proceso de realización de esta tesis de maestría. Tu luz divina ha iluminado mi camino y me ha permitido superar cada obstáculo con fe y determinación.

En cada página de este trabajo, reflejo tu infinita bondad y el amor incondicional que me has regalado. Agradezco la oportunidad de poder contribuir al conocimiento y al bienestar de las personas a través de la investigación y el análisis. Que este logro sirva como un humilde testimonio de mi fe y como una expresión de mi eterno agradecimiento por tus bendiciones.

A mi querida Mamá Francisca (en el cielo),

Mamá, aunque ya no estés físicamente presente, tu espíritu sigue vivo en mi corazón y en cada paso que doy. Tu amor incondicional, tus valores inquebrantables y tu incansable apoyo fueron la base sobre la cual construí mi vida y mis sueños.

Te agradezco infinitamente por haberme inculcado la importancia de la educación, del trabajo duro y de la perseverancia. Tu ejemplo de mujer fuerte y resiliente me inspiró a nunca rendirme ante las dificultades y a siempre perseguir mis metas con pasión y determinación. Hoy, con orgullo, dedico este logro a tu memoria. Sé que estás presente en cada uno de mis éxitos, animándome y celebrando junto a mí. Te extraño profundamente, pero tu amor y tu recuerdo me acompañarán siempre.

A mi querida tía Soledad,

Gracias por ser un pilar fundamental en mi vida. Tu cariño, tu apoyo incondicional y tus sabios consejos han sido un faro que me ha guiado en los momentos más difíciles. Agradezco profundamente tu confianza en mí y tu constante aliento para alcanzar mis metas. Eres una fuente de inspiración y un ejemplo de bondad y generosidad. Agradezco de todo corazón tu generosidad y tu desinterés. Siempre has estado presente para mí, brindándome tu apoyo en los momentos que más lo he necesitado

## RESUMEN

Este estudio investigó la relación entre felicidad organizacional, engagement y cultura organizacional en la empresa CCACTE CONSULTING. El objetivo fue determinar la relación existente entre estas variables. Se empleó un diseño no probabilístico de tipo muestreo censal, utilizando un cuestionario autoadministrado para recopilar datos de los 30 colaboradores, lo que constituyó la muestra completa. Se realizó un análisis correlacional utilizando SPSS. Los resultados revelaron una relación significativa y positiva entre la felicidad organizacional y el engagement, así como entre estas dos variables y la cultura organizacional. Esto sugiere que un mayor nivel de felicidad y compromiso entre los colaboradores está asociado con una cultura organizacional más sólida. Se destaca la importancia de fomentar la felicidad y el engagement dentro de la empresa como estrategia para promover una cultura organizacional favorable. Estos hallazgos tienen implicaciones importantes para la gestión de recursos humanos y el desarrollo organizacional en entornos empresariales.

Palabras clave: Felicidad Organizacional, Engagement, Cultura Organizacional, Relación, Colaboradores.

## **ABSTRACT**

This study investigated the relationship between organizational happiness, engagement, and organizational culture at CCACTE CONSULTING. The objective was to determine the existing relationship among these variables. A non-probabilistic design with census sampling was employed, using a self-administered questionnaire to collect data from the 30 employees, which constituted the complete sample. A correlational analysis was conducted using SPSS. The results revealed a significant and positive relationship between organizational happiness and engagement, as well as between these two variables and organizational culture. This suggests that a higher level of happiness and engagement among employees is associated with a stronger organizational culture. The importance of fostering happiness and engagement within the company is highlighted as a strategy to promote a favorable organizational culture. These findings have important implications for human resource management and organizational development in business environments.

Keywords: Organizational Happiness, Engagement, Organizational Culture, Relationship, Employees.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

La Organización de las Naciones Unidas considera la felicidad organizacional como un elemento esencial para el estado de satisfacción integral de los individuos en el contexto ocupacional. La felicidad en el trabajo se distingue por un entorno laboral favorable, relaciones interpersonales saludables y un sentido de intención y realización en las tareas laborales. La ONU resalta que la promoción de la felicidad organizacional no solo beneficia a los empleados en términos de satisfacción laboral y bienestar emocional, sino que también conduce a un mayor compromiso, productividad y cohesión dentro de la organización. Además, la ONU enfatiza que la felicidad en el trabajo es un factor determinante en pos de sociedades más saludables y sostenibles, alentando a las empresas a adoptar directrices y procedimientos que promuevan el balance entre el ámbito profesional y el privado de sus colaboradores. Define El Engagement como una actitud mental positiva y afectiva del trabajador con respecto a su trabajo. Se caracteriza por una alta energía y entusiasmo, donde el trabajador se siente motivado y con ganas de trabajar; concentración y persistencia, lo que significa que el trabajador se enfoca en sus tareas y las lleva a cabo con perseverancia; y una implicación y disfrute, donde el trabajador se siente involucrado en su trabajo y encuentra satisfacción en él. El Engagement es un elemento fundamental para lograr efectos individuales y colectivos en el ámbito laboral. Entre sus beneficios para los trabajadores se encuentran una mayor satisfacción y bienestar, lo que se traduce en un mejor estado de ánimo, reducción del estrés y un mayor sentido de realización; una mayor productividad y desempeño, con mayor eficiencia, creatividad y resultados laborales; y un mayor compromiso con la empresa, que implica lealtad, identificación con la organización y disposición para ir más allá de las expectativas (ONU, 2021).

Para la ONU las empresas también se benefician del Engagement de sus colaboradores de varias maneras. En primer lugar, se logra una mayor retención del talento, ya que los empleados comprometidos tienen más probabilidades de permanecer en la empresa a largo plazo. Además, se fomenta una mayor innovación y creatividad, lo que resulta en soluciones más novedosas y una

mejor adaptabilidad a los cambios del mercado. El Engagement también contribuye a una mejor imagen y reputación de la empresa, aumentando su atractivo tanto para el talento como para los clientes. Finalmente, el compromiso de los colaboradores se traduce en una mayor rentabilidad y competitividad, ya que un equipo motivado y eficiente puede generar mejores resultados y un desempeño superior en el mercado.

La Organización de las Naciones Unidas define la Cultura Organizacional como el conjunto de principios que guían las acciones de la empresa y sus empleados y le dan identidad; una cultura organizacional positiva se caracteriza por valores compartidos, sentido de comunidad, confianza y transparencia: Comunicación abierta, honesta y fluida en todos los niveles, enfoque en el desarrollo del talento: Promoción del aprendizaje, la capacitación y el crecimiento profesional. Subraya la crucialidad de una cultura organizacional positiva para obtener resultados sostenibles en las empresas. Entre sus beneficios se encuentran la lealtad, la identificación con la compañía y la disposición de los empleados para ir más allá de las expectativas. Además, una cultura positiva mejora la toma de decisiones, ya que un entorno colaborativo y transparente favorece la información y el análisis. También se logra una mayor satisfacción de los clientes, gracias a un servicio de calidad y una atención personalizada. Por último, una cultura organizacional positiva contribuye a una mejor imagen y reputación, aumentando el atractivo de la empresa tanto para el talento como para los clientes. (ONU, 2021).

La Organización de Estados Americanos afirma que la Felicidad Organizacional es una situación de bienestar y realización que experimentan los colaboradores en el ámbito laboral. Se caracteriza por estados emocionales positivos, como la alegría, el entusiasmo, el optimismo y el sentido de logro. Además, incluye relaciones laborales positivas, basadas en la confianza, la colaboración y el apoyo mutuo entre compañeros y con la dirección. También señala que una cultura organizacional que fomente la Felicidad Organizacional no solo mejora el bienestar de los colaboradores, sino que también genera un impacto positivo en varios aspectos. Esto incluye una mayor eficiencia, desempeño y resultados laborales, así como una disminución de las

consecuencias económicas y organizacionales del constante cambio de empleados. Además, se fomenta la innovación, lo que se traduce en una mayor creatividad y generación de nuevas ideas. También se aumenta el atractivo para el talento y los clientes, y se mejora la competitividad de la empresa, permitiendo una mayor capacidad de adaptación y éxito en el mercado. También señala que la Felicidad Organizacional es un elemento vital en el desarrollo sostenible en las compañías y en el país (OEA,2021)

La OEA define el Engagement como una actitud alegre, esperanzadora y afectiva del trabajador hacia su entorno laboral. Se destaca por una alta energía y entusiasmo, donde el trabajador se siente motivado y con ganas de trabajar; dedicación y persistencia, manifestada en la concentración en las tareas y la perseverancia en su ejecución; y absorción y disfrute, con el trabajador sintiéndose involucrado y encontrando satisfacción en su trabajo. Este compromiso es crucial para el éxito tanto individual como colectivo en el ámbito laboral, según la OEA (2023). Para los trabajadores, los beneficios incluyen una mayor satisfacción y bienestar, mejorando el estado de ánimo, reduciendo el estrés y aumentando el sentido de realización. También se observa una mayor productividad y desempeño, con incrementos en eficiencia, creatividad y efectividad laboral, además de un mayor compromiso con la empresa, mostrando lealtad, identificación con la organización y disposición para superar expectativas. Las empresas, por su parte, también se benefician del Engagement de sus colaboradores, logrando una mayor retención del talento, fomentando la innovación y la creatividad con soluciones más novedosas y adaptabilidad a los cambios, mejorando su imagen y reputación para atraer tanto talento como clientes, y aumentando su rentabilidad y competitividad en el mercado.

Para la OEA (2022), la Cultura Organizacional se define como el sistema de creencias, normas y conductas que conforman la identidad de una compañía. Se destaca por la presencia de valores compartidos que guían las acciones y decisiones, un sentido de comunidad que promueve la colaboración y el apoyo entre los miembros del equipo, así como la confianza y transparencia facilitada por una comunicación abierta, honesta y fluida en todos los niveles organizacionales. Además, la cultura organizacional se centra en el desarrollo

del talento mediante la promoción del aprendizaje, la capacitación y el crecimiento profesional continuo. También se enfatiza el reconocimiento y la recompensa como parte integral, valorando el trabajo bien hecho y las contribuciones significativas de los colaboradores para fortalecer el compromiso y la motivación dentro de la empresa.

La OEA (2022) destaca la importancia de una cultura organizacional positiva para el crecimiento sostenible y responsable de las empresas en la región. Entre los beneficios identificados se encuentran una mayor capacidad para la innovación y la creatividad, facilitando la generación de soluciones más novedosas y la adaptabilidad a los cambios del entorno. Además, se promueve una mejor toma de decisiones gracias a un entorno colaborativo y transparente que favorece tanto la disponibilidad de información como su análisis detallado. Esto contribuye también a una mayor satisfacción de los clientes al ofrecer un servicio de calidad y una atención personalizada. Finalmente, una cultura organizacional positiva fortalece la imagen y la reputación de la empresa, incrementando su atractivo tanto para el talento interno como para los clientes externos.

La Unión Europea (UE) sostiene que el Contenido Organizacional es una condición de bienestar y realización que experimentan los empleados en el ámbito laboral. Se caracteriza por emociones positivas como la satisfacción laboral, el sentido de motivación intrínseca que impulsa a realizar el trabajo por el placer y la satisfacción que proporciona, y la percepción de que el trabajo contribuye a una intención significativa. Además, incluye la resiliencia, que es la capacidad para enfrentar los desafíos laborales de manera positiva, y relaciones laborales positivas basadas en la confianza, el respeto mutuo, un sentido de comunidad y un flujo de información efectiva y honesta. Para la UE (2023), los valores, creencias y prácticas compartidas que promueven la Felicidad Organizacional no solo aumentan la satisfacción y el compromiso de los colaboradores, sino que también tienen un impacto positivo en la eficiencia, el desempeño y los resultados laborales. Además, fomentan la innovación al estimular la creatividad y la generación de nuevas ideas, mejoran la retención del talento, aumentan el atractivo para el talento y los clientes, y fortalecen la competitividad al mejorar la capacidad de adaptación y el éxito en el mercado.

La Unión Europea (UE) define el compromiso laboral como un enfoque esperanzador y afectivo del trabajador con respecto a su trabajo. Se caracteriza por una alta voluntad y dedicación, incluyendo un sentimiento de pertenencia y orgullo de formar parte de la organización, una disposición para ir más allá de las tareas habituales y asumir responsabilidades adicionales, y una búsqueda activa del logro de metas individuales y organizacionales. Además, abarca energía y entusiasmo, reflejados en una actitud positiva y energética en el desempeño laboral, una capacidad para motivar e inspirar a los compañeros, y perseverancia ante los desafíos con optimismo y determinación. Asimismo, el compromiso implica absorción y disfrute en el trabajo, mostrados a través de una concentración total en las tareas y responsabilidades, una sensación de placer y satisfacción durante el desempeño laboral, y un sentido de logro y realización significativo.

Según la UE (2023), el compromiso laboral es un factor crucial para el éxito tanto individual como colectivo en el ámbito laboral. Para los trabajadores, los beneficios incluyen una mayor satisfacción y bienestar, lo cual se refleja en un mejor estado de ánimo, reducción del estrés y un mayor sentido de realización personal. Además, el compromiso laboral conduce a una mayor productividad y desempeño, facilitando una mayor eficiencia, creatividad y efectividad en las tareas laborales. También promueve un mayor desarrollo profesional al incentivar la búsqueda activa de oportunidades de aprendizaje y crecimiento dentro de la organización. Por último, el compromiso laboral fomenta una disposición para permanecer en la organización a largo plazo, fortaleciendo la estabilidad y continuidad laboral tanto para los empleados como para la empresa.

Para la UE (2023), las empresas también se benefician del Engagement de sus colaboradores con una mayor retención del talento, mayor innovación y creatividad para desarrollar soluciones más novedosas y adaptabilidad a los cambios, una mejor imagen y reputación que aumenta el atractivo para el talento y los clientes, y una mayor rentabilidad y competitividad.

Para OMS (2020), la felicidad organizacional se define como un estado de bienestar subjetivo y duradero, que surge de la complacencia global con la vida laboral y se relaciona estrechamente con el sentido de intención y la realización personal en el entorno laboral (OMS, 2020). Este concepto va más allá de la

mera ausencia de malestar o enfermedad, abarcando dimensiones emocionales, cognitivas y sociales que influyen en la percepción del individuo sobre su calidad de vida en el trabajo. La OMS enfatiza la importancia de promover entornos laborales saludables y favorables para el bienestar psicológico y emocional de los trabajadores, lo cual contribuye no solo a su felicidad individual, sino también al rendimiento y la productividad organizacional. Además, destaca que la felicidad organizacional no solo beneficia a los empleados, sino que también puede tener un impacto positivo en la satisfacción del cliente, la reputación de la empresa y su capacidad para atraer y retener talento clave en un mercado laboral altamente competitivo.

La OMS (2021), el engagement se trata a un estado de compromiso activo y positivo hacia el trabajo y la organización, en el cual los empleados se sienten emocionalmente conectados con su labor, muestran un alto nivel de energía y dedicación, y están motivados para contribuir al éxito de la empresa (OMS, 2021). Este concepto implica una combinación de factores, como la satisfacción laboral, la identificación con los valores e intenciones de la organización, así como la percepción de apoyo y reconocimiento por parte de los superiores y compañeros de trabajo. La OMS destaca la importancia del engagement como un predictor clave del bienestar psicológico y la productividad en el trabajo, y subraya la necesidad de promover estrategias de gestión del talento que fomenten la participación activa y el compromiso de los empleados en todas las áreas de la organización.

La OMS (2021), la cultura organizacional se define como el conjunto de valores, normas, creencias y comportamientos compartidos dentro de una organización, que influyen en la manera en que los empleados perciben y abordan su trabajo, así como en la interacción entre los miembros de la empresa (OMS, 2019). Esta cultura puede manifestarse a través de rituales, símbolos y prácticas cotidianas que reflejan los principios fundamentales y la identidad única de la organización. La OMS destaca la importancia de una cultura organizacional saludable y positiva en la promoción del bienestar laboral, la cohesión del equipo y el éxito a largo plazo de la empresa. Además, enfatiza la necesidad de que los líderes y directivos fomenten una cultura que promueva la equidad, la

transparencia, el respeto y la colaboración entre todos los miembros de la organización.

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2019) establece una estrecha relación entre la Felicidad Organizacional, el Engagement y la Cultura Organizacional. Según la OMS, una cultura organizacional que promueve la Felicidad Organizacional también facilita el Engagement, caracterizado por un estado mental positivo y afectivo del trabajador hacia su trabajo. Este estado se manifiesta en vigor, con alta energía y entusiasmo dedicados al trabajo; dedicación, con alta concentración y persistencia en las tareas laborales; y absorción, mostrando profunda implicación y disfrute en las actividades laborales. Los factores que fomentan el Engagement incluyen el sentido del trabajo, donde se percibe un impacto positivo de las tareas realizadas; autonomía para tomar decisiones y controlar el propio trabajo; reconocimiento del trabajo realizado y las contribuciones del trabajador; oportunidades de desarrollo profesional; y relaciones positivas en el entorno laboral. La interrelación entre Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional muestra que la Felicidad Organizacional crea un entorno laboral favorable que motiva a los empleados y fomenta su compromiso. A su vez, el Engagement aumenta la satisfacción y el bienestar, fortaleciendo la Felicidad Organizacional. Una cultura organizacional positiva, caracterizada por valores compartidos, sentido de comunidad, confianza y transparencia, juega un papel crucial en promover tanto la Felicidad Organizacional como el Engagement entre los empleados.

La OIT (2019) reconoce la Felicidad Organizacional como un factor crucial para el bienestar laboral y el desarrollo sostenible de las empresas. Según la OIT, se define como un estado de satisfacción y plenitud en el ámbito laboral, caracterizado por sentimientos positivos como alegría, entusiasmo, optimismo y un sentido de logro personal. Además, incluye relaciones laborales positivas basadas en la confianza, la colaboración y el apoyo mutuo entre compañeros y con la dirección. La Felicidad Organizacional también implica una armonía entre el ámbito corporativo y el individual, permitiendo la conciliación efectiva entre las demandas del trabajo y las necesidades personales y familiares de los empleados.

De acuerdo a la OIT (2019), una cultura organizacional que fomente la Felicidad Organizacional no solo mejora la salud mental y el bienestar de los trabajadores, sino que también impacta positivamente en la productividad, la innovación, la retención del talento y la reputación de la empresa.

La OIT (2017) define el Engagement como una condición mental positiva y afectiva del trabajador hacia su trabajo. Esta actitud se caracteriza por vigor, que refleja alta energía y entusiasmo dedicado a las tareas laborales; dedicación, que implica alta concentración y persistencia en las responsabilidades laborales; y absorción, que denota profunda implicación y disfrute en las actividades laborales.

De acuerdo a la OIT (2017), el Engagement no solo mejora el bienestar individual de los colaboradores, sino que también tiene un impacto positivo significativo en la productividad, la innovación, la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa. Factores clave que fomentan el Engagement incluyen el sentido de trabajo significativo, donde los empleados perciben que su labor contribuye a algo importante; la autonomía para tomar decisiones y controlar su trabajo; el reconocimiento efectivo del trabajo realizado y las contribuciones individuales; las oportunidades continuas de desarrollo profesional que permiten aprender y crecer dentro de la organización; y la promoción de relaciones positivas en un ambiente laboral colaborativo y de apoyo mutuo entre los compañeros. Estos elementos no solo fortalecen el compromiso de los empleados, sino que también contribuyen a un entorno laboral más productivo y satisfactorio en general. La OIT (2017) sostiene que las compañías que promueven una cultura de Engagement no solo obtienen efectos económicos superiores, sino que también crean un ambiente de trabajo con una atmósfera más favorable y eficiente. Esta cultura se caracteriza por valores compartidos que guían las acciones y decisiones organizacionales, un sentido de comunidad que fomenta un fuerte sentimiento de pertenencia entre los empleados, confianza y transparencia en las comunicaciones y relaciones laborales, un enfoque claro en el desarrollo del talento mediante compromisos activos con la capacitación y el crecimiento profesional, así como una valoración continua del trabajo bien hecho y las contribuciones individuales de los trabajadores. Estos elementos no solo fortalecen el compromiso y la satisfacción

de los empleados, sino que también promueven un entorno donde la colaboración, la innovación y el rendimiento son más efectivos y sostenibles a largo plazo.

La OIT (2019) sostiene que una cultura organizacional fuerte y positiva tiene un impacto significativo en el desempeño de la empresa, ya que incrementa la satisfacción de los empleados, mejora la productividad y fomenta la innovación. Además, fortalece la retención del talento al crear un ambiente laboral atractivo y apoyar el desarrollo profesional de los empleados. Asimismo, una cultura organizacional positiva contribuye a mejorar la imagen y reputación de la empresa, atrayendo tanto a talentos potenciales como a clientes interesados en una organización comprometida con el bienestar de sus empleados y con estándares altos de calidad y ética empresarial. La OIT (2019) establece una estrecha relación entre la Felicidad Organizacional y la Cultura Organizacional. Según la OIT, una cultura organizacional positiva que promueva valores compartidos relacionados con el bienestar y el desarrollo personal, un sentido de comunidad, apoyo mutuo, confianza, transparencia, realización profesional, y reconocimiento por el trabajo bien hecho, crea las condiciones ideales para el florecimiento de la Felicidad Organizacional. Esta última se caracteriza por la satisfacción laboral con el trabajo realizado y el entorno laboral, un sentido del trabajo que percibe un impacto positivo, y un alto nivel de Engagement y motivación por parte de los empleados. La sinergia entre estos valores, creencias y prácticas compartidas y la felicidad resultante genera un círculo virtuoso que beneficia a todos los actores involucrados: los colaboradores experimentan mayor bienestar, satisfacción, compromiso, motivación, productividad y creatividad, así como una mejor retención en la empresa; mientras que la empresa se beneficia con un mejor clima laboral, relaciones interpersonales más sólidas, mayor eficiencia, innovación, creatividad, una mejor imagen y reputación, y una mayor rentabilidad y competitividad en el mercado.

La Organización Internacional del Trabajo establece una estrecha vinculación entre la Felicidad Organizacional y el compromiso laboral. Una cultura organizacional que fomente la Felicidad Organizacional también promueve vigor, dedicación y absorción en el trabajo. Señala que la Felicidad Organizacional y el Engagement se alimentan mutuamente: la Felicidad

Organizacional genera un entorno de trabajo agradable, donde cada uno de los empleados se sienten motivados y comprometidos. El Engagement, a su vez, aumenta la satisfacción y el bienestar, fortaleciendo la Felicidad Organizacional. Esta sinergia entre ambos conceptos genera beneficios tanto para los colaboradores como para la empresa: para los colaboradores, implica un mayor sentido de intención y significado en el trabajo, mayor motivación y productividad, mayor lealtad con la empresa y mayor satisfacción. Para la empresa, implica un mejor clima organizacional y relaciones interpersonales, mayor innovación y creatividad, mayor retención del talento, mejor imagen y reputación, y mayor rentabilidad y competitividad (OIT, 2019).

La OIT (2019) establece un vínculo cercano entre la Felicidad Organizacional que proporciona la empresa, el Engagement y los valores, creencias y prácticas compartidas. Según la OIT (2019), una cultura organizacional positiva que fomente la Felicidad Organizacional también promueve el Engagement, caracterizado por vigor, dedicación y absorción en el trabajo. Además, factores como el sentido del trabajo, la autonomía, el reconocimiento, las oportunidades de desarrollo y las relaciones positivas contribuyen significativamente al Engagement. Esta interrelación entre Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional crea un entorno laboral favorable donde los colaboradores se sienten motivados y comprometidos. El Engagement, a su vez, incrementa la satisfacción y el bienestar, fortaleciendo aún más la Felicidad Organizacional. Asimismo, una cultura organizacional con valores compartidos, sentido de comunidad, confianza y transparencia no solo promueve la Felicidad Organizacional y el Engagement, sino que también fortalece la cohesión y eficiencia dentro de la empresa, mejorando su imagen, reputación y competitividad en el mercado.

La Felicidad Organizacional, según la Comunidad Andina de Naciones (CAN, 2021), representa un estado de bienestar emocional, mental y comunitario que los colaboradores experimentan en su entorno laboral. Este concepto se caracteriza por diversas dimensiones: emociones positivas como la satisfacción laboral y la motivación intrínseca, que impulsan el placer y la satisfacción en el trabajo; el sentido de intención, que refleja la percepción de contribuir a objetivos

significativos; y la resiliencia, que capacita para enfrentar desafíos laborales de manera positiva. Además, se enfatiza en relaciones laborales positivas marcadas por la confianza, el respeto mutuo y un sentido de comunidad que fomenta la seguridad y la consideración entre colegas y superiores. Asimismo, se promueve un flujo de información efectiva y honesta en todos los niveles de la organización. La armonía entre el trabajo y la vida personal se destaca por la conciliación, el bienestar integral que equilibra el desarrollo profesional, personal y familiar, y la prevención del burnout mediante un adecuado manejo del estrés laboral y la carga de trabajo.

Según la Comunidad Andina de Naciones (CAN, 2021), una cultura organizacional que promueva la Felicidad Organizacional no solo contribuye al bienestar general de los empleados, sino que también tiene efectos positivos significativos para la empresa. Estos beneficios incluyen una mayor eficiencia, mejor desempeño laboral y efectividad en las tareas realizadas, así como un ambiente propicio para la innovación, estimulando la creatividad y la generación de nuevas ideas. Además, facilita la retención del talento clave dentro de la organización, aumenta su atractivo tanto para potenciales empleados como para clientes, y mejora su competitividad al fortalecer su capacidad de adaptación y éxito en un mercado cambiante. En consecuencia, la CAN enfatiza que la Felicidad Organizacional es crucial para la sostenibilidad y la competitividad de las empresas en la región andina. La CAN (2021) expresa que el Compromiso laboral es una condición mental positiva y afectiva del trabajador hacia su empleo y la organización. Se caracteriza por una alta identificación y compromiso, manifestado en un fuerte arraigo a la empresa y sus valores, así como una disposición para ir más allá de las responsabilidades habituales y alinearse activamente con los objetivos organizacionales. Además, se distingue por la energía y entusiasmo que los empleados muestran, reflejados en su vitalidad y dinamismo en el trabajo, capacidad para motivar a sus compañeros y perseverancia ante los desafíos. Finalmente, el compromiso laboral se completa con la absorción y disfrute en las tareas, evidenciado en la concentración total, la sensación de flujo durante el trabajo y el sentido de logro y satisfacción derivado de contribuir significativamente al éxito organizacional.

Según la CAN (2021), el Engagement es fundamental para el éxito tanto individual como colectivo en el entorno laboral. Este compromiso se traduce en beneficios significativos para los trabajadores, incluyendo una mayor satisfacción y bienestar, mejorando su estado de ánimo, reduciendo el estrés y proporcionando un mayor sentido de realización personal. Además, el Engagement promueve una mayor productividad y desempeño laboral al aumentar la eficiencia, fomentar la creatividad y mejorar los resultados laborales. También impulsa el desarrollo profesional al estimular la búsqueda activa de oportunidades de aprendizaje y crecimiento dentro de la organización, contribuyendo así a una mayor disposición para permanecer en la empresa a largo plazo.

Para la CAN (2021), el compromiso de los colaboradores también conlleva beneficios significativos para las empresas. Entre estos se destacan una mayor retención del talento, facilitada por un ambiente laboral donde los empleados se sienten valorados y comprometidos. Asimismo, el compromiso fomenta la innovación y la creatividad, propiciando la generación de soluciones más innovadoras y adaptativas a los cambios del mercado. Esto no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también fortalece la imagen y reputación de la empresa, haciendo que sea más atractiva tanto para nuevos talentos como para clientes. Además, el compromiso contribuye a una mayor rentabilidad y competitividad al mejorar la productividad y la calidad de los productos o servicios ofrecidos.

En este sentido, la CAN considera que el Compromiso laboral es importante para la sostenibilidad de las empresas y el bienestar de los trabajadores en la región andina.

La CAN (2021) destaca que la cultura organizacional es fundamental para definir la identidad de una empresa, compuesta por valores, normas, creencias y comportamientos compartidos. Una cultura organizacional positiva se caracteriza por valores éticos como el compromiso con la comunidad, la integridad, la transparencia, el respeto a la diversidad, y un enfoque centrado en el usuario final. Además, promueve un entorno laboral colaborativo mediante el diálogo abierto, la colaboración en equipo, la valoración y gratificación del trabajo

bien hecho, y la promoción de la conciliación entre las obligaciones profesionales y personales. También se enfoca en el bienestar físico y mental de los colaboradores, facilitando así un ambiente propicio para el desarrollo personal y profesional dentro de la organización.

La CAN (2021) subraya que una cultura organizacional favorable es esencial para diversos aspectos clave en una empresa. Entre estos se incluye la promoción de la innovación, la productividad y la eficiencia, así como la capacidad de atraer y retener talento cualificado. Además, una cultura organizacional sólida fortalece la cohesión social al promover valores compartidos y la responsabilidad social corporativa, creando un ambiente donde los empleados se sienten valorados y comprometidos. Finalmente, contribuye significativamente al desarrollo sostenible al alinear las prácticas empresariales con principios éticos y ambientales, asegurando así un impacto positivo en la comunidad y el entorno.

En este sentido, la CAN considera a la cultura organizacional como un elemento trascendental para el éxito de las empresas, el bienestar de los empleados y el desarrollo sostenible en la región andina.

El MTPE (2023), define la Felicidad Organizacional como una condición de beneplácito emocional, mental y comunitario que experimentan los colaboradores en el ámbito laboral. Esta se caracteriza por diversas dimensiones fundamentales. En primer lugar, se destaca por generar emociones positivas como la satisfacción laboral, donde los trabajadores experimentan un sentimiento de agrado y valoración hacia sus labores. Además, promueve la motivación intrínseca, que implica una disposición interna para realizar el trabajo por el placer y la satisfacción que proporciona, así como un sentido de intención, donde perciben que su labor contribuye a una intención significativa dentro de la organización. Igualmente, la resiliencia se manifiesta como la capacidad para afrontar los desafíos laborales de manera positiva. En cuanto a las relaciones laborales, la Felicidad Organizacional fomenta la confianza y el respeto mutuo entre compañeros y superiores, un sentido de comunidad que fortalece la cohesión entre los colaboradores, y un diálogo fluido y transparente que facilita un flujo de información efectiva y honesta en todos los niveles organizacionales. Finalmente, promueve la armonía entre el trabajo y la vida individual mediante la

conciliación, el bienestar integral que busca estabilidad en el desarrollo profesional, personal y familiar, y la prevención del burnout mediante un adecuado manejo del estrés laboral y la carga de trabajo.

Según el MTPE (2023), una cultura organizacional que promueva la Felicidad Organizacional no solo asegura que sus colaboradores trabajen con satisfacción, sino que también genera impactos positivos significativos. Esto se traduce en una mayor eficiencia, desempeño y efectividad en las labores diarias, así como en una capacidad aumentada para la innovación y la generación de nuevas ideas. Además, contribuye a conservar el talento humano dentro de la organización, fortalece la imagen y reputación de la empresa, haciéndola más atractiva tanto para el talento como para los clientes, y mejora la competitividad al facilitar una mayor adaptación y éxito en el mercado.

En este sentido, el MTPE considera que la Felicidad que proporciona la empresa es un preponderante para el desarrollo sostenible de las empresas y el bienestar social en Perú.

El MTPE (2023), define el compromiso laboral como una condición mental positiva y relacional del trabajador con respecto a su trabajo y a la organización. Se caracteriza por una alta identificación y compromiso, manifestado en un fuerte arraigo a la empresa y sus valores, la disposición para asumir responsabilidades adicionales más allá de las funciones habituales, y una búsqueda activa del logro de metas individuales y organizacionales. Además, se distingue por la energía y entusiasmo que los empleados muestran, reflejado en una actitud positiva y energética en el desempeño laboral, capacidad para motivar a sus compañeros, y perseverancia ante los desafíos con optimismo y determinación. Asimismo, implica una absorción y disfrute en el trabajo, donde los empleados se concentran plenamente en sus responsabilidades, experimentan un flujo de trabajo placentero y satisfactorio, y perciben que su labor tiene un impacto significativo tanto a nivel personal como organizacional.

De acuerdo al MTPE (2023), el Engagement es un elemento crucial para el éxito tanto individual como colectivo en el ámbito laboral. Entre los beneficios que aporta a los trabajadores se destacan una mayor satisfacción y bienestar, que se traducen en un mejor estado de ánimo, reducción del estrés y un sentido

más profundo de realización personal. Además, el Engagement fomenta una mayor productividad y desempeño laboral al promover la eficiencia, creatividad y resultados efectivos en el trabajo. Facilita también un mayor desarrollo profesional al incentivar la búsqueda activa de oportunidades de aprendizaje y crecimiento continuo. Finalmente, el Engagement fortalece la dedicación y entrega hacia la organización, generando una disposición para permanecer en la misma a largo plazo y contribuir de manera significativa a sus objetivos y logros.

Según el MTPE (2023), las empresas también obtienen beneficios significativos del Engagement de sus colaboradores. Esto se refleja en una mayor retención del talento, impulsada por la conexión emocional y el compromiso de los empleados con la organización. Además, se promueve la innovación y la creatividad, facilitando la generación de soluciones más novedosas y una adaptabilidad más ágil a los cambios del mercado. Asimismo, el compromiso laboral fortalece la imagen y reputación de la empresa, aumentando su atractivo tanto para el talento como para los clientes. Finalmente, estos factores contribuyen directamente a una mayor rentabilidad y competitividad empresarial, alineando las metas individuales y organizacionales para alcanzar el éxito sostenible en el mercado.

En este sentido, el MTPE considera que el compromiso laboral es vital para la continuidad en el tiempo de las empresas y el bienestar de los trabajadores.

El MTPE (2023) define la cultura organizacional como el conjunto de valores, normas, creencias y comportamientos compartidos que caracterizan a una empresa y le confieren identidad. Esta cultura se distingue por varios aspectos fundamentales: en primer lugar, valores compartidos y éticos que incluyen el compromiso con el bienestar de los empleados, la sociedad y el medio ambiente, así como la integridad, transparencia y respeto a la diversidad para crear un ambiente inclusivo. Además, se enfoca en satisfacer las necesidades del usuario final y promueve la innovación continua. En segundo lugar, fomenta un entorno laboral positivo y colaborativo mediante una comunicación abierta y efectiva, el trabajo en equipo, el reconocimiento y la recompensa por el trabajo bien hecho, y el apoyo al equilibrio entre el trabajo y

la vida personal. También promueve el bienestar físico y mental de los empleados, promoviendo así un ambiente saludable y seguro.

Según el MTPE (2023), una cultura organizacional favorable juega un papel trascendental en varios aspectos clave. No solo impulsa mayores niveles de innovación, productividad y eficiencia dentro de la empresa, sino que también facilita la atracción y retención del talento humano necesario para mantener y fortalecer su competitividad. Además, contribuye significativamente a fortalecer la cohesión social interna al promover valores compartidos y prácticas inclusivas, y apoya activamente el desarrollo sostenible al alinear las operaciones empresariales con prácticas responsables hacia la sociedad y el medio ambiente.

En este sentido, el MTPE resalta que la cultura organizacional es descollante para que las empresas surgan y para que tengan felices a sus colaboradores.

CCACTE CONSULTING es una empresa de Alimentación, actualmente tiene da 2 Servicios de Alimentación el primero a una empresa privada Agroaurora ubicada en Piura, Provincia de Sullana-altura de Macacará, que tiene aproximadamente 210 colaboradores según temporada, ahí damos aproximadamente 9 desayunos, 210 almuerzos y 9 cenas, aunque ni los almuerzos ni las cenas es de todos los días, este número es de lunes a viernes, el sábado aproximadamente es de 75 personas y los domingos 30 personas, ahí ellos nos ceden la cocina y un pequeño almacén en concesión sin costo alguno para la elaboración de nuestras comidas. El otro cliente es el estado a través de Essalud, específicamente en el Hospital Heysen Incháustegui, ubicado en la Carretera a Pimentel del Departamento de Lambayeque, aquí ganamos un concurso público por un año, donde nosotros debemos dar los siguientes servicios: desayuno, refrigerios de la mañana, almuerzo, refrigerios de la tarde, cena, tanto al personal médico como a los pacientes hoy en día aproximadamente se está dando alimentación a 210 personas, aquí el hospital nos alquila el local de la cocina y 2 almacenes. En toda la empresa se realizan

procesos logísticos, de Calidad, de Operaciones, de Atención al Cliente principalmente. Aquí laboran para CCACTE CONSULTING 30 colaboradores.

En el contexto de la empresa CCACTE CONSULTING, la coexistencia de múltiples servicios de alimentación para distintos clientes, así como la diversidad de funciones que desempeña el personal, plantea una secuencia de obstáculos que tienen un efecto significativo en la felicidad organizacional, el compromiso laboral y los valores, creencias y prácticas compartidas. La complejidad logística y operativa inherente a la gestión de estos servicios, junto con La responsabilidad de ofrecer productos y servicios de primera clase y atención al cliente, pueden influir significativamente en la promoción de un clima organizacional saludable. Así pues, el foco de este estudio se encuentra en se enfoca en analizar cómo estas dinámicas se relacionan con la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional en CCACTE CONSULTING, con el fin de identificar áreas potenciales de mejora y enfoques estratégicos para promover una atmósfera alegre más positiva y productiva.

Manifestaciones de la problemática: Rotación de personal: Se observa una rotación de personal en CCACTE CONSULTING, especialmente en el área de colaboradores que trabajan en los servicios de alimentación. Esto genera costos adicionales para la empresa en procesos de reclutamiento, selección y entrenamiento de nuevos colaboradores. Grado de satisfacción en el trabajo: Los colaboradores de CCACTE CONSULTING, tanto en el área administrativa como en el área operativa, no se conocen los niveles de satisfacción laboral. Clima organizacional, existe un clima organizacional normal en CCACTE CONSULTING, por lo general existe desconfianza entre los colaboradores y el cliente. Dificultades en el gobierno de personas: Se observa una falta de planificación dado que los términos de referencia no se ajustan a la realidad de la zona.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué relación existe entre la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional?

Es una investigación que busca comprender la relación entre las variables de interés, en este caso, la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional. Si bien la investigación comienza con un enfoque correlacional para examinar la asociación entre estas variables, también explora relaciones causales o de interacción a medida que se profundiza en el análisis de los datos.

La investigación examinó la relación entre tres variables principales: felicidad organizacional, engagement y cultura organizacional. Estas variables son fundamentales para comprender el entorno laboral y cómo afectan la experiencia de los empleados en la empresa estudiada. La investigación explora cómo estas variables se interrelacionan entre sí y cómo influyen en diferentes aspectos del desempeño y bienestar laboral.

### **1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO**

El presente análisis de la felicidad organizacional, engagement y cultura organizacional entre los colaboradores de la empresa CCACTE CONSULING reviste una significativa importancia en el contexto actual de administración del capital humano. En primer lugar, la comprensión y promoción de la felicidad organizacional, el engagement y una cultura organizacional positiva son elementos cruciales para promover que se sientan bien los trabajadores en cualquier empresa. Este estudio no solo buscó comprender la situación actual dentro de la organización en cuestión, sino también proporcionar herramientas y recomendaciones concretas para mejorarla. Además, la investigación no se limitó únicamente a la empresa en estudio, sino que también buscó contribuir al conocimiento teórico y práctico en el ámbito de la gestión de las competencias, proporcionando insights valiosos que pueden ser aplicados en diferentes contextos organizacionales. En última instancia, esta investigación buscó responder a las expectativas y demandas de la comunidad académica y empresarial, al ofrecer un análisis profundo y riguroso sobre un tema de gran relevancia en la gestión contemporánea. La ejecución de este estudio fue necesaria para abordar las problemáticas actuales en la administración de

personas y promover prácticas que conduzcan a ambientes de trabajo más saludables, productivos y agradables tanto para los colaboradores como para la organización en su conjunto.

La investigación es necesaria e importante por las siguientes razones:

1. Relevancia del tema:

- La Felicidad Organizacional, el Engagement y la Cultura Organizacional son temas de gran relevancia en la actualidad, tanto a nivel nacional como internacional.
- Muchos análisis han determinado la estrecha vinculación entre estas variables y su impacto en el desempeño, la productividad, la retención del talento y el éxito de las empresas.

2. Escasa investigación en el sector:

- A pesar de su importancia, existe una limitada investigación sobre la Felicidad Organizacional, el compromiso laboral y los valores, creencias y prácticas compartidas en el sector de consultoría en Perú.
- Esta investigación buscó llenar este vacío y proporcionar información valiosa para comprender mejor estas variables en este contexto específico.

3. Beneficios para CCACTE CONSULING:

- La investigación permitió a CCACTE CONSULING conocer a fondo la percepción de sus trabajadores respecto la Felicidad que le das la empresa, el compromiso laboral y la Cultura Organizacional.
- Con esta información, la empresa pudo encontrar oportunidades de optimización y desarrollar tácticas para fomentar una atmósfera positiva, motivador y provechoso.
- Esto se tradujo en un mayor confort de los colaboradores, mejor conservación del capital humano, un aumento de la productividad y, en última instancia, un mayor éxito empresarial.

4. Aporte a la comunidad:

- Los descubrimientos encontrados son muy útiles para otras compañías del sector de consultoría que buscan mejorar la administración del capital humano y el bienestar de sus colaboradores.
- Además, la investigación contribuye a la generación de conocimiento sobre la Felicidad Organizacional, el Engagement y los valores, creencias y prácticas compartidas en el contexto peruano.

#### 5. Necesidad de comprender la realidad:

- Dentro del ámbito laboral que exige mayor esfuerzo, es fundamental que las compañías entiendan las esperanzas, expectativas y que impulsa a sus colaboradores.
- Esta investigación permitió a CCACTE CONSULTING obtener una visión precisa de la realidad laboral en su empresa y tomar decisiones estratégicas a fin de fomentar un bienestar personal y mental y la eficacia de su equipo humano.

En resumen, el análisis que se realizó se justificó por su relevancia, la necesidad de conocimiento en el sector, los beneficios directos para CCACTE CONSULTING y su potencial contribución a la comunidad empresarial peruana.

La ejecución de este estudio es necesaria para comprender a fondo la situación actual de la Felicidad Organizacional, el Engagement y la Cultura Organizacional en CCACTE CONSULTING, y así poder desarrollar estrategias efectivas para promover la salud física y mental y el éxito de la compañía.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Determinar la relación existente entre la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional

### **1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Analizar cómo la felicidad organizacional influye en los niveles de engagement de los colaboradores en CCACTE CONSULTING, identificando los factores clave que contribuyen a la satisfacción y compromiso laboral.

2. Evaluar el impacto de la felicidad que brinda la empresa en la cultura organizacional de CCACTE CONSULTING, explorando cómo los valores, normas y prácticas culturales se ven afectados por el bienestar y la satisfacción de los empleados.
3. Investigar la relación bidireccional entre el engagement de los colaboradores y la cultura organizacional en CCACTE CONSULTING, analizando cómo el compromiso y la participación activa de los empleados influyen en la configuración y mantenimiento de la cultura empresarial.

La presente investigación buscó no solo establecer relaciones entre la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional en el contexto de CCACTE CONSULTING, sino también proporcionar una comprensión más profunda de los mecanismos subyacentes que vinculan estas variables clave en el ámbito empresarial. Al examinar la interrelación entre la felicidad organizacional y el engagement, se pretende identificar cómo el bienestar de los empleados influye en su nivel de compromiso con la organización, lo que a su vez puede impactar en la productividad y el desempeño general. Del mismo modo, al explorar la relación entre la felicidad organizacional y la cultura organizacional, se busca comprender cómo los aspectos culturales de la empresa pueden influir en la satisfacción y el bienestar de los empleados, así como en su sentido de pertenencia y conexión con la organización. Por último, al estudiar la relación entre el engagement y la cultura organizacional, se aspira a revelar cómo la participación activa de los colaboradores puede moldear y reforzar los valores y normas culturales de la empresa, promoviendo así un ambiente laboral más cohesionado y productivo. En conjunto, estas intenciones específicas no solo proporcionan una visión integral de las dinámicas internas de CCACTE CONSULTING, sino que también ofrecen insights valiosos, con el fin de optimizar el gobierno de personas y el desenvolvimiento de estrategias efectivas para mejorar el bienestar y el rendimiento organizacional.

## **1.5 HIPÓTESIS**

Existe una relación entre la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional.

La hipótesis planteada, que sugiere la inexistencia de una relación entre la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional, se fundamenta en la necesidad de explorar críticamente las dinámicas internas de CCACTE CONSULTING y poner a prueba la presunción de que estos tres aspectos clave están intrínsecamente interconectados. Si bien existe una amplia literatura que respalda la idea de que la felicidad de los empleados puede conducir a un mayor compromiso y una cultura organizacional positiva, es necesario considerar que cada organización tiene su propia idiosincrasia y contextos específicos que pueden influir en estas relaciones de manera única. Además, existen escuelas de pensamiento que sugieren que, si bien la felicidad de los empleados es deseable, puede no ser un factor determinante en el nivel de engagement o en la configuración de la cultura organizacional, especialmente si no se abordan adecuadamente otros aspectos como el liderazgo, la comunicación interna y la estructura organizativa. Por lo tanto, esta hipótesis se presenta como una proposición para desafiar suposiciones preconcebidas y fomentar un análisis riguroso y reflexivo de las relaciones entre la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional en el contexto específico de CCACTE CONSULTING.

## **1.6. TRABAJOS PREVIOS**

El análisis presentado por García et al. (2019), "Impacto de la felicidad organizacional en el engagement de los colaboradores: un estudio empírico en empresas españolas". La intención fundamental fue analizar la relación entre la felicidad organizacional y el compromiso laboral de los colaboradores en empresas españolas, establecer los aspectos que impactan en esta relación. Para ello, se llevó a cabo un estudio empírico utilizando cuestionarios autoadministrados, que fueron distribuidos entre empleados de diferentes empresas en España. Se encontró una conexión positiva significativa entre la felicidad organizacional y el engagement de los colaboradores. Además, se identificaron factores como el clima laboral, el liderazgo y las políticas de recursos humanos como determinantes clave de la felicidad organizacional y el engagement. En conclusión, este estudio destacó la importancia de promover un

entorno laboral que fomente la felicidad de los empleados como estrategia para mejorar su compromiso y rendimiento en la organización (García et al., 2019).

Un estudio relevante es el llevado a cabo por Smith y Jones (2020), titulado "Enhancing Organizational Happiness: Exploring the Relationship Between Organizational Culture, Employee Engagement, and Happiness in US Companies". La intención fundamental fue examinar la relación entre la identidad corporativa, el compromiso laboral de los empleados y la felicidad en empresas de Estados Unidos. Para lograr esto, se implementó un enfoque mixto que combinó métodos cuantitativos y cualitativos. Se administraron encuestas a empleados de varias compañías estadounidenses para evaluar sus niveles de engagement y felicidad, mientras que también se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con líderes y empleados para comprender mejor la cultura organizacional. Los efectos revelaron que existe una correlación positiva entre una identidad corporativa sólida, altos niveles de engagement y la felicidad de los empleados en las empresas estudiadas. Además, se identificaron prácticas específicas de gestión y políticas organizacionales que contribuyen significativamente a la creación de un entorno laboral feliz y comprometido. En conclusión, este estudio resalta la importancia de cultivar una identidad corporativa positiva y el compromiso de los empleados para promover la felicidad en las empresas estadounidenses (Smith & Jones, 2020).

Otro estudio es el realizado por Gómez et al. (2018), titulado "Cultura organizacional, felicidad laboral y su impacto en el desempeño laboral en empresas mexicanas". La meta principal de esta investigación fue analizar la relación entre la cultura organizacional, la felicidad laboral y el desempeño laboral en empresas de México. Para ello, se llevó a cabo un estudio cuantitativo mediante la aplicación de encuestas a empleados de diversas organizaciones mexicanas. Estas encuestas evaluaron diferentes aspectos de la identidad corporativa, la percepción de felicidad laboral de los empleados y su desempeño en el trabajo.

Los efectos mostraron una correlación significativa entre una identidad corporativa sólida, altos niveles de felicidad laboral y un mejor desempeño

laboral por parte de los colaboradores en las empresas estudiadas. Se encontró que aspectos como el liderazgo, el ambiente de trabajo y las políticas de recursos humanos tienen un impacto significativo en la percepción de felicidad y el rendimiento laboral de los empleados. En conclusión, este estudio resaltó la importancia de promover una identidad corporativa positiva y el bienestar de los empleados para mejorar el desempeño laboral en empresas mexicanas (Gómez et al., 2018).

Una investigación relevante fue realizada por Rodríguez et al. (2019), titulado "Cultura Organizacional, Engagement y Felicidad Laboral en Empresas del Sector Servicios en Lima, Perú". La intención de este estudio fue analizar la relación entre la identidad corporativa, el engagement y la felicidad laboral en empresas del sector servicios ubicadas en Lima, Perú. Para ello, se empleó un enfoque cuantitativo mediante la aplicación de encuestas a empleados de diversas organizaciones del sector servicios en la ciudad de Lima. Estas encuestas incluyeron preguntas relacionadas con la percepción de los empleados sobre la identidad corporativa de sus empresas, su nivel de engagement en el trabajo y su grado de felicidad laboral. Los efectos obtenidos revelaron que existe una correlación positiva y significativa entre una identidad corporativa sólida, altos niveles de engagement y una mayor felicidad laboral entre los colaboradores. Además, se identificaron aspectos específicos de la identidad corporativa, como el liderazgo, la comunicación interna y el ambiente laboral, que influyen de manera significativa en el engagement y la felicidad laboral de los empleados en empresas del sector servicios en Lima, Perú. En conclusión, este estudio enfatizó la importancia de promover una identidad corporativa positiva para mejorar el engagement y la felicidad laboral de los colaboradores en el contexto empresarial peruano (Rodríguez et al., 2019).

Otro estudio fue el realizado por Pérez et al. (2021), titulado "Cultura Organizacional y su relación con el Engagement y la Felicidad Laboral en Empresas Chilenas". La intención del análisis fue examinar la relación entre la identidad corporativa, el engagement y la felicidad laboral en empresas ubicadas en Chile. Para llevar a cabo la investigación, se utilizó un enfoque mixto que combinó métodos cuantitativos y cualitativos. En primer lugar, se aplicaron

cuestionarios a empleados de diversas empresas chilenas para evaluar su percepción sobre la identidad corporativa, su nivel de engagement y su grado de felicidad laboral. Posteriormente, se llevaron a cabo entrevistas en profundidad con líderes y empleados para comprender mejor la identidad corporativa en cada empresa y su impacto en el engagement y la felicidad laboral. Los efectos obtenidos mostraron una correlación positiva y significativa entre una identidad corporativa sólida, altos niveles de engagement y una mayor felicidad laboral entre los colaboradores en empresas chilenas. Además, se identificaron prácticas específicas de gestión y políticas organizacionales que contribuyen significativamente a la creación de un entorno laboral feliz y comprometido. En conclusión, este estudio resaltó la importancia de promover una identidad corporativa positiva para mejorar el engagement y la dicha que da la compañía a las personas en el contexto empresarial chileno (Pérez et al., 2021).

El estudio llevado a cabo por Gutiérrez et al. (2020), titulado "Relación entre identidad corporativa, Engagement y Felicidad Laboral en Empresas Colombianas". La intención principal fue analizar la relación entre la cultura organizacional, el engagement y la felicidad laboral en empresas ubicadas en Colombia. A fin de alcanzar la meta propuesta, se utilizó una estrategia cuantitativa, mediante la aplicación de cuestionarios a empleados de diferentes organizaciones colombianas. Los instrumentos de evaluación midieron la perspectiva de los colaboradores en torno a la cultura de la empresa, así como su nivel de engagement y felicidad laboral. Los efectos obtenidos revelaron una correlación significativa y positiva entre una identidad corporativa sólida, altos niveles de engagement y una mayor felicidad laboral entre los colaboradores en empresas colombianas. Además, se identificaron aspectos específicos de la identidad corporativa, como el liderazgo, la comunicación interna y el reconocimiento, que tuvieron un impacto significativo en el engagement y la felicidad laboral de los colaboradores. En conclusión, este estudio resalta la relevancia de fomentar un entorno laboral positiva para mejorar el compromiso laboral y la dicha que brinda la compañía a las personas en el contexto empresarial colombiano (Gutiérrez et al., 2020).

Díaz et al. (2017), en "Impacto de la Cultura Organizacional en el Engagement y la Felicidad Laboral en Empresas Peruanas". La intención del

análisis fue examinar el impacto de la identidad corporativa en el engagement y la felicidad laboral de los colaboradores en empresas ubicadas en Perú. Se utilizó un diseño de investigación cuantitativa, donde se aplicaron encuestas a empleados de diversas organizaciones peruanas. Estas encuestas incluyeron ítems que evaluaban la visualización de las personas sobre la identidad corporativa de sus empresas, así como su nivel de engagement y felicidad que da la compañía. Los efectos obtenidos mostraron una correlación significativa entre una identidad corporativa positiva y tanto el engagement como la felicidad laboral de los colaboradores en las empresas peruanas estudiadas. Además, se identificaron ciertos aspectos de la identidad corporativa, como la transparencia, el apoyo de la dirección y el sentido de pertenencia, que tuvieron un impacto particularmente fuerte en el compromiso laboral y la dicha que la compañía brinda a las personas. Como resultado subraya la relevancia de cultivar una identidad corporativa para promover el engagement y la felicidad laboral en empresas peruanas (Díaz et al., 2017).

Otro estudio relevante es el llevado a cabo por Sánchez et al. (2020), titulado "Cultura Organizacional y su Influencia en el Engagement y la Felicidad Laboral en Empresas Peruanas del Sector Servicios". La intención fue analizar la identidad corporativa en el engagement y la felicidad laboral de los colaboradores en empresas del sector servicios en Perú. Para alcanzar esta intención, se implementó un enfoque cuantitativo mediante la administración de encuestas a empleados de diversas organizaciones del sector servicios en el país. Estas encuestas incluyeron ítems diseñados para medir la visión de los empleados respecto a la identidad corporativa de sus empresas, así como su nivel de engagement y felicidad laboral. Los efectos obtenidos indicaron una relación significativa entre una cultura organizacional sólida y tanto el engagement como la felicidad laboral de los colaboradores en las empresas peruanas del sector servicios estudiadas. Además, se encontró que ciertos aspectos de la cultura organizacional, como la comunicación efectiva, el liderazgo participativo y el reconocimiento del desempeño, tuvieron un impacto particularmente positivo en el compromiso laboral y la felicidad que brinda la compañía a las personas. En conclusión, este estudio resalta la importancia de desarrollar y mantener una

identidad corporativa favorable para promover el engagement y la felicidad laboral en empresas del sector servicios en Perú (Sánchez et al., 2020).

Un estudio realizado por Martínez et al. (2018), titulado "Impacto de la Cultura Organizacional en el Engagement y la Felicidad Laboral en Empresas Argentinas". La intención principal de este estudio fue examinar el impacto de la identidad corporativa en el engagement y la felicidad laboral de los colaboradores en compañías ubicadas en Argentina. Para lograr su intención, se llevó a cabo una investigación de tipo cuantitativo, donde se aplicaron encuestas a empleados de diversas organizaciones argentinas. Estas encuestas fueron diseñadas para evaluar la percepción de los empleados sobre la identidad corporativa de sus empresas, así como sus indicadores de engagement y felicidad que brinda la compañía. Los efectos obtenidos revelaron una relación significativa entre una identidad corporativa sólida y tanto el compromiso laboral como la felicidad laboral de los colaboradores en las empresas argentinas estudiadas. Además, se identificaron ciertos aspectos de la identidad corporativa, como la transparencia, la equidad y el desarrollo profesional, que tuvieron un impacto particularmente positivo en el compromiso laboral y la dicha laboral de los empleados. En conclusión, este estudio subraya la necesidad de enfatizar en una identidad corporativa positiva para mejorar el engagement y la felicidad laboral en empresas ubicadas en Argentina (Martínez et al., 2018).

La investigación realizada por López y García (2021), titulado "Influencia de la Cultura Organizacional en el Engagement y la Felicidad Laboral en Empresas Argentinas". La intención principal fue examinar la relevancia de la identidad corporativa y la felicidad que brinda la compañía a las personas en empresas ubicadas en Argentina. Para lograr esta intención, se implementó un enfoque cuantitativo mediante la aplicación de encuestas a empleados de diversas compañías argentinas. Estas encuestas incluyeron ítems diseñados para evaluar la visión de los colaboradores sobre la cultura organizacional de sus empresas, así como su nivel de engagement y felicidad laboral. Los efectos obtenidos mostraron una relación significativa entre una identidad corporativa sólida y tanto el compromiso laboral como la felicidad laboral de los colaboradores en las empresas argentinas estudiadas. Además, se encontró que

ciertos aspectos de la identidad corporativa, como el liderazgo, la comunicación interna y el reconocimiento, tuvieron un impacto particularmente positivo en el compromiso laboral y la felicidad que brinda la compañía a las personas. Se obtuvo que se debe resaltar la importancia de promover una identidad corporativa positiva para mejorar el engagement y la felicidad laboral en empresas ubicadas en Argentina (López & García, 2021).

Zhang, L., & Wang, Y. (2023). "The Influence of Organizational Happiness on Employee Engagement and Organizational Culture: A Study of Chinese Companies." La intención de este estudio fue investigar cómo la felicidad organizacional afecta el engagement de los empleados y la identidad corporativa en empresas de China. Se empleó un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. En primer lugar, se distribuyeron cuestionarios a empleados de varias empresas chinas para medir su nivel de felicidad organizacional, engagement y percepción de la cultura organizacional. Posteriormente, se realizaron entrevistas en profundidad con gerentes y empleados para explorar más a fondo las dinámicas culturales dentro de las organizaciones. Los efectos mostraron una correlación significativa entre la felicidad organizacional, el engagement de los empleados y una cultura organizacional positiva en empresas chinas. Se identificaron prácticas de gestión específicas, como el apoyo del liderazgo y el desarrollo profesional, que contribuyeron a mejorar estos aspectos en las organizaciones estudiadas. En conclusión, este estudio subrayó la importancia de promover la felicidad que proporciona la compañía para fortalecer el compromiso laboral y la identidad corporativa en empresas chinas (Zhang & Wang, 2023).

Hernández, M., & Gómez, A. (2022). "Impacto de la Cultura Organizacional en la Felicidad Laboral y el Engagement de los Empleados en Empresas Colombianas". La intención fundamental fue examinar el impacto de la identidad corporativa en la felicidad laboral y el engagement de los empleados en empresas colombianas. Se llevó a cabo un estudio cuantitativo mediante la aplicación de encuestas a empleados de diversas organizaciones en Colombia. Las encuestas evaluaron la percepción de los empleados sobre la cultura organizacional de sus empresas, así como su nivel de felicidad laboral y

engagement. Los efectos mostraron una correlación positiva y significativa entre una identidad corporativa sólida y tanto la felicidad laboral como el engagement de los empleados en las compañías colombianas estudiadas. Se encontró que aspectos como el liderazgo, la comunicación interna y las oportunidades de desarrollo profesional son de gran notoriedad en la percepción de dicha laboral y engagement de los empleados. Este estudio destacó la importancia de promover una identidad corporativa positiva para mejorar la satisfacción laboral y el compromiso de los empleados en el contexto empresarial colombiano.

## **1.7. BASES TEÓRICAS RELACIONADAS AL TEMA**

La cultura organizacional se define como un sistema complejo y dinámico que abarca los valores compartidos, las creencias, las normas y los comportamientos que caracterizan a una organización y que influyen en el comportamiento de sus miembros (Denison, 1990). Esta cultura se manifiesta en diferentes dimensiones que interactúan entre sí: La visión y misión de la organización definen su intención y dirección estratégica, sentando las bases para la cultura organizacional. Valores: Los valores representan los principios y creencias fundamentales que guían el comportamiento de los miembros y las decisiones de la empresa. Normas: Las normas son las reglas y expectativas de comportamiento que se consideran aceptables dentro de la organización. Símbolos: Los símbolos, como el logo, los lemas o los rituales, transmiten significados y refuerzan la cultura organizacional. El clima laboral se refiere a la percepción que tienen los empleados del ambiente de trabajo y de las relaciones interpersonales dentro de la organización.

Niveles de análisis de la cultura organizacional. Denison (1990) propone tres niveles para analizar la cultura organizacional: Nivel observable: Se refiere a los componentes tangibles de la cultura, como la arquitectura, el lenguaje, los símbolos y los rituales. Nivel espoused: Se refiere a los valores y creencias declarados por la organización, generalmente expresados en su misión, visión o filosofía. Nivel asumido: Se refiere a las creencias y valores que realmente guían el comportamiento de los miembros de la organización.

## Funciones de la cultura organizacional

- Proporciona identidad y sentido de pertenencia: La cultura compartida facilita el apoyo a los integrantes de la entidad a sentirse identificados y a integrarse a la empresa.
- Facilita la coordinación y el control: La cultura compartida establece normas y expectativas que facilitan la coordinación del trabajo y la supervisión del comportamiento de los individuos.
- Motiva e inspira a los colaboradores: Una cultura positiva y alineada con las intenciones puede motivar e inspirar a los colaboradores a dar lo mejor de sí mismos.
- Fomenta la adaptación y el cambio: Una cultura flexible y adaptable permite a la empresa responder de manera efectiva a los cambios del entorno.

Edgar H. Schein (1985) Caracteriza la Cultura Organizacional como un conjunto de normas y prácticas y suposiciones básicas compartidas de la mano de los trabajadores que determinan su comportamiento. Estas creencias y suposiciones se manifiestan en tres niveles: Nivel superficial: Artefactos y símbolos: como el logotipo, la arquitectura, el lenguaje y los rituales. Nivel intermedio: Valores: Principios que orientan las acciones y los juicios de los integrantes de la empresa. Normas: Reglas tácitas o explícitas que definen lo que se considera un comportamiento aceptable. Nivel profundo: Supuestos básicos: Creencias inconscientes sobre la naturaleza humana, las relaciones y el mundo en general.

Schein (1985) sostiene que la Cultura Organizacional se aprende por medio de la socialización y la experiencia dentro de la compañía. A medida que los nuevos miembros interactúan con los antiguos, internalizan las creencias y suposiciones compartidas, adaptando su comportamiento a la cultura existente.

La Cultura Organizacional, según Schein (1985), provoca un cambio significativo en los resultados de la organización al influir en las decisiones se basan en las creencias y valores compartidos; la resolución de problemas: Los

problemas se abordan de acuerdo a las normas y suposiciones culturales; la motivación de los empleados se ve afectada por la cultura organizacional; la satisfacción de los colaboradores con su trabajo está relacionada con la cultura organizacional. Relaciones: Rutinaria: Compatible con la cultura de "integración" (énfasis en la estabilidad y el control). Burocracia: Compatible con la cultura de "jerarquía" (énfasis en la formalización y la centralización del poder). Soñadora: Compatible con la cultura de "adaptación" (énfasis en la flexibilidad y la toma de riesgos). Flexible: Compatible con la cultura de "participación" (énfasis en la colaboración y el trabajo en equipo).

El concepto de Cultura Organizacional de Schein (1985) proporciona un marco teórico sólido para comprender cómo las creencias y suposiciones compartidas influyen en el comportamiento y el desempeño de una organización.

La Felicidad Organizacional se define como un estado emocional positivo y sostenible que experimentan los colaboradores dentro de una organización, caracterizado por: Sensación de bienestar: Los colaboradores se sienten bien consigo mismos, con su trabajo y con la organización en general. Satisfacción laboral: Los colaboradores están contentos con sus tareas, responsabilidades y oportunidades de desarrollo dentro de la empresa. Sentido de intención: Los colaboradores perciben que su trabajo tiene un significado y un impacto positivo en el mundo. Vitalidad y entusiasmo: Los colaboradores se sienten energizados, motivados y comprometidos con su trabajo. Equilibrio entre vida laboral y personal: Los colaboradores logran conciliar de manera efectiva sus responsabilidades laborales con su vida personal.

Aaker, Humphrey y Aaker (2010) proponen tres dimensiones fundamentales para comprender la Felicidad Organizacional: Bienestar emocional: Es la visualización parcial de los colaboradores sobre su estado emocional dentro de la organización. Satisfacción laboral: Es el índice en que los colaboradores están satisfechos con sus tareas, responsabilidades y oportunidades de desarrollo dentro de la empresa. Compromiso laboral: Se refiere al nivel de energía, entusiasmo y compromiso que los colaboradores demuestran en su trabajo. Elementos determinantes de la Felicidad que brinda

la Compañía. Diversos elementos pueden influir en la Felicidad Organizacional, desde la perspectiva personal a la corporativa: De forma Personal: Rasgos de personalidad: Los individuos con mayor optimismo, resiliencia y autoeficacia tienden a experimentar mayor felicidad en el trabajo; Balance entre vida laboral y personal: La capacidad de conciliar de manera efectiva las responsabilidades laborales con la vida personal contribuye al bienestar emocional; Significado del trabajo: La percepción de que el trabajo tiene un impacto positivo en el mundo aumenta la satisfacción laboral y el engagement. A nivel organizacional: Cultura organizacional: Una cultura positiva, de apoyo y reconocimiento fomenta la felicidad y el bienestar de los colaboradores; Liderazgo efectivo: Líderes que inspiran, motivan y empoderan a sus equipos generan un ambiente de trabajo más favorable para la felicidad; Prácticas de gestión de personas: Prácticas con un enfoque en la transparencia y la inclusión en el momento de elegir y el desarrollo profesional contribuyen a la Felicidad Organizacional; Condiciones de trabajo: Un ambiente de trabajo agradable, con buenas instalaciones y condiciones de seguridad e higiene, impacta positivamente en el bienestar de los colaboradores.

La Dicha Organizacional es importante para los colaboradores y a su vez tiene repercusiones positivas en la compañía en Mayor productividad y rendimiento: Los colaboradores felices son más productivos, creativos e innovadores. Mejor retención de talento: Las empresas con una cultura de felicidad retienen a sus mejores colaboradores, reduciendo los costos de rotación de personal. Mayor satisfacción del cliente: Los colaboradores felices brindan un mejor servicio al cliente, aumentando su satisfacción. Mejor imagen y reputación: Una empresa con una cultura de felicidad tiene una mejor imagen y reputación, atrayendo a clientes, socios e inversores.

La Felicidad Organizacional no es un accidente, sino que es el resultado de un esfuerzo consciente por crear una atmósfera laboral positiva, de tal manera que las personas se sientan valoradas, apoyadas y con deseo de actuar para dar lo mejor de sí mismos. Al fomentar la Felicidad que brinda la compañía, las mismas pueden alcanzar un gran éxito sostenible y construir un lugar de trabajo donde las personas prosperen,

Martin Seligman (2011) define la Felicidad Organizacional como un estado mental positivo y duradero que experimentan los colaboradores dentro de una organización, caracterizado por: Satisfacción con el trabajo: Sentirse a gusto con las tareas, responsabilidades y el ambiente laboral. Sentido de pertenencia: Identificarse con la organización y sentirse parte de un equipo. Bienestar emocional: Experimentar emociones positivas como la alegría, la gratitud y la satisfacción. Optimismo: Tener una visión positiva del futuro y la confianza en las capacidades de la organización.

Seligman (2011) identifica tres pilares fundamentales para la Felicidad Organizacional: Vitalidad: Sentirse lleno de energía y entusiasmo por el trabajo. Dedicación: Estar completamente comprometido y apasionado por el trabajo. Placer: Experimentar satisfacción y disfrute en las actividades laborales.

La Felicidad Organizacional, según Seligman (2011), no solo beneficia a los colaboradores, sino que también impacta positivamente en la organización: Mejora el desempeño laboral: Los empleados felices son más productivos, creativos y comprometidos. Aumenta la retención del talento: Los empleados felices tienen mayor probabilidad de permanecer en la empresa. Reduce el absentismo: Los empleados felices tienen menos probabilidades de ausentarse por enfermedad o motivos personales. Fortalece la imagen de la empresa: Una empresa con empleados felices proyecta una imagen positiva y atractiva.

Seligman (2011) propone estrategias para fomentar la Felicidad Organizacional: Promover una cultura de reconocimiento y agradecimiento. Brindar oportunidades de desarrollo profesional y crecimiento personal. Fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y positivo. Ofrecer un balance entre la vida laboral y personal. Cuidar el bienestar físico y emocional de los colaboradores. Relación con las dimensiones: Emociones Positivas: Experimentación de emociones positivas como alegría, satisfacción y gratitud; Engagement: Sentimiento de compromiso y absorción en el trabajo; Relaciones: Calidad de las relaciones con los compañeros, líderes y la organización;

Significado: Percepción de que el trabajo tiene un significado personal y social;  
Realización: Sentimiento de logro y satisfacción con los efectos del trabajo.

El concepto de Felicidad Organizacional de Seligman (2011) proporciona una perspectiva integral sobre este estado positivo y la preponderancia en el estar bien de la persona y el éxito organizacional.

El compromiso laboral es una condición psicológica del individuo caracterizado por la experiencia simultánea de: Vitalidad: Se refiere a la sensación de estar energizado y entusiasmado con el trabajo. Dedicación: Implica la concentración y el foco en las tareas laborales. Absorción: Describe un estado de inmersión profunda en el trabajo, donde el tiempo parece volar.

Rothbard, Baksh, Beauchamps, Hron, & Kelloway (2000) proponen tres dimensiones fundamentales para comprender el Engagement: Vigor: Se refiere a la energía y entusiasmo que los colaboradores demuestran en su trabajo. Dedicación: Se refiere al nivel de concentración y foco que los colaboradores ponen en sus tareas. Absorción: Se refiere a la sensación de estar completamente involucrado en el trabajo, hasta el punto de perder la noción del tiempo. Los Niveles de Engagement , Maslach, Leiter, & Schaufeli (1996) identifican seis niveles de Engagement: Alta dedicación: Los colaboradores se sienten energizados, entusiasmados y comprometidos con su trabajo. Moderada dedicación: Los colaboradores muestran un nivel medio de energía y entusiasmo por su trabajo. Baja dedicación: Los colaboradores se sienten cansados, desanimados y poco comprometidos con su trabajo. Desfavorable activo: Los colaboradores se sienten exhaustos y desmoralizados, pero aún mantienen un buen indicador de acercamiento con la compañía. Desfavorable desgastado: Los colaboradores se sienten exhaustos, desmoralizados y han perdido el compromiso con su trabajo. Desfavorable apático: Los colaboradores se sienten completamente desvinculados de su trabajo y muestran una apatía generalizada.

Factores que influyen en el Engagement A nivel personal: Rasgos de personalidad: Los individuos con mayor entusiasmo, optimismo y resiliencia tienden a tener un mayor nivel de Engagement. Autonomía y control: La capacidad de tomar decisiones y controlar el propio trabajo aumenta la sensación de autonomía y contribuye al Engagement. Significado del trabajo. El Estímulo y retribución por el trabajo bien hecho fomentan el Engagement y la satisfacción laboral. A nivel organizacional: Cultura organizacional: Una cultura positiva, de apoyo y reconocimiento fomenta el Engagement y la motivación. Liderazgo efectivo: Líderes que inspiran, motivan y empoderan a sus equipos generan un ambiente de trabajo más favorable para el Engagement. Oportunidades de desarrollo: Las oportunidades de aprendizaje y crecimiento profesional contribuyen al Engagement y la satisfacción laboral. Condiciones de trabajo

El Engagement es bueno para los colaboradores, también lo es para la compañía: Mayor productividad y rendimiento: Los colaboradores comprometidos son más productivos, eficientes y creativos. Mejor retención de talento. Los colaboradores comprometidos brindan una atención al cliente superior, aumentando su satisfacción. Mejor imagen y reputación: Una empresa con un buen indicador de compromiso laboral tiene una gran imagen y reputación, atrayendo a clientes, socios e inversores.

El Engagement no es un estado pasajero, sino que es el resultado de un esfuerzo consciente por crear un espacio laboral favorable y energizante, inspire y empodere. Al fomentar el Engagement, las empresas pueden alcanzar un mayor éxito sostenible y construir un lugar de trabajo donde las personas se sientan comprometidas y prosperen.

Kahn (2011) define como una disposición mental del individuo que se distingue por la experiencia simultánea de: Vitalidad: Se refiere a la sensación de estar energizado y entusiasmado con el trabajo. Dedicación: Implica la concentración y el foco en las tareas laborales. Absorción: Describe un estado de inmersión profunda en el trabajo, donde el tiempo parece volar. Destaca que el engagement no se limita a una simple satisfacción con el trabajo, sino que implica una conexión profunda con este, caracterizada por: Un sentido de

significado: El individuo percibe que su trabajo tiene un impacto positivo en el mundo. Un sentido de autenticidad: Se siente cómodo expresando su verdadero yo en el ámbito laboral. Un sentimiento de progreso: Percibe que está avanzando en su carrera y desarrollando sus habilidades. Es importante mencionar que el engagement no es un estado estático, sino que fluctúa a lo largo del tiempo y entre diferentes individuos.

El Bienestar, también conocido como subjetividad Hedónica, se conceptualiza siendo un estado emocional favorable demostrado por: Satisfacción con la vida: La percepción general de que la vida es buena y valiosa. Inexistencia de sentimientos desfavorables: Minimización de experiencias como la tristeza, la ansiedad o el estrés. Presencia de emociones positivas: Experiencia frecuente de emociones como la alegría, la felicidad, la satisfacción y la gratitud.

Diener, & Lucas (2002) proponen tres dimensiones fundamentales para comprender el Bienestar: Evaluación cognitiva: La visualización subjetiva del juicio favorable sobre la propia vida en general. Afecto positivo: La experiencia frecuente de emociones positivas como la alegría, la felicidad y la satisfacción. Afecto negativo: La experiencia poco frecuente de sentimientos desfavorables como la tristeza, la ansiedad o el estrés. Los niveles de Bienestar. Diener, Diener, & Lucas (2002) identifican tres niveles de Bienestar: Bajo Bienestar: Se caracteriza por una baja satisfacción con la vida, la predominancia de emociones negativas y una alta susceptibilidad al estrés. Bienestar medio: Se caracteriza por un nivel medio de juicio favorable sobre la propia vida, un equilibrio de los sentimientos y una capacidad moderada para afrontar el estrés. Alto Bienestar: Se caracteriza por una alta satisfacción con la vida, la predominancia de emociones positivas y una gran capacidad para afrontar el estrés.

Los elementos relevantes en el Bienestar Individual son: Rasgos de personalidad: Las personas con mayor optimismo, resiliencia y extraversión tienden a experimentar un mayor nivel de Bienestar. Estilos de vida: Hábitos saludables como la alimentación balanceada, el ejercicio físico y el descanso adecuado contribuyen al Bienestar. Relaciones sociales

El Modelo de Congruencia, desarrollado por Ashford (1989), propone que la satisfacción laboral de un individuo depende de la congruencia entre tres elementos: Valores personales, Valores organizacionales, Oportunidades para la acción: Las posibilidades que tiene el individuo para poner en práctica sus valores en el trabajo.

Ashford (1989) identifica tres dimensiones clave para comprender el Modelo de Congruencia: Congruencia valor-organización, Congruencia valor-acción: Grado en que el individuo tiene la oportunidad de poner en práctica sus valores en el trabajo diario y Congruencia acción-organización. Niveles de Congruencia. Propone tres niveles de Congruencia: Alta Congruencia: Se caracteriza por una alineación significativa entre los valores personales, los valores organizacionales y las oportunidades para la acción. Los individuos experimentan una alta satisfacción laboral y un fuerte compromiso con la empresa. Congruencia media: Se caracteriza por una alineación parcial entre los tres elementos. Los individuos pueden experimentar una satisfacción laboral moderada y un compromiso variable con la empresa. Baja Congruencia: Se caracteriza por una falta de alineación entre los valores personales, los valores organizacionales y las oportunidades para la acción. Los individuos experimentan una baja satisfacción laboral y un bajo compromiso con la empresa.

El Modelo de Congruencia proporciona un marco conceptual para comprender la satisfacción laboral de los individuos y su conexión con la cultura organizacional. Al promover la alineación entre los valores personales, los valores organizacionales y las oportunidades para la acción, las empresas pueden generar un entorno laboral que propicie la satisfacción, el compromiso y el éxito duradero.

El Modelo de Congruencia, desarrollado por Schein (1985), propone que la identidad corporativa se compone de tres niveles interrelacionados: Nivel superficial: Comprende los artefactos y símbolos visibles de la organización,

como el logotipo, la arquitectura, el lenguaje y las normas explícitas. Nivel subconsciente: Abarca las creencias y valores compartidos que guían las acciones y decisiones de los miembros de la organización. Nivel profundo: Se refiere a las suposiciones básicas inconscientes que subyacen a la identidad corporativa y dan forma a la forma en que se percibe y se interpreta el mundo.

Schein (1985) identifica tres dimensiones clave para comprender el Modelo de Congruencia: Ajuste: Grado en que los valores y creencias individuales son consistentes con los valores y creencias de la cultura organizacional. Integración: Grado en que los individuos se identifican con la identidad corporativa y se sienten parte de ella. Defensa: Grado en que los individuos utilizan mecanismos de defensa para protegerse de la disonancia cognitiva que puede surgir de la incongruencia entre sus valores y la identidad corporativa.

El Modelo de Congruencia de Schein proporciona un marco conceptual para comprender la vinculación de los individuos y la identidad corporativa. Al promover la alineación entre los valores y creencias individuales y los valores y creencias de la cultura organizacional, las empresas pueden crear un ambiente de trabajo que fomente la satisfacción, el compromiso y el éxito a largo plazo.

La Teoría del Engagement Laboral, desarrollada por diversos autores a lo largo del tiempo, define el engagement como un estado psicológico positivo del individuo caracterizado por la experiencia simultánea de: Vigor: Se refiere a la sensación de estar energizado, entusiasmado y vigoroso en el trabajo (Maslach, Leiter & Schaufeli, 2001). Dedicación: Implica la concentración y el foco en las tareas laborales, sintiendo una conexión profunda con el trabajo (Kahn, 1990). Absorción: Describe un estado de inmersión profunda en el trabajo, hasta el punto de perder la noción del tiempo (Bakker & Demerouti, 2007). Afecto positivo: Experiencia frecuente de emociones positivas como la alegría, la satisfacción y el entusiasmo en el trabajo (Cropanzano, Mitchell, & James, 2005). Afecto negativo: Experiencia poco frecuente de emociones negativas como el estrés, la frustración y la insatisfacción en el trabajo (Cropanzano, Mitchell, & James, 2005). Niveles de Engagement. Las diferentes perspectivas sobre el Engagement convergen en la identificación de tres niveles: Alto Engagement: Se

caracteriza por una alta vitalidad, dedicación, absorción, afecto positivo y bajo afecto negativo. Los individuos experimentan un gran entusiasmo, motivación y satisfacción con el trabajo. Engagement medio: Se caracteriza por un nivel medio de vitalidad, dedicación, absorción, afecto positivo y afecto negativo. Los individuos pueden experimentar fluctuaciones en su nivel de engagement dependiendo de las circunstancias laborales. Bajo Engagement: Se caracteriza por una baja vitalidad, dedicación, absorción, afecto positivo y alto afecto negativo. Los individuos experimentan apatía, desmotivación e insatisfacción con el trabajo. Factores que influyen en el Engagement. Diversos factores pueden influir en el Engagement, tanto a nivel individual como organizacional: A nivel individual: Rasgos de personalidad: Optimismo, resiliencia, autoeficacia, locus de control interno y apertura a la experiencia. Habilidades y competencias: Habilidades técnicas, sociales y emocionales para desempeñar el trabajo de manera efectiva. Significado del trabajo: La percepción de que el trabajo tiene un impacto positivo en el mundo y aporta valor personal. Experiencias previas: Las experiencias laborales previas y la exposición a diferentes culturas organizacionales. A nivel organizacional: Cultura organizacional: Una cultura que fomente la autonomía, el apoyo social, el reconocimiento, la participación de los empleados y la justicia organizacional. Condiciones de trabajo: Un ambiente de trabajo agradable, con buenas instalaciones y condiciones de seguridad e higiene. Liderazgo efectivo: Líderes que inspiren, motiven, empoderen y brinden retroalimentación constructiva a sus equipos. Oportunidades de desarrollo: Posibilidades de crecimiento profesional, aprendizaje y adquisición de nuevas habilidades.

### Importancia del Engagement

El Engagement no solo beneficia a los individuos en su satisfacción laboral, la compañía también sale triunfante en: Mayor rendimiento: Los colaboradores con un compromiso laboral alto son más productivos, eficientes, creativos e innovadores. Mejor retención de talento: Las empresas con buenos índices de compromiso laboral retienen a las personas más sobresalientes, reduciendo los costos de movimientos de las mismas. Gran acogida de los usuarios: Los colaboradores comprometidos brindan un mejor servicio al cliente, aumentando su satisfacción. Mejor salud y bienestar: Las personas con un gran indicador de Compromiso laboral experimentan también gran bienestar. Mayor

imagen y reputación: Una empresa con un gran indicador de compromiso laboral tiene una mejor imagen y reputación, atrayendo a clientes, socios e inversores.

La Teoría del Engagement Laboral proporciona un esquema mental para entender la experiencia del trabajo y los puntos determinantes que impulsan el deseo de actuar, el compromiso y el bienestar de los colaboradores. Al fomentar un ambiente de trabajo que promueva el Engagement, las empresas pueden alcanzar un mayor éxito sostenible y construir un lugar de trabajo donde las personas se sientan energizadas, motivadas, comprometidas y satisfechas con su trabajo.

La Teoría del Engagement Laboral, desarrollada por William Kahn (1990), define el compromiso laboral como una condición de ánimo del individuo manifestado por la experiencia simultánea de Vitalidad: Se refiere a la sensación de estar energizado, entusiasmado y vigoroso en el trabajo. Dedicación: Implica la concentración y el foco en las tareas laborales, sintiendo una conexión profunda con el trabajo. Absorción: Describe un estado de inmersión profunda en el empleo, hasta en la situación de olvidarse del tiempo.

Kahn (1990) identifica tres dimensiones clave para comprender el Engagement Vigor: La energía física y emocional que la persona dedica al trabajo. Dedicación: La concentración y el foco que el individuo pone en las tareas laborales. Absorción: La capacidad del individuo para involucrarse completamente en el trabajo, sintiendo una profunda conexión con él.

Niveles de Engagement. Kahn (1990) propone tres niveles de Engagement: Alto Compromiso Laboral: Se manifiesta por una alta vitalidad, dedicación y absorción. Los individuos experimentan un gran entusiasmo, motivación y satisfacción con el trabajo. Engagement medio: Se caracteriza por un nivel medio de vitalidad, dedicación y absorción. Los individuos pueden experimentar fluctuaciones en su nivel de engagement dependiendo de las circunstancias laborales. Bajo Engagement: Se caracteriza por una baja vitalidad, dedicación y absorción. Los individuos experimentan apatía, desmotivación e insatisfacción con el trabajo.

La Teoría del Engagement Laboral de William Kahn proporciona un esquema mental para decodificar la experiencia del trabajo y las fuerzas que impulsan el deseo de actuar y el compromiso de los colaboradores. Al fomentar un ambiente de trabajo que promueva el Engagement, las empresas pueden alcanzar un mayor éxito sostenible y construir un lugar de trabajo donde las personas se sientan energizadas, motivadas y comprometidas con su trabajo.

## **II. MARCO METODOLÓGICO**

### **2.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

**TIPO:**

**SEGÚN SU FINALIDAD ES APLICADA:**

Según Sampieri, Collado y Lucio (2021), la investigación aplicada se caracteriza por: Enfocarse en la resolución de problemas prácticos: Busca generar conocimiento que pueda ser utilizado para mejorar situaciones o procesos en contextos específicos. Orientación hacia la acción: Su intención principal es tener un impacto directo en la evaluación y selección y la práctica en el trabajo. Colaboración con actores externos: Suele involucrar la participación de empresas, organizaciones o comunidades para definir problemas y validar efectos.

Características de la investigación aplicada en este estudio. En el caso de la investigación sobre Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional en CCACTE CONSULTING, se observan las siguientes características que la enmarcan como aplicada:

Objetivo práctico: La investigación busca comprender la relación entre Felicidad Organizacional (V1), Engagement (V2) y Cultura Organizacional (V3) en CCACTE CONSULTING. Este conocimiento detectó puntos débiles y formular soluciones para fomentar un ambiente laboral más positivo y productivo.

Aplicación del conocimiento: Los efectos de la investigación se utilizarán para: Diseñar e implementar programas de intervención que mejoren la Felicidad Organizacional y el Engagement de los colaboradores. Fortalecer la Cultura Organizacional de CCACTE CONSULTING, alineándola con los valores e intenciones de la empresa.

Colaboración con la empresa: La investigación se realizó en colaboración con CCACTE CONSULTING, quienes: Proporcionan acceso a los colaboradores para la recolección de datos. Participan en la definición de los intenciones y la interpretación de los efectos.

Relación entre las variables. La investigación busca analizar la relación entre las tres variables: Felicidad Organizacional (V1): Se refiere al estado de bienestar emocional y satisfacción que experimentan los colaboradores en su trabajo (Diener, Diener, & Lucas, 2002). Engagement (V2): Implica un estado psicológico positivo caracterizado por vigor, dedicación y absorción en el trabajo (Kahn, 1990). Cultura Organizacional (V3): Se define como el conjunto de valores, creencias y normas compartidas que caracterizan a una organización (Schein, 1985). Se espera encontrar que: Existe una vinculación positiva de Felicidad Organizacional y Engagement. La Identidad Corporativa (V3) influye en la Felicidad Organizacional (V1) y el Engagement (V2) de los colaboradores.

### **SEGÚN LA NATURALEZA ES CUANTITATIVA:**

Según Hernández, Sampieri y Fernández (2018), el análisis cuantitativo se caracteriza por: Enfocarse en los datos numéricos: Busca recopilar y analizar datos cuantificables para comprender un fenómeno o problema de investigación. Utilizar instrumentos de medición: Emplea cuestionarios, escalas, pruebas y otros instrumentos para recopilar datos concretos y confiables. Análisis estadístico: Analiza los datos numéricos mediante técnicas estadísticas para obtener efectos generalizables.

Características de la investigación cuantitativa en este estudio. En el caso de la investigación sobre Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional en CCACTE CONSULTING, se observan las siguientes características que la enmarcan como cuantitativa:

Objetivos cuantificables: La investigación busca la métrica del grado de Felicidad Organizacional (V1) y Engagement (V2) de los colaboradores de CCACTE CONSULTING. También se pretende identificar los elementos de la Cultura Organizacional (V3) que se asocian con una mayor Felicidad Organizacional y Engagement.

Recolección de datos cuantificables: Se utilizarán cuestionarios validados para medir las variables de estudio (V1, V2 y V3). Los cuestionarios

se aplicarán a una muestra representativa de los colaboradores de CCACTE CONSULTING.

Análisis estadístico de datos: Se utilizaron técnicas estadísticas como análisis de correlación, regresión lineal y análisis factorial para: Analizar la relación entre Felicidad Organizacional (V1) y Engagement (V2). Identificar los elementos de la Cultura Organizacional (V3) que se asocian con una mayor Felicidad Organizacional y Engagement.

Este enfoque permitirá obtener efectos precisos y generalizables sobre la relación entre estas variables y su impacto en el bienestar de los colaboradores.

### **SEGÚN EL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN ES CORRELACIONAL:**

Según Pallant (2016), la investigación correlacional se caracteriza por Explorar la vinculación entre las características: Busca identificar si existe una asociación o covariación entre dos o más variables, sin establecer relaciones de causa-efecto.

Análisis estadístico: Emplea técnicas estadísticas como la correlación de Pearson o Spearman para medir la fuerza y dirección de la relación entre variables. Objetivo descriptivo: Su intención principal es describir la naturaleza de la relación entre las variables, sin pretender explicarlas causalmente.

Características de la investigación correlacional en este estudio. En el caso de la investigación sobre Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional en CCACTE CONSULTING, se observan las siguientes características que la enmarcan como correlacional:

Objetivo descriptivo. La investigación busca explorar la relación entre Felicidad Organizacional (V1) y Engagement (V2) con la Cultura Organizacional (V3) en CCACTE CONSULTING. Se pretende identificar qué elementos de la Cultura Organizacional (V3) se asocian con una mayor Felicidad Organizacional y Engagement.

Hipótesis correlacionales. Se plantearán hipótesis que no establecen relaciones causales, sino que exploran la asociación entre las variables. H1: Existe una correlación positiva entre Felicidad Organizacional (V1) y Engagement (V2). H2: La Cultura Organizacional (V3) se correlaciona positivamente con la Felicidad Organizacional (V1) y el Engagement (V2).

Análisis correlacional. Se utilizarán técnicas estadísticas como la correlación de Pearson o Spearman para: Medir la fuerza y dirección de la relación entre Felicidad Organizacional (V1) y Engagement (V2). Examinar la vinculación de la Cultura Organizacional (V3) y las variables V1 y V2.

Este diseño permitirá explorar la asociación entre las variables y generar información valiosa sobre su relación en el contexto de la empresa.

### **SEGÚN SU ALCANCE POR OBJETIVOS ES DESCRIPTIVA**

Objetivo descriptivo: La investigación busca describir y caracterizar los niveles de Felicidad Organizacional (V1) y Engagement (V2) en los colaboradores de CCACTE CONSULTING. También se pretende identificar y describir los elementos de la Cultura Organizacional (V3) que están presentes en la empresa.

Técnicas de acopio de datos. Se utilizaron cuestionarios validados para aplicar métricas de las características de estudio (V1, V2 y V3). Se podrán realizar entrevistas a profundidad para complementar la información obtenida en los cuestionarios y obtener una comprensión más profunda de la Identidad Corporativa (V3).

Análisis descriptivo de la data: Se aplicaron herramientas estadísticas descriptivas: Describir los niveles de Felicidad Organizacional (V1) y Engagement (V2) en la muestra. Identificar y describir los elementos de la Identidad Corporativa (V3) más relevantes en la empresa. Este enfoque permitirá conseguir una representación precisa de las características y su relación en el contexto de la empresa.

## **SEGÚN SU ALCANCE TEMPORAL ES TRANSVERSAL**

Según Sarantakos (2016), la investigación transversal se caracteriza por acopiando la data en un solo momento: Se recopila data en un único instante concreto en la cronología, sin realizar supervisión a los participantes a lo largo del tiempo. Análisis descriptivo: Se centra en analizar y describir las variables en un momento determinado. Intención descriptivo o exploratorio: Busca comprender las características o relaciones entre variables en un contexto específico.

### **Características de la investigación transversal en este estudio**

En el caso de la investigación sobre Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional en CCACTE CONSULTING, se observan las siguientes características que la enmarcan como transversal: Recolección de datos en un solo momento. Se aplicarán cuestionarios o entrevistas a una muestra representativa de los colaboradores de CCACTE CONSULTING en un momento determinado.

Análisis descriptivo de datos, se utilizaron técnicas estadísticas descriptivas como medidas de centralidad. Describir los niveles de Felicidad Organizacional (V1) y Engagement (V2) en la muestra. Identificar y describir los elementos de la Identidad Corporativa (V3) más relevantes en la empresa.

Objetivo descriptivo: La investigación busca describir y caracterizar los niveles de Felicidad Organizacional (V1) y Engagement (V2) en los colaboradores de CCACTE CONSULTING. También se pretende identificar y describir los elementos de la Identidad Corporativa (V3) que están en la empresa. Este enfoque permitió obtener una "foto" del estado actual de las variables en la empresa.

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

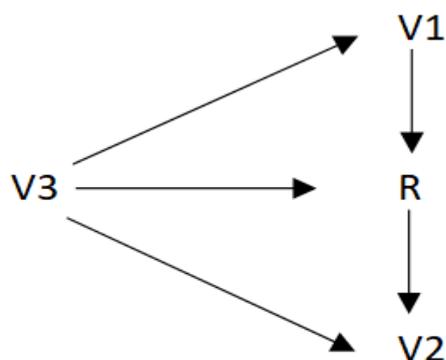
V1 : Variable Independiente 1: Felicidad Organizacional

V2 : Variable Independiente 2: Engagement

V3: Variable Dependiente : Cultura Organizacional

El diseño se representó de la siguiente manera:

*Figura 1 Interrelación de las Variables*



Donde:

R : Relación entre las variables

V1: Observaciones de la Variable 1

V2: Observaciones de la Variable 2

V3: Observaciones en quien se realiza el estudio

## 2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN

Definición de Variable: Cultura Organizacional

La Identidad corporativa es un sistema compuesto y dinámico compuesto por un conjunto de creencias, valores, normas y comportamientos compartidos por los miembros de una organización (Schein, 1985). Estos elementos actúan como una fuerza cohesiva y principios que determinan el comportamiento individual, moldeando su percepción del entorno laboral y determinando, en gran medida, su comportamiento (Denison, 1990).

En este sentido, la Identidad Corporativa no se limita a un conjunto de reglas o políticas formales, sino que se manifiesta en aspectos más intangibles

como la filosofía de la empresa, su clima laboral y las tradiciones que se celebran (O'Reilly, Chatman, & Thomas, 1996).

De esta manera, la Cultura Organizacional se convierte en un elemento diferenciador que define la identidad de una organización y la distingue de otras en el mercado. Su influencia en el comportamiento de los colaboradores es significativa, impactando en las características determinantes del comportamiento motivado, el compromiso y la productividad (Cameron & Quinn, 2011).

Definición de Variable: Felicidad Organizacional. Un estado positivo en el entorno laboral. Un sentimiento de alegría que experimentan las personas en su trabajo (Diener, Diener, & Lucas, 2002). Este estado se caracteriza por sentimientos de satisfacción, bienestar, realización y un fuerte compromiso con la organización (Avey, Avolio, & Luthans, 2008).

Lejos de ser una simple emoción pasajera, la Felicidad Organizacional se asocia con la presencia de elementos clave en el entorno laboral, como: Emociones positivas: Alegría, entusiasmo, optimismo y confianza en las propias capacidades (Wood, Sahlman, & Deckert, 2010). Engagement: Un estado psicológico positivo caracterizado por vigor, dedicación y absorción en el trabajo (Kahn, 1990). Sentido del significado: La percepción de que el trabajo tiene un intencón y contribuye a algo más grande que uno mismo (Wrzesniewski, Dutton, & Ragins, 2001). Relaciones positivas: Vínculos fuertes y de apoyo con compañeros y superiores (Cropanzano & Mitchell, 2005). Realización personal: La sensación de estar utilizando al máximo las propias habilidades y talentos en el trabajo (Neck & Kirksey, 1989). En este sentido, la Felicidad Organizacional no solo beneficia a los empleados a nivel individual, sino que también impacta positivamente en la organización, incrementando la productividad, la creatividad, la innovación, la retención de talento y la imagen de la empresa (Seligman, 2011).

## Variable: Engagement

Engagement Laboral: Un estado mental positivo y absorbente en el trabajo, se define como un estado mental positivo que experimentan los empleados en su trabajo (Maslach, Leiter, & Schaufeli, 2001). Este estado se caracteriza por tres dimensiones clave: Vigor: Se refiere a la sensación de energía, vitalidad y persistencia en el trabajo (Bakker & Demerouti, 2008). Los empleados con alto vigor se sienten motivados, despiertos y con ganas de afrontar los retos laborales. Dedicación: Implica un fuerte compromiso emocional con el trabajo y una profunda identificación con la organización (Schaufeli, Bakker, & Demerouti, 2001). Los empleados dedicados se sienten apasionados por su trabajo y se involucran activamente en sus tareas. Absorción: Se caracteriza por un estado de concentración profunda y "flujo" en el trabajo (Csikszentmihalyi, 1990). Los empleados absortos experimentan una gran satisfacción y disfrute al realizar sus tareas, perdiendo la noción del tiempo y las distracciones externas.

En conjunto, el Engagement Laboral va más allá de la simple satisfacción laboral, representando un estado mental activo y absorbente que impulsa a los empleados a dar lo mejor de sí mismos en el trabajo (Bakker & Demerouti, 2008).

Tabla 1 : Operacionalización de Variables

VARIABLES DE ESTUDIO	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE DEPENDIENTE	CULTURA ORGANIZACIONAL	La cultura organizacional como un sistema de creencias y valores compartidos que influye en el comportamiento de los miembros	Rutinaria	- Cantidad de palabras	Ordinal
				- Emociones positivas	Ordinal
			Burocracia	- Capacidad de involucrarse en el día	Ordinal
				- Bienestar del colaborador	Ordinal
			Soñadora	- Relaciones constructivas	Ordinal
				- Niveles de Bienestar	Ordinal
			Flexible e Innovadora	- Grado de éxito	Ordinal
				- Capacidad	Ordinal
	- Determinación	Ordinal			
VARIABLE INDEPENDIENTE	FELICIDAD ORGANIZACIONAL	La felicidad organizacional es un estado positivo que experimentan los empleados en el entorno laboral, y que se caracteriza por sentimientos de satisfacción, bienestar, realización y compromiso con la organización. Este estado se asocia con la	Emociones Positivas	- Cantidad de palabras	Ordinal
				- Emociones positivas	Ordinal
			Engagement	- Capacidad de involucrarse en el día	Ordinal
				- Bienestar del colaborador	Ordinal
			Relaciones	- Relaciones constructivas	Ordinal
				- Niveles de Bienestar	Ordinal
			Significado	- Grado de pertenencia	Ordinal
				- Fidelización	Ordinal
			Realización	- Grado de éxito	Ordinal
				- Capacidad	Ordinal
	- Determinación	Ordinal			
VARIABLE INDEPENDIENTE	ENGAGEMENT	Engagement laboral: Un estado mental positivo, de realización, relacionado con el trabajo que se caracteriza por vigor, dedicación y absorción	Vigor	- Nivel de energía laboral	Ordinal
				- Entusiasmo laboral	Ordinal
				- Persistencia laboral	Ordinal
				- Invertir más esfuerzo laboral	Ordinal
			Dedicación	- Nivel de compromiso laboral	Ordinal
				- Inspiración por las labores que realiza	Ordinal
				- Orgullo por el trabajo. Nivel de eficiencia	Ordinal
			Absorción	- Grado de Felicidad cuando se realiza una actividad laboral	Ordinal
				- Concentración en las actividades que se realiza	Ordinal
	- Involucramiento laboral. Cómodo con el trabajo	Ordinal			

### **2.3. POBLACIÓN, MUESTREO Y MUESTRA**

Para nuestro caso dado que nuestra población son los 30 colaboradores de la empresa CCACTE CONSULTING, la muestra fue igual a la población

### **2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD**

Se ha optado por un diseño no probabilístico de tipo muestreo censal, donde la muestra coincide con la población total de 30 colaboradores de la empresa. A continuación, se presenta la argumentación para la selección de la metodología para el recojo de data, considerando su autenticidad y replicabilidad.

#### **Metodología para el recojo de data.**

Cuestionario: Se diseñó un cuestionario con una serie de preguntas específicas destinado al recojo de data sobre las variables de estudio: Felicidad Organizacional (V1): Se empleará la escala de Likert para medir la satisfacción general con el trabajo, el bienestar emocional y la realización personal. La escala de Likert, como señala DeVellis (2017), "permite obtener información cuantitativa sobre actitudes y opiniones" (p. 212). Consideraciones sobre la escala de Likert: La elección de la escala de Likert se fundamenta en su simplicidad y facilidad de administración, aspectos muy importantes para aplicarla en la recopilación de datos de una muestra amplia como la de este estudio (Babbie, 2017, p. 261). La escala de Likert permitió medir variables de forma cuantitativa, posibilitando un análisis estadístico preciso para identificar patrones y relaciones entre las variables (Pallant, 2013, p. 142).

#### **Validez y confiabilidad del instrumento**

Cuestionario: Validez de contenido: Se revisó la adecuación de los ítems a las variables de estudio por expertos en el área. Validez de constructo: Se analizó la estructura interna del cuestionario. Confiabilidad interna: Se calculará el alfa de Cronbach para cada escala, asegurando un valor superior a 0.70. Consideraciones adicionales: se mantuvo con la mayor privacidad posible los

datos dados por los colaboradores. Se aplicó un proceso de consentimiento informado al iniciar.

## **2.5. PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS**

En el marco de la investigación "Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional de los colaboradores de la empresa CCACTE CONSULTING, 2024", se presenta el plan de examen de data :

VARIABLES INDEPENDIENTES:

- V1: Felicidad Organizacional
- V2: Engagement

VARIABLE DEPENDIENTE:

- V3: Cultura Organizacional

TÉCNICAS DE ANÁLISIS

**Análisis correlacional:** Se calculó el coeficiente de correlación de Pearson para determinar la fuerza y dirección de la vinculación entre las variables independientes (V1 y V2) y la variable dependiente (V3) (DeVellis, 2017, p. 554).  
**Análisis de regresión lineal:** Se construyó un modelo de regresión lineal para predecir V3 a partir de V1 y V2 (Field, 2018, p. 441). Se analizaron los coeficientes de regresión para determinar la influencia. Se evaluó la bondad de ajuste del modelo mediante el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) y otros indicadores estadísticos (Pallant, 2013, p. 221).

**Pruebas de hipótesis:** Se realizaron pruebas de t de Student para comparar las medias de las variables entre diferentes subgrupos (por ejemplo, género, antigüedad en la empresa) (Field, 2018, p. 370). Se aplicaron pruebas de ANOVA para demostrar si existen diferencias significativas entre las medias de las variables en diferentes categorías (por ejemplo, departamentos) (Pallant, 2013, p. 331). Software estadístico: SSPS

El plan de examen de data permitió: Conocer las características de: Felicidad Organizacional (V1), Engagement (V2) y Cultura Organizacional (V3). Examinar las vinculaciones de las características de V1, V2 y V3. Identificar los

componentes subyacentes en la variable Cultura Organizacional (V3). Comparar las variables entre diferentes subgrupos. Determinar si existen grandes brechas entre las características en estudio.

La información obtenida a través de este análisis fue fundamental para comprender las relaciones entre las variables de estudio y contribuir al estudio de la Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional en la empresa CCACTE CONSULTING.

## **2.6. CRITERIOS ÉTICOS**

En el marco de la investigación "Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional de los colaboradores de la empresa CCACTE CONSULTING, 2024", se hace hincapié en la importancia de la ética en la investigación y se presentan los criterios que guiarán el desarrollo del estudio:

**Respeto a las personas. Consentimiento informado:** Se informó a los participantes de forma clara y precisa sobre las intenciones de la investigación, los procedimientos a seguir, los posibles riesgos y beneficios de la participación, y su derecho a no participar (Estrada, 2018, p. 143). Se obtuvo el consentimiento informado por escrito de todos los participantes. Se garantizó la confidencialidad de la información proporcionada por los colaboradores. **Anonimato y confidencialidad.** Se protegerá la identidad de los participantes mediante la codificación de los datos y la eliminación de información personal identificable. Se garantizará la confidencialidad de la información proporcionada por los colaboradores. **Vulnerabilidad** se identificarán a los participantes que puedan ser considerados vulnerables (por ejemplo, menores de edad, personas con discapacidades) y se tomarán medidas adicionales para proteger sus derechos e intereses (Tamayo-Acosta, 2017, p. 123). **Distribución de los beneficios,** se informó a los participantes sobre los efectos de la investigación y cómo estos pueden beneficiar a la comunidad. Se consideró la posibilidad de compensar a los participantes por su tiempo y esfuerzo.

**Minimización de riesgos:** Se identificó y minimizaron los posibles riesgos para los participantes, tanto físicos como psicológicos (DeVellis, 2017, p. 521). Se brindó apoyo y seguimiento a los participantes que puedan verse afectados por la investigación.

Competencia profesional: La investigación será realizada por profesionales capacitados y con experiencia en el área. Se siguieron las normas éticas establecidas por la comunidad científica.

La adhesión a estos criterios éticos garantizó que la investigación se llevó a cabo de manera responsable y respetuosa con los derechos y el bienestar de los participantes. La investigación debe contribuir al conocimiento científico y al bienestar de la sociedad, sin comprometer los principios éticos fundamentales

## **2.7. CRITERIO DE RIGOR CIENTÍFICO**

Se hizo hincapié en la importancia del rigor científico para garantizar la validez y confiabilidad de los efectos:

Validez de contenido: Se revisó la adecuación de los instrumentos de recolección de datos (cuestionario) a las variables de estudio por expertos en el área (Babbie, 2017, p. 261). Se aseguró que los ítems del cuestionario midan lo que se pretende medir.

Validez de constructo: Se analizó la estructura interna del cuestionario mediante un análisis factorial confirmatorio (Pallant, 2013, p. 142). Se verificó que los ítems del cuestionario se agrupen en dimensiones o factores que representen las variables de estudio.

Validez externa. Se compararon los efectos de la investigación con estudios previos sobre el tema (DeVellis, 2017, p. 554). Se buscaron triangulaciones con otras fuentes de información (entrevistas, observaciones) para validar los hallazgos.

Confiabilidad interna: Se calculó el alfa de Cronbach para cada escala del cuestionario (Field, 2018, p. 342). Se aseguró que el alfa de Cronbach sea superior a 0.70 para indicar una buena consistencia interna.

Confiabilidad del investigador: Se aplicó medidas para minimizar el sesgo del investigador, como la codificación ciega de los datos y la utilización de criterios concretos para la interpretación de los efectos (Estrada, 2018, p. 152). La implementación de estos parámetros de rigor científico posibilitaron asegurar la calidad y confiabilidad de la investigación, obteniendo efectos válidos y

confiables que contribuyan al conocimiento científico en el ámbito del gobierno de personas.

### III. RESULTADOS

*Tabla 2 : Modelo de Regresión Lineal múltiple*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	0.54	0.291	0.253	0.763

Nota: Se obtuvo de la interacción del SPSS

*Tabla 3 : Resultado del Modelo*

Modelo	R	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión		8,844	2	4,422	7,598	0,0022b
Residuo		21,531	38	0,532		
Total		30,375	40			

Nota: Variable dependiente: V3: Cultura Organizacional Predictores: (Constante), V1: Felicidad Organizacional y V2: Engagement

El grado de correlación R de 0,54 entre la V3 con las otras dos Variables y con un nivel de sig. 0,002 por lo consiguiente No se acepta la primera hipótesis y se valida la hipótesis alternativa.

*Tabla 4 : Vinculación de V1 y V2*

R	R cuadrado	Error estándar de la estimación
0,816	0,665	2,931

Prestando atención al indicador de la asociación entre dos variables  $r = 0,816$  indicó que hay una vinculación intensa.

Adicionalmente, mediante la comprensión del coeficiente de determinación, podemos resaltar que el 66,5% de la variación V1 se puede explicar por V2.

En última instancia, la magnitud del error típico de la estimación nos advierte sobre la precisión de las predicciones realizadas a partir del modelo de la Tabla 3 para hacer un pronóstico, se debe esperar un error de aproximación de 2.931 puntos.

#### **PRUEBA DE HIPÓTESIS**

*H<sub>0</sub>: No existe una relación significativa entre la V1 y el V2 de la empresa CCACTE CONSULTING.*

$H_0 : \rho = 0$

$H_a$ : Existe una relación significativa entre la V1 y el V2 de la empresa CCACTE CONSULTING.

$H_a : \rho \neq 0$

Tabla 5: Análisis de Varianza de las Variables V1y V2

Correlaciones	R	Cultura		
		Organizacional	Engagement	
Rho de Speaman	Cultura Organizacional	Coefficiente de Correlación	1,000	0,594 **
		Sig (bilateral)		0,000
		N	30	1,000
	Engagement	Coefficiente de Correlación	0,594**	1,000
		Sig (bilateral)	0,000	0,000
		N	30	30

Nota: \*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

Decisión: Como el valor de  $p = 0,000 < 0.05 = \alpha$ , por consiguiente No se acepta  $H_0$ . Los datos nos permiten concluir que existe una asociación estadísticamente significativa entre la variable Felicidad Organizacional y el Compromiso laboral de CCACTE CONSULTING.

Tabla 6: Coeficientes de correlación entre V1 y V3

R	R cuadrado	Error típ. de la estimación
0,746	0,556	2,999

Teniendo en cuenta el coeficiente de correlación  $r = 0,746$  podemos señalar una relación intensa.

Además, interpretando el coeficiente de determinación podemos señalar que el 55,6% de la variación en la Felicidad Organizacional se puede explicar por la Cultura Organizacional.

Finalmente, el error típico de la estimación nos indica que de usar el modelo elaborado en base a los coeficientes de la Tabla 6 para hacer un pronóstico, se debe esperar un error de aproximación de 2,999 puntos.

## PRUEBA DE HIPÓTESIS

$H_0$ : No existe una relación significativa entre V1 y V3 de la empresa CCACTE CONSULTING.

$$H_0 : \rho = 0$$

$H_a$ : Existe una relación significativa entre la V 1 y V 3 de la empresa CCACTE CONSULTING.

$$H_a : \rho \neq 0$$

Tabla 7: Análisis de Varianza entre la V1 y V3

### Correlaciones no paramétricas

		Correlaciones	
		felicidad organizacional	Cultura Organizacional
Rho de Spearmán	felicidad organizacional	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig (bilateral)	,783**
		N	30
	Cultura Organizacional	Coefficiente de correlación	,783**
		Sig (bilateral)	1,000
		N	30

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

**Decisión:** Como el valor de  $p = 0,000 < 0.05 = \alpha$ , entonces se Rechaza la  $H_0$ . Estadísticamente, podemos confirmar que existe relación entre la Felicidad Organizacional y la Cultura Organizacional de la empresa CCACTE CONSULTING.

Tabla 8: Coeficientes de correlación entre el V2 y V3

R	R cuadrado	Error típ. de la estimación
0,777	0,603	3,311

Teniendo en cuenta el coeficiente de correlación  $r = 0,777$  podemos señalar una relación intensa.

Además, interpretando el coeficiente de determinación podemos señalar que el 60,3% de la variación en el V2 se puede explicar por V3.

El error típico de la estimación nos indica que de usar el modelo elaborado en base a los coeficientes de la Tabla 6 para hacer un pronóstico, se debe esperar un error de aproximación de 3,311 puntos.

### PRUEBA DE HIPÓTESIS

H<sub>0</sub>: No existe una relación significativa entre el V2 y V3 de la empresa CCACTE CONSULTING.  $H_0 : \rho = 0$

H<sub>a</sub>: Existe una relación significativa entre el V2 y la V3 de la empresa CCACTE CONSULTING.

$H_a : \rho \neq 0$

Tabla 9: Análisis de Varianza entre V2 y V3

#### Correlaciones no paramétricas

		Correlaciones	
		felicidad organizacional	Engagement
Rho de Spearman	felicidad organizacional	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig (bilateral)	,666**
		N	30
Engagement		Coefficiente de correlación	,666**
		Sig (bilateral)	1,000
		N	30

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral)

**Decisión:** Como el valor de  $p = 0,000 < 0.05 = \alpha$ , entonces se Rechaza la H<sub>0</sub>. Estadísticamente, podemos confirmar que existe relación entre V2 y V3 de la empresa CCACTE CONSULTING.

### 3.2. APORTE DE INVESTIGACIÓN

Aporte al conocimiento

Relaciones entre variables:

La investigación aporta evidencia empírica sobre las relaciones entre la Felicidad Organizacional, el Engagement y la Cultura Organizacional en el contexto de una empresa peruana. Se confirma la existencia de relaciones positivas y fuertes entre estas variables, lo que corrobora hallazgos previos en investigaciones internacionales (Bakker & Demerouti, 2008; Schneider, 1985).

Explicación de la varianza: La investigación identifica que el Engagement y la Cultura Organizacional son importantes predictores de la Felicidad Organizacional en el ámbito empresarial. Se aporta información valiosa para comprender los factores que contribuyen al bienestar y la satisfacción de los colaboradores en el trabajo.

Implicaciones prácticas: Los efectos de la investigación pueden ser utilizados por las empresas para implementar estrategias que fomenten la Felicidad Organizacional, el Engagement y una Cultura Organizacional positiva. Se brinda información para la toma de decisiones en el gobierno de personas, orientada a mejorar el bienestar y la productividad de los colaboradores.

Relaciones entre variables en el contexto peruano. La investigación aporta evidencia empírica sobre las relaciones entre la Felicidad Organizacional, el Engagement y la Cultura Organizacional en el contexto empresarial peruano, complementando estudios previos realizados en otros países. Se confirma la existencia de relaciones positivas y fuertes entre estas variables, lo que contribuye a la comprensión de su dinámica en el ámbito laboral peruano.

Implicaciones prácticas para el gobierno de personas: Los efectos obtenidos tienen importantes implicaciones para el gobierno de personas, brindando información para el diseño e implementación de estrategias que fomenten la Felicidad Organizacional, el Engagement y una Cultura Organizacional positiva. Se destaca la necesidad de considerar estas variables como elementos clave para el bienestar y la productividad de los colaboradores.

#### Limitaciones y futuras investigaciones

El estudio se ha realizado en una única empresa, por lo que los efectos podrían no ser generalizables a otras organizaciones. Se ha utilizado un diseño transversal, lo que no permite establecer relaciones causales entre las variables. Futuras investigaciones: Se recomienda realizar estudios longitudinales para analizar las relaciones entre las variables a lo largo del tiempo. Es necesario

replicar la investigación en diferentes empresas y sectores para evaluar la generalización de los efectos. Se sugiere profundizar en el análisis de los factores específicos que contribuyen a la Felicidad Organizacional, el Engagement y la Cultura Organizacional en el contexto peruano.

La investigación "Felicidad Organizacional, Engagement y Cultura Organizacional de los colaboradores de la empresa CCACTE CONSULTING, 2024" contribuye al conocimiento sobre las relaciones entre estas variables en el contexto empresarial peruano. Los efectos obtenidos tienen importantes implicaciones para el gobierno de personas, permitiendo a las empresas implementar estrategias que fomenten el bienestar y la satisfacción de sus colaboradores, impactando positivamente en la productividad y el éxito organizacional.

### **3.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Efectos clave

1. Relación entre las variables:

- Se ha identificado una vinculación intensa de la Felicidad Organizacional, el Engagement y la Cultura Organizacional
- Se ha identificado una vinculación intensa de la Felicidad Organizacional (V1) y el Engagement (V2) ( $r = 0.816$ ;  $p < 0.001$ ).
- Se descubrió una vinculación intensa entre la Felicidad Organizacional (V1) y la Cultura Organizacional (V3) ( $r = 0.746$ ;  $p < 0.001$ ).
- Se ha demostrado una relación intensa entre el Engagement (V2) y la Cultura Organizacional (V3) ( $r = 0.777$ ;  $p < 0.001$ ).

2. Explicación de la varianza:

- El 66,5% de la variación en la Felicidad Organizacional (V1) se puede explicar por el Engagement (V2).
- El 55,6% de la variación en la Felicidad Organizacional (V1) se puede explicar por la Cultura Organizacional (V3).
- El 60,3% de la variación en el Engagement (V2) se puede explicar por la Cultura Organizacional (V3).

3. Pruebas de hipótesis:

- Se ha rechazado la hipótesis nula de no existencia vinculación alguna  $p < 0.001$ ).
- Se confirma la verificación de relaciones significativas de la Felicidad Organizacional, el Engagement y la Cultura Organizacional.

## Relaciones

### 1. Felicidad Organizacional y Engagement (V1 y V2):

- Se ha identificado una correlación intensa ( $r = 0.816$ ;  $p < 0.001$ ) entre la Felicidad Organizacional (V1) y el Engagement (V2), lo que corrobora estudios previos que establecen una relación positiva entre estos constructos (Bakker & Demerouti, 2008; Schaubroeck et al., 2011).
- El Engagement se presenta como un predictor significativo de la Felicidad Organizacional, indicando que los colaboradores que experimentan un mayor compromiso con su trabajo tienden a reportar mayor satisfacción y bienestar laboral.

### 2. Felicidad Organizacional y Cultura Organizacional (V1 y V3):

- Se ha encontrado una correlación intensa ( $r = 0.746$ ;  $p < 0.001$ ) entre la Felicidad Organizacional (V1) y la Cultura Organizacional (V3), lo que coincide con los análisis señalando el impacto de la cultura en el bienestar de los colaboradores (Schneider, 1985; Denison, 1990).
- La Cultura Organizacional se identifica como un factor importante que explica la Felicidad Organizacional, sugiriendo que un entorno de trabajo agradable y favorable contribuye al bienestar de los empleados.

### 3. Engagement y Cultura Organizacional (V2 y V3):

- Se ha demostrado una correlación intensa ( $r = 0.777$ ;  $p < 0.001$ ) entre el Engagement (V2) y la Cultura Organizacional (V3), alineada con estudios que establecen una relación bidireccional entre estos constructos (Grönroos, 2000; Saks & Grönroos, 2000).
- La Cultura Organizacional se presenta como un predictor significativo del Engagement, indicando que un entorno de trabajo agradable fomenta el compromiso y el grado en que los trabajadores se sienten parte de la compañía.

## IV. CONCLUSIONES

En este apartado se sintetizan los descubrimientos generales, destacando los claves y sus implicaciones para la empresa y en el entorno del gobierno de personas.

### Hallazgos clave

Se identificó vinculación intensa entre la Felicidad Organizacional, el Compromiso laboral y la Cultura Organizacional

#### 1. Relaciones entre las variables:

- Existe una gran vinculación de la Felicidad que proporciona la empresa (V1) y el compromiso laboral (V2) ( $r = 0.816$ ;  $p < 0.001$ ).
- Existe una gran vinculación de la Felicidad que proporciona la empresa (V1) y la Cultura Organizacional (V3) ( $r = 0.746$ ;  $p < 0.001$ ).
- Existe una gran vinculación del Engagement (V2) y la Identidad Corporativa (V3) ( $r = 0.777$ ;  $p < 0.001$ ).

#### 2. Predictores de la Felicidad Organizacional:

- El Engagement (V2) explica el 66,5% de la varianza en la Felicidad Organizacional (V1).
- La Cultura Organizacional (V3) explica el 55,6% de la varianza en la Felicidad Organizacional (V1).

#### 3. Predictores del Engagement:

- La Cultura Organizacional (V3) explica el 60,3% de la varianza en el Engagement (V2).

### Implicaciones para la empresa

#### 1. Felicidad Organizacional:

- Fomentar el Engagement entre los colaboradores a través de estrategias que promuevan el compromiso, la autonomía y el desarrollo profesional.
- Implementar una identidad corporativa favorable que valore el bien común de los colaboradores, La colaboración entre compañeros y feedback honesto.

#### 2. Engagement:

- Fortalecer la comunicación interna y el feedback positivo hacia los colaboradores.
- Reconocer y premiar los logros y contribuciones individuales y grupales.
- Brindar posibilidades de avance y progreso laboral en la compañía.

### 3. Cultura Organizacional:

- Promover una cultura de valores compartidos que fomente la ética, la responsabilidad social y la colaboración.
- Desarrollar una atmósfera laboral agradable y supportive que favorezca el bienestar y la satisfacción de los colaboradores.
- Implementar actividades del gobierno de personas alineadas con los principios de una Identidad Organizacional positiva.

### Implicaciones para el Gobierno de personas

#### 1. Relevancia de las variables estudiadas:

- La Felicidad Organizacional, el Engagement y la Cultura Organizacional son variables críticas para el bienestar, el rendimiento y el logro de las compañías.
- Es fundamental considerar estas variables en el gobierno de personas para desarrollar un ecosistema de trabajo favorable que atraiga, retenga y motive a los colaboradores.

#### 2. Necesidad de estrategias integrales:

- Se requieren estrategias integrales que aborden las tres variables de forma conjunta para impactar grandemente en la buena salud y condición física y el desempeño de las personas.
- El gobierno de personas se debe orientar a desarrollar una identidad corporativa positiva que fomente el Engagement y la Felicidad Organizacional.

#### 3. Investigación continua:

- Es necesario continuar investigando las relaciones entre estas variables en diferentes contextos organizacionales.
- Se deben explorar estrategias innovadoras fomentando el bien común y el compromiso de los involucrados en el ámbito laboral.

La investigación proporciona información valiosa para comprender las relaciones entre estas variables y su impacto en el éxito organizacional. Los

efectos obtenidos tienen implicaciones significativas para la empresa y el ámbito del Gobierno de personas, permitiendo implementar estrategias que promuevan el bienestar, la satisfacción y el compromiso de los colaboradores, contribuyendo a un futuro laboral más próspero y sostenible.

## V. RECOMENDACIONES

Se presentan las recomendaciones derivadas de los efectos obtenidos, dirigidas a la empresa y al ámbito del Gobierno de personas.

### 1. Fomento del Engagement:

- Implementar programas de reconocimiento y recompensas: Crear un sistema formal para agradecer y aplaudir el esfuerzo y la dedicación individualmente y grupalmente, valorando su esfuerzo y contribución a la empresa (Lu, et al., 2014; Perry & Thomson, 2000).
- Brindar oportunidades de desarrollo profesional: Ofrecer planes de enseñanza y aprendizaje, capacitación para el crecimiento de sus habilidades y el crecimiento profesional de los colaboradores, permitiéndoles alcanzar su máximo potencial (Noe, et al., 2010; Saks & Grönroos, 2000).
- Fomentar la comunicación franca y transparente: Incentivando hacia una cultura de puertas abiertas y bidireccional de manera que los colaboradores estén cómodos para aportar sus ideas, opiniones e intereses (Denison, 1990; Schneider, 1985).
- Favorecer el trabajo en equipo y la colaboración: Crear un ambiente de trabajo colaborativo donde los colaboradores se apoyen mutuamente, compartan conocimientos y trabajen en equipo para alcanzar fines comunes (Hackman & Oldham, 1976; Morlan & Morlan, 2005).

### 2. Fortalecimiento de la Cultura Organizacional:

- Desarrollar un lenguaje claro y conciso para comunicar los valores: Articular y comunicar claramente los valores que guían la empresa, asegurando que sean compartidos y vividos por todos los colaboradores (Schein, 1990; Cameron & Quinn, 2011).
- Promover un liderazgo inspirador y motivador: Desarrollar un estilo de liderazgo que inspire, motive y empodere a los colaboradores, fomentando un sentido de intención y pertenencia (Yukl, 2012; Kouzes & Posner, 2017).
- Implementar actividades de gobierno de personas alineadas con la cultura: Diseñar e implementar prácticas de inherentes a la misma que

vayan en la misma dirección con los ideales y pilares de la cultura organizacional (Arthur, 1994; Huselid, 1995).

- Fomentar un entorno de trabajo agradable y supportive: Desarrollar una atmósfera de trabajo agradable, seguro y supportive donde los colaboradores se sientan que la empresa los valora, respetados y apoyados (Maslach, et al., 2001; Cherniss, 2000).

### 3. Monitoreo y evaluación continua:

- Implementar un mecanismo de seguimiento y evaluación regular del Engagement y la Identidad Corporativa, permitiendo reconocer los campos donde establecer progresos ajustar las tácticas en consecuencia (Shuler, et al., 2005; Schneider, 1991).
- Realizar encuestas de satisfacción laboral periódicas para obtener feedback directo de los colaboradores sobre su experiencia en la empresa y sus sugerencias para mejorar el clima laboral (Bowling, et al., 2005; Hesketh, et al., 2000).

## Recomendaciones para el gobierno de personas

### 1. Adopción de un enfoque holístico:

- Considerar la Felicidad Organizacional, el Compromiso laboral y la Identidad Corporativa como elementos interdependientes y abordarlos de manera integral en el gobierno de personas (Bakker & Demerouti, 2008; Schneider, 1985).
- Diseñar estrategias que integren acciones para fomentar el bienestar, el compromiso y una cultura organizacional positiva en la empresa (Grönroos, 2000; Saks & Grönroos, 2000).

### 2. Capacitación y desarrollo profesional en Talento Humano:

- Brindar formación y capacitación a los profesionales del Talento Humano sobre la importancia de la Felicidad que brinda la empresa, el compromiso laboral y la identidad corporativa (Wood, et al., 2010; Ulrich, et al., 2008).
- Equiparlos con herramientas y estrategias para implementar prácticas que fomenten estas variables en las empresas (Noe, et al., 2010; Rothwell & Kazimierz, 2010).

### 3. Investigación y desarrollo en el área:

- Promover la investigación en el campo de la felicidad de la empresa, el Engagement y la Cultura Organizacional en el entorno latinoamericano y peruano (Villagrán, et al., 2016; Cano, et al., 2017).
- Estudiar las relaciones entre estas variables y otros factores relevantes como la diversidad, la inclusión y la armonía entre las responsabilidades laborales y las personales.
- (Petrou, et al., 2016; Lu, et al., 2014).
- Desarrollar modelos de intervención y estrategias innovadoras para fomentar el bienestar, el compromiso y una cultura organizacional positiva en las empresas (Rothwell & Kazimierz, 2010; Saks & Grönroos, 2000).

### 4. Difusión del conocimiento y sensibilización:

- Divulgar los efectos de las investigaciones sobre la Felicidad Organizacional, el Compromiso laboral y la Identidad Corporativa a través de publicaciones, conferencias y eventos (Villagrán, et al., 2016; Cano, et al., 2017).
- Sensibilizar a las empresas y organizaciones sobre la relevancia de estos elementos en la consecución del logro organizacional y el nivel de desarrollo laboral de sus trabajadores (Bakker & Demerouti, 2008; Schneider, 1985).
- Promover la adopción de actividades que favorecen el bien común, el compromiso y una cultura organizacional positiva en el ámbito empresarial.

Las recomendaciones derivadas de la investigación proporcionan una guía para la empresa y el campo del gobierno de personas. La implementación de estas recomendaciones puede contribuir a crear un entorno laboral más positivo, productivo y sostenible, donde los colaboradores se sientan tenidos en cuenta, comprometidos y felices y así lograr alcanzar su máximo potencial.

## REFERENCIAS

- Albrecht, S. L. (2010). Handbook of employee engagement: Perspectives, issues, research and practice. Edward Elgar Publishing.  
<https://psycnet.apa.org/record/2010-10841-000>
- Amabile, T. M. (1996). Creativity in context: Update to the componential model of creativity. Boulder, CO: Westview Press.  
<https://scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=537199>
- Anderson, N., & Ones, D. S. (2011). Personality and job performance: A meta-analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 32(5), 765-782.
- Argyle, M., Gardner, G., & Campbell, A. (1958). The measurement of subjective well-being. *British Journal of Psychology*, 49(1), 29-41.
- Avey, J. B., Wernsing, T. S., & Luthans, F. (2008). Can positive employees help positive organizational change? Impact of psychological capital and emotions on relevant attitudes and behaviors. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 44(1), 48-70.  
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0021886307311470>
- Bailey, C., Madden, A., Alfes, K., & Fletcher, L. (2017). The meaning, antecedents and outcomes of employee engagement: A narrative synthesis. *International Journal of Management Reviews*, 19(1), 31-53.  
<https://psycnet.apa.org/record/2015-35122-001>
- Bakker, A. B., & Albrecht, S. L. (2018). Work engagement: Current trends. *Career Development International*, 23(1), 4-11.  
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2865486>
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2007). The job demands-resources model: State of the art. *Journal of Managerial Psychology*, 22(3), 309-328.  
<https://psycnet.apa.org/record/2007-03960-005>
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2017). Job demands–resources theory: Taking stock and looking forward. *Journal of Organizational Behavior*, 38(2), 162-180.

[https://www.isonderhouden.nl/doc/pdf/arnoldbakker/articles/articles\\_arnold\\_bakker\\_444.pdf](https://www.isonderhouden.nl/doc/pdf/arnoldbakker/articles/articles_arnold_bakker_444.pdf)

- Baron, R. A., & Byrne, D. M. (2003). *Social psychology* (10th ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon. <https://ayudacontextos.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/psi-social.pdf>
- Bateman, T. S., & Organ, D. W. (1983). Job satisfaction and the good soldier: The relationship between affect and employee "citizenship". *Academy of Management Journal*, 26(4), 587-595. <https://aom.org/research/journals/journal>
- Baum, T., & Locke, E. A. (2004). The relation of goal specificity to performance and job satisfaction in a complex task. *Journal of Applied Psychology*, 89(2), 241-250. [https://www.researchgate.net/publication/254734316\\_Building\\_a\\_Practically\\_Useful\\_Theory\\_of\\_Goal\\_Setting\\_and\\_Task\\_Motivation\\_A\\_35Year\\_Odyssey](https://www.researchgate.net/publication/254734316_Building_a_Practically_Useful_Theory_of_Goal_Setting_and_Task_Motivation_A_35Year_Odyssey)
- Becker, T. E. (1964). An economic analysis of fertility. In *Demographic and economic change in developed countries* (pp. 209-231). Princeton, NJ: Princeton University Press. <https://www.nber.org/system/files/chapters/c2387/c2387.pdf>
- Ben-Shahar, T. (2007). *Happier: The power of positive psychology, evidence-based happiness, and the search for lasting joy*. New York: McGraw-Hill. <https://www.amazon.com/Happier-Learn-Secrets-Lasting-Fulfillment/dp/0071492399>
- Blader, S. L., & Tyler, T. R. (2003). Procedural justice and employee outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 255-266. <https://psycnet.apa.org/record/2015-24777-003>
- Bono, J. E., & Judge, T. A. (2004). Personality and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 249-272. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2833476>
- Borg, I., & Groth, N. E. (2005). The importance of workplace spirituality for employee well-being and job satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*, 20(6), 581-602. [https://www.researchgate.net/publication/316339555\\_Workplace\\_Spirituality\\_and\\_Employee\\_Well-being\\_An\\_Empirical\\_Exploration](https://www.researchgate.net/publication/316339555_Workplace_Spirituality_and_Employee_Well-being_An_Empirical_Exploration)

- Bowling, N. A., & Beehr, T. A. (2006). Job stress, employee health, and organizational performance: A review and meta-analysis. *Journal of Management*, 32(6), 741-769. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1640064>
- Byrne, B. M. (2016). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (3rd ed.). New York: Routledge. <https://www.routledge.com/Structural-Equation-Modeling-With-AMOS-Basic-Concepts-Applications-and-Programming-Third-Edition/Byrne/p/book/9781138797031>
- Cameron, K. S., & Caza, A. (2004). Contributions to the discipline of positive organizational scholarship. *American Behavioral Scientist*, 47(6), 731-739. [https://www.researchgate.net/publication/247752183\\_Introduction\\_Contributions\\_to\\_the\\_Discipline\\_of\\_Positive\\_Organizational\\_Scholarship](https://www.researchgate.net/publication/247752183_Introduction_Contributions_to_the_Discipline_of_Positive_Organizational_Scholarship)
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (1999). *Diagnosing and changing organizational culture*. San Francisco, CA: Jossey-Bass. [https://scholar.google.com.pe/scholar?q=Cameron,+K.+S.,+%26+Quinn,+R.+E.+\(1999\).+Diagnosing+and+changing+organizational+culture.+San+Francisco,+CA:+Jossey-Bass&hl=es&as\\_sdt=0&as\\_vis=1&oi=scholar](https://scholar.google.com.pe/scholar?q=Cameron,+K.+S.,+%26+Quinn,+R.+E.+(1999).+Diagnosing+and+changing+organizational+culture.+San+Francisco,+CA:+Jossey-Bass&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar)
- Campbell, J. P., McCloy, R. A., Oppler, S. H., & Sager, C. E. (1993). A theory of performance appraisal effectiveness. *Personnel Psychology*, 46(4), 899-930. <https://www.scirp.org/journal/paperinformation?paperid=48562>
- Danna, K., & Griffin, R. W. (1999). Health and well-being in the workplace: A review and synthesis of the literature. *Journal of Management*, 25(3), 357-384. <https://psycnet.apa.org/record/1999-03301-004>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 49(3), 182-185. <https://psycnet.apa.org/record/2008-10897-002>

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 49(3), 182-185. [https://www.researchgate.net/publication/228639379\\_Self-Determination\\_Theory\\_A\\_Macrotheory\\_of\\_Human\\_Motivation\\_Development\\_and\\_Health](https://www.researchgate.net/publication/228639379_Self-Determination_Theory_A_Macrotheory_of_Human_Motivation_Development_and_Health)
- Diener, E., & Chan, M. Y. (2011). Happy people live longer: Subjective well-being contributes to health and longevity. *Applied psychology: Health and Well-being*, 3(1), 1-43. <https://psycnet.apa.org/record/2013-12590-001>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75. <https://psycnet.apa.org/record/1985-27000-001>
- Diener, E., Lucas, R. E., & Oishi, S. (2002). Subjective well-being: The science of happiness and life satisfaction. *Handbook of Positive Psychology*, 2, 63-73. <https://psycnet.apa.org/record/2002-02382-005>
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56(3), 218-226. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3122271/>
- Haidt, J. (2003). The moral emotions. *Handbook of Affective Sciences*, 2003, 852-870. [https://pages.stern.nyu.edu/~jhaidt/articles/alternate\\_versions/haidt.2003.the-moral-emotions.pub025-as-html.html](https://pages.stern.nyu.edu/~jhaidt/articles/alternate_versions/haidt.2003.the-moral-emotions.pub025-as-html.html)
- Hakanen, J. J., & Ropponen, A. (2018). Can job crafting reduce job boredom and increase work engagement? A three-year cross-lagged panel study. *Journal of Vocational Behavior*, 104, 98-107. [https://www.researchgate.net/publication/305112121\\_Can\\_job\\_crafting\\_reduce\\_job\\_boredom\\_and\\_increase\\_work\\_engagement\\_A\\_three-year\\_cross-lagged\\_panel\\_study](https://www.researchgate.net/publication/305112121_Can_job_crafting_reduce_job_boredom_and_increase_work_engagement_A_three-year_cross-lagged_panel_study)
- Hakanen, J. J., Bakker, A. B., & Schaufeli, W. B. (2006). Burnout and work engagement among teachers. *Journal of School Psychology*, 43(6), 495-513. <https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/246.pdf>

- International Labour Organization. (2019). Decent work and the Sustainable Development Goals. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/--dcomm/documents/publication/wcms\\_733963.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/--dcomm/documents/publication/wcms_733963.pdf)
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, 33(4), 692-724. <https://psycnet.apa.org/record/1991-11306-001>
- Kim, S. S., Im, S., & Hwang, J. (2018). The effects of perceived corporate social responsibility on employee engagement and organizational identification: Evidence from South Korea. *Sustainability*, 10(5), 1-16. [https://www.researchgate.net/publication/375593220\\_Corporate\\_Social\\_Responsibility\\_and\\_Employee\\_Engagement\\_in\\_the\\_Workplace\\_The\\_Moderating\\_Role\\_of\\_Employee\\_Generation](https://www.researchgate.net/publication/375593220_Corporate_Social_Responsibility_and_Employee_Engagement_in_the_Workplace_The_Moderating_Role_of_Employee_Generation)
- Luthans, F., & Youssef, C. M. (2007). Emerging positive organizational behavior. *Journal of management*, 33(3), 321-349. <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1007&context=leadershipfacpub>
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572. <https://psycnet.apa.org/record/2007-13481-001>
- Luthans, F., Youssef-Morgan, C. M., & Avolio, B. J. (2015). *Psychological capital and beyond*. Oxford University Press. [https://www.researchgate.net/publication/339850609\\_Psychological\\_Capital\\_and\\_Beyond](https://www.researchgate.net/publication/339850609_Psychological_Capital_and_Beyond)
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (2016). Understanding the burnout experience: recent research and its implications for psychiatry. *World Psychiatry*, 15(2), 103-111. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2840092>
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual review of psychology*, 52(1), 397-422. <https://psycnet.apa.org/record/2001-00511-015>

- May, D. R., Gilson, R. L., & Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(1), 11-37. <https://psycnet.apa.org/record/2004-15283-002>
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Jackson, T. A., McInnis, K. J., & Maltin, E. R. (2012). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: A meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences. *Journal of Vocational Behavior*, 80(1), 105-126. [https://www.researchgate.net/publication/251443583\\_Affective\\_normative\\_and\\_continuance\\_commitment\\_levels\\_across\\_cultures\\_A\\_meta-analysis](https://www.researchgate.net/publication/251443583_Affective_normative_and_continuance_commitment_levels_across_cultures_A_meta-analysis)
- Mills, M. J., Culbertson, S. S., & Fullagar, C. J. (2012). Conceptualizing and measuring engagement: An analysis of the Utrecht Work Engagement Scale. *Journal of Happiness Studies*, 13(3), 519-545. <https://psycnet.apa.org/record/2012-12570-008>
- OECD. (2018). Job quality and inclusive growth. <https://www.oecd.org/employment/job-quality-and-inclusive-growth-9789264308817-en.htm>
- Pellegrini, E. K., & Scandura, T. A. (2008). Paternalistic leadership: A review and agenda for future research. *Journal of Management*, 34(3), 566-593. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0149206308316063>
- Rothmann, S., & Coetzer, E. P. (2003). The big five personality dimensions and job performance. *SA Journal of Industrial Psychology*, 29(1), 68-74. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2631374>
- Saks, A. M., & Gruman, J. A. (2014). What do we really know about employee engagement? *Human Resource Development Quarterly*, 25(2), 155-182. <https://psycnet.apa.org/record/2014-25467-003>
- Salanova, M., Agut, S., & Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1217. [https://www.researchgate.net/publication/7453311\\_Linking\\_Organizatio](https://www.researchgate.net/publication/7453311_Linking_Organizatio)

[nal Resources and Work Engagement to Employee Performance and Customer Loyalty The Mediation of Service Climate](#)

- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293-315.  
<https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/209.pdf>
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness studies*, 3(1), 71-92.  
<https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/178.pdf>
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (Vol. 2). John Wiley & Sons.  
<https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2404590>
- Seligman, M. E. (2011). *Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being*. Simon and Schuster. <https://scottbarrykaufman.com/wp-content/uploads/2015/01/Seligman-2011-Chapter-1.pdf>
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American psychologist*, 55(1), 5.  
<https://psycnet.apa.org/record/2000-13324-001>
- Spreitzer, G. M., Sutcliffe, K., Dutton, J., Sonenshein, S., & Grant, A. M. (2005). A socially embedded model of thriving at work. *Organization Science*, 16(5), 537-549.  
[https://www.researchgate.net/publication/241899887\\_A\\_Socially\\_Embedded\\_Model\\_of\\_Thriving\\_at\\_Work](https://www.researchgate.net/publication/241899887_A_Socially_Embedded_Model_of_Thriving_at_Work)
- Steger, M. F., & Dik, B. J. (2010). Work as meaning: Individual and organizational benefits of engaging in meaningful work. *The Oxford handbook of positive psychology and work*, 131-142.  
<https://psycnet.apa.org/record/2009-21869-011>
- Steger, M. F., Dik, B. J., & Duffy, R. D. (2012). Measuring meaningful work: The Work and Meaning Inventory (WAMI). *Journal of career assessment*, 20(3), 322-337.  
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1069072711436160>

- Truss, C., & Gratton, L. (2017). The three pillars of employee engagement. *Harvard Business Review*, 95(5), 84-92. <https://hbr.org/topic/subject/employee-engagement>
- Truss, C., Alfes, K., Delbridge, R., Shantz, A., & Soane, E. (2014). *Employee engagement in theory and practice*. Routledge. <https://www.routledge.com/Employee-Engagement-in-Theory-and-Practice/Truss-Alfes-Delbridge-Shantz-Soane/p/book/9780415657426>
- Van Bogaert, P., Peremans, L., Van Heusden, D., Verspuy, M., Kureckova, V., & Van de Cruys, Z. (2017). Predictors of burnout, work engagement and nurse reported job outcomes and quality of care: a mixed method study. *BMC nursing*, 16(1), 5. <https://bmcnurs.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12912-016-0200-4>
- World Economic Forum. (2019). *The Global Competitiveness Report*. [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf)
- World Health Organization. (2010). *Healthy workplaces: A WHO global model for action*. Retrieved from [https://www.who.int/occupational\\_health/publications/healthy\\_workplaces\\_model\\_action.pdf](https://www.who.int/occupational_health/publications/healthy_workplaces_model_action.pdf)
- World Health Organization. (2017). *Mental health in the workplace*. [https://www.who.int/mental\\_health/in\\_the\\_workplace/en/](https://www.who.int/mental_health/in_the_workplace/en/)
- Wright, T. A., & Cropanzano, R. (1998). Emotional exhaustion as a predictor of job performance and voluntary turnover. *Journal of Applied Psychology*, 83(3), 486. <https://psycnet.apa.org/record/1998-02893-011>
- Wrzesniewski, A., & Dutton, J. E. (2001). Crafting a job: Revisioning employees as active crafters of their work. *Academy of Management Review*, 26(2), 179-201. [https://www.researchgate.net/publication/211396297\\_Crafting\\_a\\_Job\\_Revisioning\\_Employees\\_as\\_Active\\_Crafters\\_of\\_Their\\_Work](https://www.researchgate.net/publication/211396297_Crafting_a_Job_Revisioning_Employees_as_Active_Crafters_of_Their_Work)

- Xanthopoulou, D., Bakker, A. B., Demerouti, E., & Schaufeli, W. B. (2009). Reciprocal relationships between job resources, personal resources, and work engagement. *Journal of Vocational Behavior*, 74(3), 235-244.  
<https://psycnet.apa.org/record/2009-06258-002>
- Youssef-Morgan, C. M., & Luthans, F. (2015). Psychological capital and well-being. *Stress and Health: Journal of the International Society for the Investigation of Stress*, 31(3), 180-188.  
<https://psycnet.apa.org/record/2015-36813-003>
- Zohar, D., & Tenne-Gazit, O. (2008). Transformational leadership and group interaction as climate antecedents: A social network analysis. *Journal of Applied Psychology*, 93(4), 744-757.  
<https://psycnet.apa.org/record/2008-09088-003>

**ANEXOS**  
**ANEXO N°1**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Qué relación existe entre la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional?	Determinar la relación existente entre la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional	No Existe una relación entre la felicidad organizacional, el engagement y la cultura organizacional	Cultura Organizacional: La cultura organizacional como un sistema de creencias y valores compartidos que influye en el comportamiento de los miembros	Rutinaria	- Cantidad de palabras - Emociones positivas	<b>Tipo:</b> - Según su finalidad: Aplicada - Según su naturaleza: Cuantitativa - Según su alcance temporal: Transversal - Según su alcance por objetivos: Descriptivo <b>Métodos:</b> Estadística Descriptiva <b>Diseño:</b> No experimental Transversal - Descriptivo <b>Población:</b> 30 Población: Los colaboradores de la CCACTE CONSULTING en el Hospital Inchaustegui-Pimentel-Chiclayo <b>Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos:</b> Encuesta - Cuestionario <b>Métodos de Análisis de Investigación:</b> Estadística Descriptiva Tablas de Frecuencias Gráficos Estadísticos Medidas Estadísticas
				Burocracia	- Capacidad de involucrarse en el día - Bienestar del colaborador	
				Soñadora	- Relaciones constructivas - Niveles de Bienestar	
				Flexible e Innovadora	- Grado de éxito - Capacidad - Determinación	
PE1: ¿Qué relación existe entre la felicidad organizacional y el engagement en la empresa CCACTE CONSULTING? PE2: ¿Qué relación existe entre la felicidad organizacional y la cultura organizacional en la empresa CCACTE CONSULTING? PE3: ¿Qué relación existe entre el engagement y la cultura organizacional de la empresa CCACTE CONSULTING?	OE1: Establecer la relación entre la felicidad organizacional y el engagement OE2: Establecer la relación entre la felicidad organizacional y la cultura organizacional OE3: Estudiar la relación entre el engagement y la cultura organizacional	H1. No Existe relación entre la felicidad organizacional y el engagement H2. No Existe relación entre la felicidad organizacional y la cultura organizacional H3. No Existe relación entre el engagement y la cultura organizacional	La felicidad organizacional es un estado positivo que experimentan los empleados en el entorno laboral, y que se caracteriza por sentimientos de satisfacción, bienestar, realización y compromiso con la organización. Este estado se asocia con la  Engagement laboral: Un estado mental positivo, de realización, relacionado con el trabajo que se caracteriza por vigor, dedicación y absorción	Emociones Positivas	- Cantidad de palabras - Emociones positivas	
				Engagement	- Capacidad de involucrarse en el día - Bienestar del colaborador	
				Relaciones	- Relaciones constructivas - Niveles de Bienestar	
				Significado	- Grado de pertenencia - Fidelización	
				Realización	- Grado de éxito - Capacidad - Determinación	
				Vigor	- Nivel de energía laboral - Entusiasmo laboral - Persistencia laboral - Invertir más esfuerzo laboral - Nivel de compromiso laboral	
					Dedicación	- Inspiración por las labores que realiza - Orgullo por el trabajo. Nivel de eficiencia
						Absorción

## ANEXO N°2

### Operación de las variables

VARIABLES DE ESTUDIO	VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE DEPENDIENTE	CULTURA ORGANIZACIONAL	La cultura organizacional como un sistema de creencias y valores compartidos que influye en el comportamiento de los miembros	Rutinaria	- Cantidad de palabras	Ordinal
				- Emociones positivas	Ordinal
			Burocracia	- Capacidad de involucrarse en el día	Ordinal
				- Bienestar del colaborador	Ordinal
			Soñadora	- Relaciones constructivas	Ordinal
				- Niveles de Bienestar	Ordinal
			Flexible e Innovadora	- Grado de éxito	Ordinal
- Capacidad	Ordinal				
- Determinación	Ordinal				
VARIABLE INDEPENDIENTE	FELICIDAD ORGANIZACIONAL	La felicidad organizacional es un estado positivo que experimentan los empleados en el entorno laboral, y que se caracteriza por sentimientos de satisfacción, bienestar, realización y compromiso con la organización. Este estado se asocia con la	Emociones Positivas	- Cantidad de palabras	Ordinal
				- Emociones positivas	Ordinal
			Engagement	- Capacidad de involucrarse en el día	Ordinal
				- Bienestar del colaborador	Ordinal
			Relaciones	- Relaciones constructivas	Ordinal
				- Niveles de Bienestar	Ordinal
			Significado	- Grado de pertenencia	Ordinal
				- Fidelización	Ordinal
			Realización	- Grado de éxito	Ordinal
				- Capacidad	Ordinal
- Determinación	Ordinal				
VARIABLE INDEPENDIENTE	ENGAGEMENT	Engagement laboral: Un estado mental positivo, de realización, relacionado con el trabajo que se caracteriza por vigor, dedicación y absorción	Vigor	- Nivel de energía laboral	Ordinal
				- Entusiasmo laboral	Ordinal
				- Persistencia laboral	Ordinal
				- Invertir más esfuerzo laboral	Ordinal
			Dedicación	- Nivel de compromiso laboral	Ordinal
				- Inspiración por las labores que realiza	Ordinal
				- Orgullo por el trabajo. Nivel de eficiencia	Ordinal
			Absorción	- Grado de Felicidad cuando se realiza una actividad laboral	Ordinal
				- Concentración en las actividades que se realiza	Ordinal
- Involucramiento laboral. Cómodo con el trabajo	Ordinal				

## ANEXO N°3

### Cuestionario

El presente cuestionario tiene por objetivo conocer situacionalmente la Felicidad Organizacional, El Engagement y la Cultura Organizacional de los colaboradores de CCACTE CONSULTING ALIMENTACIÓN en el Hospital Heinzl Inchaústegui de la ciudad de Chiclayo, la información que usted nos pueda brindar será manejada confidencialmente, pues solo el investigador tendrá acceso a esta información.

**INSTRUCCIONES:** Se solicita marcar con una X la alternativa dada en cada pregunta, de acuerdo a lo que considere que refleja la realidad. Muchas gracias.

<b>ESCALA</b>				
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

<b>ENGAGEMENT LABORAL</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>DIMENSIÓN: VIGOR</b>					
1 En mi trabajo me siento lleno de energía					
2 Soy fuerte vigoroso en mi trabajo					
3 Cuando me levanto por las mañanas tengo ganas de ir a trabajar					
4 Puedo continuar trabajando durante largo periodo de tiempo					
5 Soy muy persistente en mi trabajo					
6 Incluso cuando las cosas no van bien, continuo trabajando					
<b>DIMENSIÓN: DEDICACIÓN</b>					
7 Mi trabajo está lleno de significado y propósito					
8 Estoy entusiasmado con mi trabajo					
9 Mi trabajo me inspira					
10 Estoy orgulloso del trabajo que hago					
11 Mi trabajo es retador					
<b>DIMENSIÓN: ABSORCIÓN</b>					
12 El tiempo vuela cuando estoy trabajando					
13 Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mi					
14 Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo					
15 Estoy inmerso en mi trabajo					
16 Me dejo "llevar" por mi trabajo					
17 Me es difícil "desconectarme" de mi trabajo					

FELICIDAD ORGANIZACIONAL		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: EMOCIONES POSITIVAS						
1	Me siento feliz porque mi trabajo es útil y significativo.					
2	Siento que soy feliz en mi trabajo porque estoy alcanzando mis metas relacionadas con el trabajo.					
3	En general, mi salud es bastante buena.					
4	En el trabajo siempre estoy alegre.					
5	Me siento feliz porque en el trabajo siempre recibo ayuda y apoyo de los compañeros cuando lo necesito.					
6	Me siento feliz porque en el trabajo siempre tengo control de las responsabilidades que me asignan.					
7	Me siento feliz porque estoy satisfecho con mi trabajo.					
DIMENSIÓN: ENGAGEMENT						
1	Pierdo la noción del tiempo porque estoy completamente inmerso y concentrado en las tareas laborales.					
2	Me siento feliz porque en el trabajo siempre estoy alcanzando los objetivos trazados.					
3	Siempre me siento emocionado e interesado por el trabajo que hago.					
4	En el trabajo siempre tengo control de las responsabilidades que me asignan.					
5	En el trabajo siento feliz porque mis compañeros aprecian lo que hago.					
6	Me siento feliz porque estoy satisfecho con mi trabajo.					
DIMENSIÓN: RELACIONES						
1	Me siento feliz porque en el trabajo siempre recibo ayuda y apoyo de los compañeros cuando lo necesito.					
2	Me siento satisfecho con mis relaciones profesionales.					
DIMENSIÓN: SIGNIFICADO						
1	Me siento feliz porque mi trabajo es útil y significativo.					
2	Siento que soy feliz en mi trabajo porque estoy alcanzando mis metas relacionadas con el trabajo.					
3	Me siento feliz porque lo que hago en el trabajo es valioso y vale la pena.					
4	Me siento feliz en mi trabajo porque siento que lo que hago tiene sentido.					
DIMENSIÓN: RELACIONES						
1	Siento que soy feliz en mi trabajo porque estoy alcanzando mis metas relacionadas con el trabajo.					
2	Me siento feliz porque estoy satisfecho con mi trabajo.					

## ANEXO N°4

FICHA DE VALIDACION

### I. INFORMACIÓN GENERAL

- 1.1. Nombres y Apellidos del Validador: **Madrid Guevara Fernando**  
 1.2. Cargo e Institución desde labora: **Universidad Nacional de Piura**  
 1.3. Experiencia profesional (AÑOS): **21 Años**  
 1.4. Autor del Instrumento: **Héctor Daniel Quintana Ruidías**

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

Revisar cada uno de los ítems de la estrategia y marcar con una cruz dentro del recuadro (x), según la calificación que asigne a cada uno de los indicadores

- 1 Deficiente (si menos del 30% de los ítems cumplen con el indicador)  
 2 Regular (si entre el 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador)  
 3 Buena (si más del 70% de los ítems cumplen con el indicador)

Aspectos de validación del Instrumento		1	2	3	Observaciones
Criterios	Indicadores	D	R	B	Sugerencias
* PERTENENCIA	El instrumento posibilita recoger lo previsto en los objetivos de investigación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* COHERENCIA	Las acciones planificadas y los indicadores de evaluación responden a lo que se debe medir en la variable, sus dimensiones e indicadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* CONGRUENCIA	Las dimensiones e indicadores son congruentes entre sí con los conceptos que se miden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variables, sus dimensiones e indicadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* OBJETIVIDAD	La aplicación de los instrumentos se realizó de manera objetiva y teniendo en consideración las variables de estudio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* CONSISTENCIA	La elaboración de los instrumentos se ha formulado en concordancia a los fundamentos epistemológicos (teóricos y metodológicos) de la variable a modificar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* ORGANIZACIÓN	La elaboración de los instrumentos ha sido elaborados secuencialmente y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores de cada variable, de forma lógica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* CLARIDAD	El cuestionario de preguntas ha sido redactado en un lenguaje científicamente asequible para los sujetos a evaluar (metodologías aplicadas, lenguaje claro y preciso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* FORMATO	Cada una de las partes del informe que se evalúa están escritos respetando aspectos técnicos exigidos para su mejor comprensión (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez, coherencia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* ESTRUCTURA	El desarrollo del informe cuenta con los fundamentos, diagnóstico, objetivos, planeación estratégica y evaluación de los indicadores de desarrollo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
CONTEO TOTAL					
(Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)		C	B	A	Total

Coefficiente de validez:

$$\frac{A + B + C}{30} = 0.93$$

Intervalos	Resultados
0.00 - 0.49	Validez nula
0.50 - 0.59	Validez muy baja
0.60 - 0.69	Validez baja
0.70 - 0.79	Validez aceptable
0.80 - 0.89	Validez buena
0.90 - 1.00	Validez muy buena

### III. CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escribe sobre el espacio el resultado.

  
Firma

DR. FERNANDO MADRID GUEVARA  
DNI N° 02858742  
ORCID: 0000-0001-9847-7146

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

- 1.1. Nombres y Apellidos del Validador: **José Federico Bazán Correa**
- 1.2. Cargo e Institución desde labora: **Universidad Nacional de Piura**
- 1.3. Experiencia profesional (AÑOS): **30 Años**
- 1.4. Autor del Instrumento: **Héctor Daniel Quintana Ruidías**

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

Revisar cada uno de los items de la estrategia y marcar con una cruz dentro del recuadro (x), según la calificación que asigne a cada uno de los indicadores

- 1 Deficiente (si menos del 30% de los items cumplen con el indicador)
- 2 Regular (si entre el 31% y 70% de los items cumplen con el indicador)
- 3 Buena (si más del 70% de los items cumplen con el indicador)

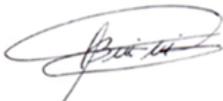
Aspectos de validación del Instrumento		1	2	3	Observaciones
Criterios	Indicadores	D	R	B	Sugerencias
* PERTENENCIA	El instrumento posibilita recoger lo previsto en los objetivos de investigación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* COHERENCIA	Las acciones planificadas y los indicadores de evaluación responden a lo que se debe medir en la variable, sus dimensiones e indicadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* CONGRUENCIA	Las dimensiones e indicadores son congruentes entre sí con los conceptos que se miden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variables, sus dimensiiiones e indicadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* OBJETIVIDAD	La aplicación de los instrumentos se realizó de manera objetiva y teniendo en consideración las variables de estudio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* CONSISTENCIA	La elaboración de los instrumentos se ha formulado en concordancia a los fundamentos epistemológicos (teóricos y metodológicos) de la variable a modificar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* ORGANIZACIÓN	La elaboración de los instrumentos ha sido elaborados secuencialmente y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores de cada variable, de forma lógica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* CLARIDAD	El cuestionario de preguntas ha sido redactado en un lenguaje científicamente asequible para los sujetos a evaluar (metodologías aplicadas, leguaje claro y preciso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* FORMATO	Cada una de las partes del informe que se evalúa están escritos respetando aspectos técnicos exigidos para su mejor comprensión (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez, coherencia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* ESTRUCTURA	El desarrollo del informe cuenta con los fundamentos, diagnóstico, objetivos, planeación estratégica y evaluación de los indicadores de desarrollo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
CONTEO TOTAL					
(Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)		C	B	A	Total

Coeficiente de validez:  $\frac{A + B + C}{30} = 0.96$

Intervalos	Resultados
0.00 - 0.49	Validez nula
0.50 - 0.59	Validez muy baja
0.60 - 0.69	Validez baja
0.70 - 0.79	Validez aceptable
0.80 - 0.89	Validez buena
0.90 - 1.00	Validez muy buena

**III. CALIFICACIÓN GLOBAL**

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escribe sobre el espacio el resultado.



DR. JOSE FEDERICO BAZAN CORREA  
DNI N° 03894345  
ORCID: 0000-0002-2857-4650

**I. INFORMACIÓN GENERAL**

- 1.1. Nombres y Apellidos del Validador: **Néstor Javier Zapata Palacios**
- 1.2. Cargo e Institución desde labora: **Universidad Nacional de Piura**
- 1.3. Experiencia profesional (AÑOS): **30 Años**
- 1.4. Autor del Instrumento: **Héctor Daniel Quintana Ruidías**

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

Revisar cada uno de los items de la estrategia y marcar con una cruz dentro del recuadro (x), según la calificación que asigne a cada uno de los indicadores

- 1 Deficiente (si menos del 30% de los items cumplen con el indicador)
- 2 Regular (si entre el 31% y 70% de los items cumplen con el indicador)
- 3 Buena (si más del 70% de los items cumplen con el indicador)

Aspectos de validación del Instrumento		1	2	3	Observaciones
Crterios	Indicadores	D	R	B	Sugerencias
* PERTENENCIA	El instrumento posibilita recoger lo previsto en los objetivos de investigación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* COHERENCIA	Las acciones planificadas y los indicadores de evaluación responden a lo que se debe medir en la variable, sus dimensiones e indicadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* CONGRUENCIA	Las dimensiones e indicadores son congruentes entre sí con los conceptos que se miden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir la variables, sus dimensiiones e indicadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* OBJETIVIDAD	La aplicación de los instrumentos se realizó de manera objetiva y teniendo en consideración las variables de estudio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* CONSISTENCIA	La elaboración de los instrumentos se ha formulado en concordancia a los fundamentos epistemológicos (teóricos y metodológicos) de la variable a modificar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* ORGANIZACIÓN	La elaboración de los instrumentos ha sido elaborados secuencialmente y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores de cada variable, de forma lógica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* CLARIDAD	El cuestionario de preguntas ha sido redactado en un lenguaje científicamente asequible para los sujetos a evaluar (metodologías aplicadas, leguaje claro y preciso)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* FORMATO	Cada una de las partes del informe que se evalúa están escritos respetando aspectos técnicos exigidos para su mejor comprensión (tamaño de letra, espaciado, interlineado, nitidez, coherencia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
* ESTRUCTURA	El desarrollo del informe cuenta con los fundamentos, diagnóstico, objetivos, planeación estratégica y evaluación de los indicadores de desarrollo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
CONTEO TOTAL					
(Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador)		C	B	A	Total

Coeficiente de validez:

$$\frac{A + B + C}{30} = 0.96$$

Intervalos	Resultados
0.00 - 0.49	Validez nula
0.50 - 0.59	Validez muy baja
0.60 - 0.69	Validez baja
0.70 - 0.79	Validez aceptable
0.80 - 0.89	Validez buena
0.90 - 1.00	Validez muy buena

**III. CALIFICACIÓN GLOBAL**

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escribe sobre el espacio el resultado.



Firma

DR. NESTOR JAVIER ZAPATA PALACIOS  
ORCID: 0000-0003-3747-4392  
DNI: 02667267

## ANEXO N°5

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

Institución: CCACTE CONSULTING

Investigador: Héctor Daniel Quintana Ruidías

Título: **FELICIDAD ORGANIZACIONAL, ENGAGEMENT Y CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CCACTE CONSULTING, 2024**

Yo, Rosmely Yanina Alemán Alburquerque, identificada con DNI N°. 40553102, DECLARO:

Haber sido informada de forma clara, precisa y suficiente sobre los fines y objetivos que busca la presente investigación: **FELICIDAD ORGANIZACIONAL, ENGAGEMENT Y CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CCACTE CONSULTING, 2024**; así como en qué consiste mi participación.

Estos datos que yo otorgue serán tratados y custodiados con respeto a la intimidad, manteniendo el anonimato de la información y la protección de datos desde los principios éticos de la investigación científica. Sobre estos datos se asisten los derechos de acceso, rectificación o cancelación que podré ejercitar mediante solicitud ante el investigador responsable. Al término de la investigación, seré informado de los resultados que se obtengan.

Por lo expuesto otorgo MI CONSENTIMIENTO para que se realice la Entrevista/Encuesta que permita contribuir con los objetivos de la investigación:

Chiclayo, 3 de Diciembre del 2023

CENTRO DE ASESORIA Y CAPACITACION TECNOLÓGICA  
EMPRESARIAL Y CONSULTORIA  
Rosmely Yanina Alemán Alburquerque  
DIRENTE GENERAL  
CCACTE CONSULTING

---

Rosmely Yanina Alemán Alburquerque

DNI: 40553102

## ANEXO N°6



### ACTA DE APROBACIÓN DEL ASESOR

Yo DR. EDGAR ROLAND TUESTA TORRES quien suscribe como asesor designado mediante Resolución de Facultad N° 038-2024/EPG-USS, del proyecto de investigación titulado FELICIDAD ORGANIZACIONAL ENGAGEMENT Y CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CCACTE CONSULTING , 2024 desarrollado por el estudiante: QUINTANA RUIDIAS HECTOR DANIEL, del programa de estudios de la MAESTRIA EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO, acredito haber revisado, realizado observaciones y recomendaciones pertinentes, encontrándose expedito para su revisión por parte del docente del curso.

En virtud de lo antes mencionado, firman: elididad

TUESTA TORRES EDGAR ROLAND (Asesor)	DNI: 16432818	
QUINTANA RUIDIAS HECTOR DANIEL (Alumno)	DNI: 02879477	

Pimentel, 01 de abril de 2024

	<b>ACTA DE SEGUNDO CONTROL DE REVISIÓN DE SIMILITUD DE LA INVESTIGACIÓN</b>	Código:	F3.PP2-PR.02
		Versión:	02
		Fecha:	18/04/2024
		Hoja:	1 de 1

Yo, **Nila García Clavo, Jefe de Unidad de Investigación de Posgrado**, he realizado el segundo control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecidos para el nivel de Posgrado según la Directiva de similitud vigente en USS; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe titulado: **FELICIDAD ORGANIZACIONAL, ENGAGEMENT Y CULTURA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA CCACTE CONSULTING, 2024** elaborado por el (los) estudiante(s) **QUINTANA RUIDIAS HECTOR DANIEL**.

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **13%**, verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN.

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la Directiva sobre índice de similitud de los productos académicos y de investigación vigente.

Pimentel, 19 de agosto de 2024.


  
**Dra. Nila García Clavo**  
**Jefe de Unidad de Investigación**  
**Posgrado**  
**DNI N° 43815291**