

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS

**SOCIALIZACIÓN ORGANIZACIONAL Y ENGAGEMENT EN LOS
TRABAJADORES DE LA AGENCIA DE VIAJE MACHUPICCHU
RESERVATIONS, CUSCO, 2022**

PRESENTADO POR:

**BR. CARMEN ROSA HUAHUASONCCO HUAMAN
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN TURISMO**

ASESOR:

DR. DANIEL HILARES LETONA

CUSCO – PERÚ

2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada:

Socialización organizacional y engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022

presentado por: **Carmen Rosa Huahuasoncco Huamán** con DNI Nro. **62350328** para optar el título profesional/grado académico de **Licenciada en Turismo**.

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por **dos veces**, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de **8 %**.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 11 de mayo de 2024


Firma
Post firma **Daniel Hilares Letona**
Nro. de DNI: **24005088**
ORCID del Asesor: **0000-0003-0560-309X**

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: **oid:**
<https://unsaac.turnitin.com/viewer/submissions/oid:27259:354183530?locale=es-MX>

NOMBRE DEL TRABAJO

Socialización organizacional y engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Res

AUTOR

Carmen Rosa Huahuasoncco Huamá

RECUENTO DE PALABRAS

32897 Words

RECUENTO DE CARACTERES

189105 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

151 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

5.7MB

FECHA DE ENTREGA

May 11, 2024 9:20 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

May 11, 2024 9:22 PM GMT-5

● 8% de similitud general

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

- 6% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 15 palabras)
- Material citado

Índice general

Índice general	ii
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vii
Presentación.....	viii
Dedicatoria.....	ix
Agradecimientos	x
Resumen	xi
Abstract.....	xii
Introducción	xiii
Capítulo I	1
1. Planteamiento del problema.....	1
1.1 Situación problemática.....	1
1.2 Formulación del problema.....	7
1.2.1. Problema general.....	7
1.2.2. Problemas específicos	7
1.3 Justificación de la investigación	7
1.3.1. Justificación social	7
1.3.2. Justificación práctica	8
1.3.3. Justificación económica	8
1.4 Limitación y delimitación de la investigación	8
1.4.1. Delimitación temporal.....	8
1.4.2. Delimitación espacial.....	9
1.4.3. Limitación de la investigación.....	9
1.5 Objetivos de la investigación.....	9
1.5.1. Objetivo general.....	9
1.5.2. Objetivos específicos	9
Capítulo II	10
2. Marco teórico conceptual	10
2.1 Antecedentes de estudio.....	10
2.1.1. Antecedentes internacionales	10
2.1.2. Antecedentes nacionales	17
2.1.3. Deslinde de los antecedentes de estudio	19
2.2 Bases teóricas	19
2.2.1. Socialización organizacional	19
2.2.2. Engagement.....	24

2.3 Marco conceptual.....	27
Capítulo III	29
3. Hipótesis y variables	29
3.1 Hipótesis	29
3.1.1. Hipótesis general	29
3.1.2. Hipótesis específicas.....	29
3.2 Identificación de variables e indicadores	29
3.2.1. Variable socialización organizacional	29
3.2.2. Variable engagement	33
3.3 Operacionalización de variables.....	36
Capítulo IV	37
4. Metodología	37
4.1 Ámbito de estudio: localización política y geográfica.....	37
4.1.1. Aspectos geográficos	37
4.1.2. Historia de la agencia de viaje Machupicchu Reservations	38
4.1.3. Misión, visión y valores de Machupicchu Reservations	38
4.1.4. Clasificación de Machupicchu Reservations según sus criterios	39
4.1.5. Productos turísticos ofrecidos	40
4.1.6. Organización interna de la empresa.....	40
4.1.7. Incorporación laboral.....	43
4.1.8. Proceso de socialización en Machupicchu Reservations.....	45
4.1.9. Programa de capacitación al personal	46
4.1.10. Ayuda al colaborador	47
4.1.11. Trabajo en equipo	48
4.1.12. Actividades sociales	48
4.2 Tipo y Nivel de investigación.....	51
4.2.1. Tipo de investigación.....	51
4.2.2. Nivel de investigación.....	51
4.2.3. Diseño de investigación	51
4.2.4. Alcance de la investigación	52
4.2.5. Enfoque de investigación	52
4.3 Unidad de análisis.....	52
4.4 Población de estudio.....	52
4.5 Tamaño de muestra	53
4.6 Técnicas de selección de muestra	54
4.7 Técnicas de recolección de información.....	54
4.7.1. Encuesta.....	54

4.7.2. Instrumentos	54
4.8 Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	58
4.9 Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis.....	58
4.10 Validez del cuestionario	58
Capítulo V	66
5. Resultados y discusión	66
5.1 Análisis descriptivo de los resultados	66
5.2 Análisis inferencial de los resultados.....	80
Discusión de resultados	85
Conclusiones	90
Recomendaciones	92
Referencias.....	93
Apéndice.....	103

Índice de tablas

Tabla 1 Conceptos de socialización organizacional.....	21
Tabla 2 Concepto de engagement según autores	26
Tabla 3 Operacionalización de variables	36
Tabla 4 Criterios de capacitación de la empresa	46
Tabla 5 Personal de la agencia de viaje Machupicchu Reservations	53
Tabla 6 Ítems de las dimensiones de socialización organizacional.....	55
Tabla 7 Baremos para la socialización organizacional.....	56
Tabla 8 Ítems de engagement	57
Tabla 9 Baremos para el engagement.....	57
Tabla 10 Validez del instrumento de medición por juicio de expertos	58
Tabla 11 Validez del contenido de socialización organizacional por prueba binomial	59
Tabla 12 Validez del cuestionario de engagement por prueba binomial	59
Tabla 13 Validez de pertinencia de la variable 1: socialización organizacional	60
Tabla 14 Validez de relevancia de la variable 1: socialización organizacional	61
Tabla 15 Validez de claridad de la variable 1: socialización organizacional	61
Tabla 16 Validez de pertinencia de la variable 2: engagement	62
Tabla 17 Validez de relevancia de la variable 2: engagement	63
Tabla 18 Validez de claridad de la variable 2: engagement	63
Tabla 19 Baremación de socialización organizacional.....	64
Tabla 20 Baremación de engagement.....	65
Tabla 21 Género del encuestado.....	66
Tabla 22 Estado civil del encuestado.....	67
Tabla 23 Grupo etario del encuestado.....	68
Tabla 24 Grado de instrucción del encuestado.....	69
Tabla 25 Niveles observados en la variable socialización organizacional	70
Tabla 26 Niveles observados en la dimensión entrenamiento	71
Tabla 27 Niveles observados de comprensión del trabajo y de la organización.....	72
Tabla 28 Niveles observados en la dimensión apoyo de los compañeros.....	73
Tabla 29 Niveles observados en la dimensión perspectivas a futuro	74
Tabla 30 Niveles observados en la variable engagement	75
Tabla 31 Niveles observados en la dimensión vigor	76
Tabla 32 Niveles observados en la dimensión dedicación	77
Tabla 33 Niveles observados en la dimensión absorción.....	78
Tabla 34 Prueba de normalidad KMS	80
Tabla 35 Escala de valor de “Tau-b de Kendall”	81

Tabla 36 Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la hipótesis general.....	81
Tabla 37 Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la primera hipótesis específica.....	82
Tabla 38 Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la segunda hipótesis específica	83
Tabla 39 Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la tercera hipótesis específica.....	84
Tabla 40 Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la cuarta hipótesis específica	85
Tabla 41 Matriz de consistencia	104
Tabla 42 Análisis FODA de Machupicchu Reservations	105
Tabla 43 Baremación de entrenamiento	108
Tabla 44 Baremación de comprensión del trabajo y de la organización.....	108
Tabla 45 Baremación de apoyo de los compañeros	109
Tabla 46 Baremación de perspectivas de futuro	109
Tabla 47 Baremación de vigor	110
Tabla 48 Baremación de dedicación.....	110
Tabla 49 Baremación de absorción	111

Índice de figuras

Figura 1 Organigrama de la agencia de viaje Machupicchu Reservations.....	41
Figura 2 Proceso de solución de problemas.....	47
Figura 3 Grupos de trabajo.....	48
Figura 4 Evento navideño	49
Figura 5 Siembra arbórea.....	50
Figura 6 Almuerzo en Lucmabamba.....	51
Figura 7 Género del encuestado	66
Figura 8 Estado civil del encuestado	68
Figura 9 Grupo etario del encuestado	69
Figura 10 Grado de instrucción del encuestado	70
Figura 11 Niveles observados en la variable socialización organizacional	71
Figura 12 Niveles observados en la dimensión entrenamiento.....	72
Figura 13 Niveles observados de la comprensión del trabajo y de la organización	73
Figura 14 Niveles observados en la dimensión apoyo de los compañeros	74
Figura 15 Niveles de la dimensión perspectivas a futuro.....	75
Figura 16 Niveles de la variable engagement.....	76
Figura 17 Niveles de la dimensión vigor.....	77
Figura 18 Niveles observados en la dimensión dedicación.....	78
Figura 19 Niveles de la dimensión absorción	79
Figura 20 Trabajadores de Machupicchu Reservations en Lucmabamba.....	133
Figura 21 Trabajadores de Machupicchu Reservations en la oficina	133
Figura 22 Trabajador de Machupicchu Reservations llenando el cuestionario	134
Figura 23 Trabajador de Machupicchu Reservations en ruta Santa Teresa	134
Figura 24 Trabajadora de Machupicchu Reservations en la oficina.....	135
Figura 25 Trabajadores de Machupicchu Reservations en Santa Teresa.....	135
Figura 26 Trabajadora de la agencia de viaje Machupicchu Reservations	136
Figura 27 Trabajadores de Machupicchu Reservations en la oficina	136

Presentación

Señor decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco y señores integrantes del jurado evaluador.

En conformidad al “Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela Profesional de Turismo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco”, me permito presentar a vuestra apreciada atención el presente estudio de investigación, cuyo título es: Socialización organizacional y engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Con la finalidad de optar el Título Profesional de Licenciada en Turismo.

La presente investigación tiene como finalidad determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Este estudio se fundamenta en los conocimientos adquiridos durante mi formación universitaria y mi experiencia laboral en distintas empresas, tales como agencias de viajes. Asimismo, ha sido desarrollado tras un exhaustivo período de investigación.

Deseo expresar mi profundo agradecimiento a los miembros del jurado, a mi familia y a todos los presentes por su respaldo durante la defensa de mi investigación. Espero que este trabajo sea bien recibido por el jurado y por todos los asistentes, cumpliendo así con las expectativas de los futuros investigadores.

Carmen Rosa Huahuasoncco Huamán

Dedicatoria

Este trabajo de investigación está dedicado a Dios, quien es mi guía y compañero en mi sendero de la vida.

Con amor dedico este logro a mi madre, Ana Huamán Arriaga, cuya compañía ha sido mi refugio en los vaivenes de la vida. Juntas hemos navegado mares tormentosos, enfrentando desafíos y triunfando sobre la adversidad. Su coraje inquebrantable y su espíritu invencible han sido la luz que ha guiado mi camino, pues sin su apoyo incondicional, este logro habría permanecido en la penumbra de lo inalcanzable.

A mis hermanos Celestino, Elizabeth y Lusaria, y en particular a mi hermana Ana, quien en los momentos más desafiantes de la vida, has sido mi refugio y mi guía, como un faro en la oscuridad de los abismos. Juntas hemos recorrido senderos sombríos, hallando consuelo en el abrazo del destino y enfrentando los desafíos con valentía. Te prometo ser la luz que ilumine tus pasos en los momentos de tristeza y confusión en nuestra travesía.

A mis mentores, la Dra. Elizabeth y el Dr. George, cuya sabiduría ha sido el faro que ilumina mi sendero, permitiéndome descubrir las esperanzas que yacen dentro de mí. Me siento profundamente agradecida por tenerlos como guías en esta travesía, y les brindo mi más sincero agradecimiento por su apoyo incondicional, que nunca conoce fronteras ni distancias.

Carmen Rosa Huahuasoncco Huamán

Agradecimientos

Quiero manifestar mi más genuino agradecimiento a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, por brindarme la oportunidad de formar parte de su comunidad académica. Agradezco profundamente la confianza depositada en mí al aceptarme para estudiar mi carrera universitaria en esta venerable institución. Me siento privilegiado de poder compartir experiencias, ilusiones y aspiraciones dentro de este espacio dedicado al saber y al desarrollo científico.

Deseo exteriorizar mi gratitud más profunda hacia los sabios mentores de la Escuela Profesional de Turismo. Quienes son individuos de gran sabiduría que generosamente han compartido conmigo sus conocimientos y experiencias, guiándome en mi formación profesional. Su dedicación y enseñanzas han sido fundamentales para mi desarrollo académico y personal, preparándome de manera integral para enfrentar los desafíos de mi futura vida profesional.

Agradezco al Dr. Daniel Hilaes Letona por su valioso apoyo, orientación y críticas constructivas durante el desarrollo de mi tesis. Su vasto conocimiento y compromiso fueron fundamentales para enriquecer mi trabajo académico.

Quiero expresar mi agradecimiento a los gerentes de la empresa Machupicchu Reservations por permitirme realizar mi tesis en su prestigiosa organización. Asimismo, agradezco a todos los trabajadores de la empresa por dedicar su tiempo para completar la encuesta que fue parte fundamental de mi investigación.

Carmen Rosa Huahuasoncco Huamán

Resumen

En la presente tesis, el problema principal consiste en: ¿Cuál es el nivel de relación que existe entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022? El objetivo principal de la investigación es determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022, para lo cual se formuló la hipótesis general: existe relación positiva entre la socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. El tipo de investigación es aplicada, nivel correlacional, de diseño no experimental y transversal y de un enfoque cuantitativo. La muestra fue de 72 trabajadores pertenecientes a la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Para medir la socialización organizacional se aplicó 22 ítems del cuestionario de Organizational Socialización Inventory y para medir el engagement se aplicó 17 ítems del cuestionario de Utrecht Work Engagement Scale. Para determinar la correlación entre las variables se aplicó la prueba estadística no paramétrica de Tau-b de Kendall. El resultado obtenido fue que el 90,3% de los encuestados eran hombres y el 9,7% damas. Por otro lado, se comprobó que existe correlación positiva alta entre la socialización organizacional y el engagement de los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022 (Tau-b=0,717; p=0,000). De igual modo existe correlación positiva alta entre las dimensiones de socialización organizacional y engagement: entrenamiento (Tau-b=0,617), comprensión del trabajo y de la organización (Tau-b=0,741), apoyo de los compañeros (Tau-b=0,749) y perspectivas de futuro (Tau-b=0,692).

Palabras claves: Engagement, socialización organizacional, agencia de viaje, empresa, talento humano.

Abstract

In this thesis, the main problem is: What is the level of relationship that exists between organizational socialization and engagement in the workers of the Machupicchu Reservations travel agency, Cusco, 2022? The main objective of the research is to determine the level of relationship between organizational socialization with engagement in the workers of the Machupicchu Reservations travel agency, Cusco, 2022, for which the general hypothesis was formulated: There is a positive relationship between organizational socialization and engagement in the workers of the Machupicchu Reservations travel agency, Cusco, 2022. The type of research is applied, correlational level, non-experimental and transversal design and a quantitative approach. The sample was 72 workers belonging to the travel agency Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. To measure organizational socialization, 22 items from the Organizational Socialization Inventory questionnaire were applied and to measure engagement, 17 items from the Utrecht Work Engagement Scale questionnaire were applied. To determine the correlation between the variables, the non-parametric statistical test of Kendall's Tau-b was applied. The result obtained was that 90.3% of the respondents were men and 9.7% were women. On the other hand, it was found that there is a high positive correlation between organizational socialization and the engagement of the workers of the Machupicchu Reservations travel agency, Cusco, 2022 (Tau-b=0.717; p=0.000). Likewise, there is a high positive correlation between the dimensions of organizational socialization and engagement: Training (Tau-b=0.617), understanding of work and the organization (Tau-b=0.741), support from colleagues (Tau-b=0.749) and future prospects (Tau-b=0.692).

Keywords: Engagement, organizational socialization, travel agency, company, human talent.

Introducción

En el panorama empresarial actual, tanto la socialización organizacional como el engagement laboral son aspectos cruciales debido a su influencia en el rendimiento de la empresa y el bienestar de los empleados. La socialización es esencial para integrar a los nuevos empleados en la cultura de la empresa, facilitando su adaptación y reduciendo el tiempo de aprendizaje. Por otro lado, el engagement es fundamental para retener el talento, aumentar la productividad y mejorar la satisfacción laboral. En un entorno laboral cada vez más competitivo y dinámico, las empresas reconocen la importancia de crear un ambiente de trabajo que fomente el compromiso, la motivación y el sentido de pertenencia de los empleados. Estrategias como programas de socialización efectivo, cultura organizacional positiva, comunicación abierta y reconocimiento del desempeño son esenciales para cultivar el engagement de los trabajadores.

Además, con la aparición de la pandemia de COVID-19 y el aumento del trabajo remoto, las empresas han tenido que adaptarse para mantener la conexión y la comunidad entre los empleados. La implementación de herramientas tecnológicas para la comunicación y colaboración virtual, junto con políticas de bienestar y flexibilidad laboral, se han vuelto prioritarias para garantizar el engagement y la satisfacción de los trabajadores en este nuevo contexto. El objetivo principal de mi investigación es determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

Bajo estos criterios el contenido se halla definido en los siguientes capítulos:

En el capítulo I, se aborda el planteamiento del problema, en el cual se desarrolla la situación problemática, se formulan los problemas de investigación, se presenta la justificación y se establecen los objetivos de la investigación.

En el capítulo II, se aborda el marco teórico conceptual se incluyen los antecedentes internacionales, nacionales y locales relevantes de la investigación, así como las bases teóricas y el marco conceptual que fundamentan el estudio.

En el capítulo III, se desarrollan las hipótesis y se identifican las variables e indicadores, así como también se lleva a cabo la operacionalización de las variables.

En el capítulo IV, se abordan los aspectos geográficos, el tipo y nivel de investigación, la población y muestra seleccionada, así como las técnicas de recolección de datos y métodos para verificar la validez de las hipótesis planteadas.

En el capítulo V, se presentan tanto los resultados descriptivos como inferenciales, seguidos por el desarrollo de la discusión de los hallazgos obtenidos.

Capítulo I

1. Planteamiento del problema

1.1 Situación problemática

En la actualidad, debido a la globalización y las innovaciones tecnológicas, las organizaciones incluidas las agencias de viajes, que se ocupan de los factores económicos relacionados con la producción de bienes y la prestación de servicios se enfrentan desafíos continuos en un mercado altamente competitivo. En respuesta a esto, llevan a cabo diversas acciones relacionadas con el recurso humano, con el propósito de facilitar la adaptación de los nuevos empleados a sus equipos de trabajo. Por lo tanto, la socialización organizacional se percibe como un tema de gran relevancia en el ámbito empresarial. Según Taormina R. (1994), socialización organizacional se entiende como aquel proceso que permite la interacción entre el trabajador y la organización. De tal modo la percepción del trabajador sobre la socialización puede impactar en el proceso, lo cual se refiere a aquella coyuntura en donde un individuo no solo aprende a laborar en una organización en particular, sino que además llega a aceptar y conllevar de la forma más correcta para esa institución. Existen cuatro factores socio psicológicos que impactan directamente en cómo los trabajadores perciben su proceso de socialización en el entorno laboral. Estos factores son: entrenamiento, comprensión del trabajo y la organización, apoyo de los compañeros y perspectiva de futuro. Estas dimensiones de socialización organizacional están presentes a lo largo de la trayectoria de un trabajador en la empresa.

El capital humano desempeña un rol esencial en el progreso de una empresa al añadir valor a sus operaciones. Por lo tanto, el desempeño laboral de los empleados es de suma importancia para alcanzar y superar los objetivos corporativos. Dentro de este

contexto, el término "engagement" hace referencia al estado mental positivo y satisfactorio experimentado por los trabajadores dentro de la organización. Estas emociones se caracterizan por la presencia constante y generalizada de altos niveles de energía, una actitud proactiva y sentimientos de satisfacción mientras desempeñan sus responsabilidades laborales. Es esencial destacar que estas emociones perduran de manera persistente en el tiempo. Las dimensiones clave del engagement abarcan vigor, dedicación y absorción en el trabajo (Schaufeli., et al, 2002).

Hoy en día las personas que laboran en diferentes organizaciones cada vez más se enfrentan a nuevos desafíos de perplejidad financiera, problemáticas sociales, escasez de mano de obra, avances tecnológicos y competitividad laboral. Esto hace que desarrollen capacidades de adaptación, trabajo en equipo, solución eficaz de problemas y generación de cambios positivos para las organizaciones. Por otro lado, las organizaciones tratan de realizar algunas acciones, puesto que consideran que los trabajadores son la clave para el éxito empresarial; por ese motivo, valoran y elogian el esfuerzo realizado por parte de sus empleados. Sin embargo, muchas de las empresas no se preocupan del bienestar de sus trabajadores.

La pandemia Covid-19 ha cambiado irremediabilmente el modo de percepción de las empresas, orientándolas a ser más adaptables, innovadores, dinámicos, veloces y con herramientas de digitalización, siguiendo modelos de negocio que les permiten estructurar el buen funcionamiento de las organizaciones dependiendo de las exigencias del mercado. En los últimos tiempos, las empresas de distintas naciones de América Latina ya poseen el conocimiento de la importancia de la metodología ágil en una organización, dado que incrementa el compromiso o engagement de los trabajadores. Esto se fundamenta en el estudio realizado por NTT DATA y MIT Technology Review, con el título "De Agile hacia Agility: La Evolución de la transformación en las organizaciones de América Latina", en el cual investigaron a 388 organizaciones provenientes de los estados de Brasil, Colombia, Ecuador, Argentina, México, Chile y Perú, se constató que el 90% de los entrevistados poseen metodología ágil mindset en su organización. Esta metodología se refiere al

ingenio que tienen las empresas para anticipar y replicar a los cambios del mercado laboral. Así mismo, el 40% de las organizaciones mencionaron la importancia de la adaptación del personal a la versatilidad del ambiente, el 27% afirmaron que las estrategias de trabajo orientadas al personal aumentan el compromiso de los equipos, el 57% de las empresas afirmaron que el principal desafío al que se enfrentarán las organizaciones será desarrollar un modelo que sea escalable, adaptable, sostenible y capaz de mantenerse por sí mismo. Mientras tanto, el 53% sostuvo que la gestión del capital humano sigue siendo un desafío para las organizaciones (NTT DATA, 2022).

Según un estudio llevado a cabo por Mercer Marsh, reveló que el desafío crucial que enfrentan las organizaciones es el estrés experimentado por sus empleados, ya que afecta significativamente la capacidad para atraer y retener el talento. Se realizaron encuestas a cerca de cuatro mil empleados en América Latina y el Caribe para indagar sobre sus principales preocupaciones en cuanto a salud y bienestar, los resultados revelan que cerca de la mitad de los trabajadores en Latinoamérica (48%), reportan experimentar estrés en su rutina diaria. Asimismo, los participantes señalaron las principales razones por las cuales se sienten agotados en su centro de labores: carga laboral (54%), deficiente administración (39%) y ambiente laboral negativo (37%). Además, el 55% de los colaboradores señalaron haber realizado su actividad laboral durante el año pasado con desequilibrio emocional, mientras que el 61% indicó haber realizado sus responsabilidades en la empresa en el mismo período sin sentirse bien físicamente. Estas circunstancias representan un peligro para las empresas, dado que pueden conllevar ausencias laborales, alta rotación de personal, reducción en la productividad y pérdida de rentabilidad. Es crucial resaltar que la atención hacia la salud y el bienestar de los trabajadores debe ser considerada de forma holística, considerando diversos factores como la edad, la situación personal, las condiciones de salud y el género, con el objetivo de promover la equidad en salud. Hoy en día siguen con el reto de mejorar la gestión de talento humano, puesto que el compromiso en el trabajo es de suma importancia ya que es el presagio de los efectos importantes de los trabajadores, el

equipo y la organización, debido a las emociones y el enfoque de las personas en sus actividades laborales. Los colaboradores comprometidos demuestran un preeminente desempeño en las labores encomendadas y generan mejores resultados financieros para la empresa, debido a las iniciativas que poseen a las nuevas experiencias y mayor dedicación con su trabajo por consiguiente existe mayor probabilidad que innoven y trabajen eficazmente (Mercer Marsh, 2022).

En conformidad con el estudio realizado por la Encuesta Global Benefits Attitudes 2022, de WTW, se deduce que las organizaciones confrontan un riesgo notable de pérdida de capital humano. Se estudió a un total de 35.549 trabajadores pertenecientes a grandes y medianas empresas privadas. De Latinoamérica participaron 5,028 trabajadores de diferentes estados como: México, Chile, Brasil y Colombia. De la totalidad de la persona encuestada, el 45% indicaron que estaban en busca de nuevas ofertas laborales. Algunos de los principales aspectos que mencionaron los trabajadores para permanecer en la empresa son los siguientes: el 47% de los encuestados mencionaron incentivos y sueldo, el 43% seguridad en el trabajo, el 31% mencionaron la oportunidad de aprender nuevas habilidades, el 28% mencionaron la posibilidad de avanzar su carrera, el 28% deseaban relaciones sociales con sus compañeros, el 32% deseaban seguro médico y el 31% deseaban flexibilidad y compensación laboral. Por otro lado, el 77% de los encuestados consideraron que la flexibilidad y los beneficios laborales con los que gozan al trabajar en la organización satisfacen sus expectativas laborales y mientras tanto, el 38 % de los empleados quienes no poseen flexibilidad laboral indicaron que los programas que tiene la empresa no satisfacen sus necesidades laborales (Willis Towers Watson, 2022).

A pesar de la coyuntura política y social que enfrenta nuestro país, el mercado laboral peruano sigue siendo objeto de interés. Un estudio realizado por Career Services Group con el título "Satisfacción y clima laboral 2021", recopiló datos acerca de las perspectivas de los profesionales expertos de las distintas organizaciones del país, los cuales pertenecientes a diferentes áreas como: ventas, operativas, logística y entre otros.

De la totalidad de los encuestados, el 65% de las personas indicaron que al inicio de semana no se sienten con una actitud favorable para afrontar la jornada laboral, el 43% de los profesionales señalaron que su jefe inmediato no supervisa su libertad y autonomía en la organización, considerando que esa acción se debe a las deficiencias en el desarrollo de organización del capital humano de la empresa para potenciar el entorno de trabajo, el 45% de los participantes señalaron que nunca se sienten valorados como parte importante del trabajo, mientras que el 55% expresó lo contrario. Asimismo, el 53% de las personas consideraron que el clima laboral de la empresa es regular y mientras que el 25% indicó que su jefe realiza funciones con dominio autocrático buscando resultados a futuro inmediato (Revista gana mas, 2022).

Según el estudio realizado, con el título “Estudio comparativo de la satisfacción laboral entre las empresas ferroviarias PERURAIL e INCA RAIL, Cusco – 2016”, lo cual fue una investigación para la universidad Andina del Cusco, de tipo básica cuyo objetivo principal fue identificar la satisfacción laboral que poseen los trabajadores de las empresas ferroviarias PERURAIL e INCA RAIL, Cusco – 2016. De la totalidad de la muestra el 53% eran mujeres mientras el 47% fueron de género masculino. De todo los encuestados el 45% indicaron que nunca se sienten cómodo y seguro en su trabajo mientras el 41% indicaron que a veces sienten esa comodidad, el 75% indicaron que nunca estuvieron satisfechos con el salario que percibe por parte de la empresa, un 43% indicaron que las condiciones físicas o materiales en el trabajo no son los adecuados para el cumplimiento de sus funciones mientras que el 41% indicaron a veces, 46% de los trabajadores indicaron que nunca sienten seguridad en el trabajo, el 43% indicaron que dentro de la empresa nunca se desarrollan programas de reconocimiento, el 55% indican que a veces sienten tener línea de carrera dentro de la empresa, el 58% indicaron que nunca poseen una buena comunicación con sus compañeros de trabajo y mientras en 28% a veces, un 63% de los encuestados indicaron que en la empresa no se desarrolla el trabajo en equipo, el 70% indicaron que no sienten apoyo de su jefe y el 71% indicaron que no poseen capacitación constante (Cruz, 2017).

Es necesario tener en cuenta que el problema de pérdida de trabajadores para una organización es sustancial, ya que el costo de perder a un empleado es hasta tres veces el salario del empleado. La falta de lealtad organizacional es importante no solo en términos de los costos que enfrenta una organización en la contratación y capacitación de reemplazos, sino también en las pérdidas de productividad que se producen cuando los trabajadores bien capacitados y eficientes abandonan un proyecto antes de su finalización y el equipo debe redistribuir el trabajo o integrar un miembro. Una de las estrategias que las organizaciones pueden aplicar para lograr incrementar la lealtad de sus colaboradores es a través de programas de socialización y orientación al personal, puesto que el proceso de socialización organizacional logra tener lugar formalmente a través de programas institucionalizados de socialización y capacitación, así como informalmente a través de interacciones entre empleados y observación. Este tipo de problemática es más frecuente dentro de las agencias de viaje, por lo tanto, deben ser solucionadas cuanto antes, ya que estas empresas son un conducto para el área turística, además concentran la planificación de diferentes viajes a través de hoteles, restaurantes y tours, adicionalmente contribuyen a la economía local.

La socialización organizacional en la agencia de viajes Machupicchu Reservations se basa en las capacitaciones ofrecidas, el apoyo emocional brindado por los directores de la empresa y las posibilidades de avance laboral que la empresa brinda a su personal. Estos elementos influyen en las acciones, el estado psicológico, las formas de pensamiento y comportamiento de los empleados. Sin embargo, en la empresa Machupicchu Reservations se observa un deficiente proceso de socialización del personal por parte de la empresa. Esto se evidencia en una inadecuada inducción al talento humano, carencia de medidas de control sobre los empleados, descuido de los espacios de descanso del personal, carga de trabajo excesiva, ausencia de actividades recreativas, bajo rendimiento laboral, escasez de motivación para el personal, clima organizacional deficiente, poca flexibilidad laboral, ineficiente trabajo en equipo, escasa capacitación y una inadecuada

interrelación entre los compañeros de trabajo. Todo esto conduce a la insatisfacción laboral de los trabajadores.

Mi investigación, en el futuro, no solo beneficiará a la institución estudiada, sino que también proporcionará a otras empresas nuevas estrategias para abordar los problemas en la gestión del recurso humano. Esto les permitirá contar con empleados confiables, eficientes y satisfechos, evitando así pérdidas económicas asociadas a la gestión del personal.

1.2 Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es el nivel de relación que existe entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022?

1.2.2. Problemas específicos

¿De qué manera se relaciona el entrenamiento con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022?

¿Cómo se relaciona comprensión del trabajo y de la organización con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022?

¿De qué manera se relaciona el apoyo de los compañeros con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022?

¿Cómo se relaciona las perspectivas de futuro con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022?

1.3 Justificación de la investigación

1.3.1. Justificación social

La investigación resulta importante, puesto que los resultados adquiridos en el estudio, permitirá que la agencia de viaje estudiada y otras empresas desarrollen nuevas estrategias, tales como: mejorar la comunicación interna, implementar actividades de

integración para los nuevos trabajadores y establecer programas de inducción más efectivo. Todo ello contribuirá a una mejor organización interna de las compañías, con la finalidad de fortalecer el compromiso con sus trabajadores. De esta manera, logren que los colaboradores experimenten una satisfacción laboral más elevada, se identifiquen con los objetivos de la organización y puedan ofrecer un servicio de calidad.

1.3.2. Justificación práctica

Mediante esta línea de investigación, se busca proporcionar a las empresas un instrumento que les permita realizar la evaluación del proceso de socialización dentro de sus organizaciones. El propósito es reconocer las posibles carencias que puedan presentarse en el entorno laboral de la empresa. Esta herramienta no solo busca detectar los problemas, sino también brindar recomendaciones y soluciones concretas para mejorar la integración y adaptación de los empleados en el entorno laboral. De esta manera, las empresas podrán fortalecer su cultura organizacional, fomentar un ambiente de trabajo positivo, maximizar el rendimiento y la satisfacción de sus empleados.

1.3.3. Justificación económica

En este campo de investigación, desde una perspectiva económica, se destaca la necesidad de que una organización mantenga un nivel óptimo de compromiso y desempeño por parte de su personal. Esto se traduce en mayores utilidades y la prevención de pérdidas económicas. Capacitar constantemente a nuevo personal no solo implica pérdida de tiempo, sino también una inversión considerable. Por lo tanto, contar con un equipo comprometido y bien entrenado no solo aumenta la eficiencia operativa, sino que también reduce los gastos relacionados con la rotación y el entrenamiento frecuente de empleados adicionales.

1.4 Limitación y delimitación de la investigación

1.4.1. Delimitación temporal

El estudio se lleva a cabo durante los años 2022 y 2023 a los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations.

1.4.2. Delimitación espacial

La investigación se lleva a cabo en la ciudad del cusco particularmente en la empresa Machupicchu Reservations lo cual está situado en la plaza Regocijo número 270 del distrito de Cusco.

1.4.3. Limitación de la investigación

El tiempo limitado que poseían los colaboradores de la agencia de viaje estudiada para responder el cuestionario y aprensión a que la información brindada sea de conocimiento de los de la alta dirección y sea perjudicial para ellos en un futuro.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

1.5.2. Objetivos específicos

Analizar el nivel de relación entre el entrenamiento con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

Determinar el nivel de relación entre comprensión del trabajo con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

Analizar el nivel de relación entre el apoyo de los compañeros se relaciona con el engagement en los trabajadores la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

Determinar el nivel de relación entre las perspectivas de futuro con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

Capítulo II

2. Marco teórico conceptual

2.1 Antecedentes de estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Vianco y Wengrovsky (2017), llevaron a cabo un estudio con el título "La importancia de la socialización organizacional para el engagement", esta investigación se realizó para la Universidad Autónoma de Entre Ríos, Argentina. El fin de la investigación fue dar a conocer si existe relación entre los argumentos del proceso de socialización organizacional y el engagement. El grupo objeto de estudio estaba compuesto por 70 colaboradores pertenecientes a diferentes puestos de trabajo de tres empresas privadas de la jurisdicción de Entre Ríos del país de Argentina, de la muestra universal el 73.5% de los colaboradores eran caballeros mientras el 26,5% eran damas, cuyas edades oscilaban entre 22 y 56 años. Para medir las dimensiones de socialización organizacional se empleó el formulario elaborado por Taormina Organizational Socialization Inventory, que estuvo conformado por 20 preguntas, los entrevistados debían responder utilizando una escala de tipo Likert de 5 puntos, que variaba desde "totalmente en desacuerdo" valorado como 1 hasta "totalmente de acuerdo" valorado como 5, mientras que para evaluar la variable engagement se utilizó el cuestionario propuesto por Schaufeli Utrecht work Engagement Scale, el instrumento constaba de tres escalas con 5 ítems cada una, lo cual constaba de 15 preguntas.

Los hallazgos de la investigación fueron expuestos de la siguiente forma: la dimensión comprensión ($\bar{X} = 3,85$), apoyo de los compañeros ($\bar{X} = 3,76$), entrenamiento ($\bar{X} = 3,57$) y perspectiva de futuro ($\bar{X} = 3,52$) y se indicó que los resultados más sobresalientes fueron: dimensión comprensión, apoyo de los compañeros y entrenamiento.

Previa a la confirmación anterior, en la primera línea se situaba la dimensión comprensión, eso indica que los trabajadores poseen conducta de indagación de información para conocer el modo de actuar, el ambiente laboral, método de solución de problemas y normas de la empresa, en otros términos se deduce todo ello como el resultado del esfuerzo dado por parte de los trabajadores para incorporarse a la cultura de la organización, teniendo en cuenta que ese actuar no es fácil sobre todo si los trabajadores ya reportan con experiencia laboral previa en otras empresas o si sus peculiares principios discrepan con los de la organización. En segunda línea se encontró la dimensión apoyo de los compañeros que indica que los integrantes de la empresa ya sean en calidad de nuevo trabajador o en rotación reciben un sustancial nivel de asistencia psicológica, sostén social de parte de sus colegas y jefes, lo cual posibilita una experiencia agradable, todo ello resulta interesante, dado que el soporte social posee un notable significado para entender la cultura organizacional y para realizar responsabilidades laborales eficientes y en equipo. En tercera línea se encontró la dimensión entrenamiento, lo cual se refiere a los métodos mediante el cual el trabajador consigue cierto tipo de competencias para poder efectuar su trabajo, todo ello es un resultado significativo dado que se trata de las actividades de entrenamiento que ejecuta la compañía para mejorar el desempeño laboral de sus colaboradores dado que de lo opuesto podrían adquirir mayores dificultades de estadía, difusión, productividad y estrés laboral. Por otra parte, dentro de las dimensiones con menor significancia se evidenció a perspectiva de futuro, lo cual significa adquirir conocimientos de las posibilidades dentro de la compañía.

Por otra parte, en cuanto a la dimensión engagement mediante la interpretación del UWES-17 en español, los resultados indicaron que los encuestados poseen puntajes como en vigor $\bar{X} = 4,13$, dedicación $\bar{X} = 4,20$ y absorción $\bar{X} = 3,76$, los cuales son actitudes de un rango considerable que se encuentran como parte de la rutina diaria de los participantes y para examinar la relación entre las variables estudiadas se utilizó la correlación bivariado. Los resultados demostraron que todas las dimensiones de socialización organizacional

correlacionan de manera positiva y significativa con el engagement, a excepción de la dimensión apoyo de los compañeros en el vigor.

En la investigación cuyo título es “El engagement en las organizaciones: caso de un municipio en Ecuador”, esta investigación se realizó para la revista de Ciencias Sociales y Humanísticas, con el objetivo de estudiar sobre los diversos agentes que afectan a los empleados a tener un nivel alto o bajo de engagement en una empresa. El grupo de estudio estaba compuesto por 180 asalariados, cuyas edades fluctuaban entre los 24 y los 65 años de edad, de los cuales un gran porcentaje tenían 45 años. Los encuestados pertenecían a diferentes sectores como: sector público, sector jurídico, salud, financiera, medio ambiente, alcaldía y alta dirección, de los cuales el 32% eran mujeres y 62% hombres, pertenecientes a la región de Guayas del estado de Ecuador. La investigación se basó en un estudio cuantitativo dado que mide distintas variables como edad, sexo, salario y etc. Para determinar los niveles de engagement se utilizó la escala de medición de Schaufeli y Bakker Utrecht Work Engagement Scale (UWES), lo cual consistía de un cuestionario de 17 preguntas con opción de respuesta de tipo Likert que va desde totalmente en desacuerdo valorado en 1 hasta totalmente de acuerdo en 5 reflejado en las tres dimensiones de engagement.

Una vez realizada la respectiva recolección y procesamiento de datos, los resultados se establecieron en un rango de la siguiente forma: en rango de edades de 17 a 34 años se registró bajo nivel de engagement, entre los 35 a 67 años un nivel medio de engagement y finalmente entre los de 68 a 85 años un nivel alto de engagement. Los resultados sostuvieron que la edad promedio de los trabajadores con quienes cuentan las empresas fueron de 45 años, lo que recaen dentro de la generación X y ese conjunto de individuos se caracterizan por individualismo y frecuentemente se consideran marginados por las demás descendencias. Los encuestados de ambos géneros tenían nivel medio de engagement en las organizaciones. También se dio a conocer que las personas con edades avanzadas no incrementan el nivel de engagement dado que los adultos mayores suelen tener menor nivel de compromiso con la empresa a raíz de los trabajos monótono y según que avanza sus

edades se sienten con menor nivel de compromiso, manteniendo solo un nivel regular para mantener los puestos de empleo, mirar al futuro una jubilación y una pensión jubilar. La mayoría de los participantes dijeron que no reciben salarios mayores a \$500, lo que se deduce que los encuestados poseen nivel regular de engagement y se denegó que los trabajadores con mayores ingresos son más comprometidos con la empresa, por otra parte los trabajadores con largos periodos de servicio en la organización indicaron tener nivel alto de engagement, no obstante, puede ser a causa de que los trabajadores antiguos poseen mayor experiencia en el cargo y deben tener un poco más de compromiso con la organización, sin embargo, los profesionales nuevos pasan por un proceso de integración, que ese proceso a veces no suele realizarse con éxito y tienden buscar nuevas oportunidades en otras corporaciones.

En el estudio se llegó a la conclusión que alcanzar un nivel alto en engagement para una organización no es una misión sencilla, en particular en organismos del estado por los cambios constantes de autoridades, por otro lado dieron a conocer que las organizaciones deben realizar autogestión del personal y ser más participativo para incrementar las condiciones económicas, mejorar el clima laboral y comprometerlos con la organización, con todo ello no solo se beneficiaran los trabajadores sino también la sociedad mediante el extraordinario servicio y circulación de la economía del país (Herrera & Álvarez, 2019).

El estudio de investigación que titula “Evaluación del engagement en trabajadores de la salud en Uruguay a través de la escala Utrecht de engagement en el trabajo (UWES)”, que se realizó para la revista Ciencias Psicológica con el objetivo principal de estudiar las propiedades psicométricas de Utrecht Work Engagement Scale de Schaufeli. La muestra consistió en 1324 empleados de diez entidades del ámbito de la salud, de los cuales el 63,7% eran damas, el 23,5% caballeros y los 12,8% restantes no dieron información respecto al género. Los trabajadores tenían diferentes tiempos de estancia en las organizaciones: el 15,7% (2 años), el 22,1% (2 a 5 años), el 23,6% (5 a 10 años), el 22,6% (10 a 20 años) y el 14,2% (superior a 20 años). Para medir las dimensiones de engagement en el trabajo se utilizó el instrumento de medición Utrecht Work Engagement Scale

propuesto por Schaufeli, el cual consistía de 17 ítems en base a las dimensiones de engagement con 7 respuesta cerradas de escala de tipo Likert (0 igual a nunca hasta 6 igual a siempre) y la confiabilidad de alfa de Cronbach fue entre (0.80 y 0.90).

Los resultados en la investigación correspondiente indicaron lo siguiente: se dio a conocer los estadísticos descriptivos y los índices de consistencia interna para la escala UWES-17, para engagement 4.26 (0.97), por otro lado las puntuaciones para las dimensiones son las siguientes: vigor (4.40;1.01), dedicación (4.63; 1.11) y absorción (3.80; 1.12), las mediciones en general fueron bastante altas y las correlaciones consistentes estadísticamente todo ello indica que los trabajadores perciben frecuentemente diferentes aspectos de engagement en su centro de labores. Asimismo las 17 cláusulas de la variable poseen correlaciones positivas y significativamente a base de 1%, con una correlación inter ítems entre (0.15 a 0.70), las correlaciones del ítem general fueron significativas de nivel 0.01 y con un rango entre (0.46 y 0.79). De acuerdo al alfa de Cronbach se evidenció buena coherencia interna para la variable engagement (0.91) y cada uno de sus dimensiones: vigor (0.79), dedicación (0.85) y absorción. Los investigadores concluyeron que la escala UWES en su versión en español de 17 ítems evidencia ser un instrumento válido y confiable para la medición del engagement y sus tres dimensiones (vigor, dedicación y absorción) correlacionados en trabajadores de salud uruguayos (Gomez et al., 2019).

En la investigación cuyo título es “Efecto de la Socialización Organizacional en el Engagement de Trabajadores Mexicanos: claridad y Futuro”, se realizó una investigación para la revista Psico gente, con el objetivo de analizar el efecto de las dimensiones de la socialización organizacional en el work engagement de los colaboradores del estado de México, con método de investigación transversal correlacional analítico. La muestra estaba conformada por 187 colaboradores entre varones y mujeres de las regiones de Colima y Manzanillo del país de México, de los el 53% eran damas y 47% eran caballeros, la edad promedio de los encuestados oscilaba entre 26 a 30 años. Para analizar las dimensiones de la variable socialización organizacional se utilizó el instrumento Organizational Socialization Inventory elaborado por Taormina, lo cual estaba conformado por 20 ítems a base de las 4

dimensiones: entrenamiento, comprensión, apoyo de los compañeros y perspectivas de futuro y con respuestas a base de escala de Likert de 5 puntos (uno igual a nunca hasta cinco igual a siempre). A sí mismo para analizar la variable engagement se utilizó el instrumento Utrecht Work Engagement Scale de 15 ítems de Schaufeli, lo cual estaba compuesto por las dimensiones: vigor, dedicación y absorción con respuestas cerradas de tipo Likert (0= Nunca hasta 6=Siempre). Se utilizó las correlaciones de Pearson para determinar el nivel de relación entre las dos variables.

En el estudio se pudo apreciar los siguientes resultados: comprensión y perspectivas de futuro correlaciona de manera media y positiva (.422** y .450**) con el engagement, el entrenamiento y apoyo de los compañeros poseen correlación baja (.260 y .276) con el engagement. Por otro lado se crearon modelos de regresión múltiple para las dimensiones del work engagement, los resultados fueron lo siguiente: la dimensión Vigor mostró una correlación significativa con la comprensión (.290) y también con la perspectivas de Futuro (.211), la dimensión dedicación mostró una significativa correlación con las dimensiones comprensión (.344) y perspectivas de futuro (.251) y absorción mostró una correlación significativa con las escalas de comprensión (.232) y perspectivas de futuro (.231). Los resultados generales demostraron que existen correlaciones positivas y significativa entre las dimensiones de la socialización organizacional y el work engagement, sin embargo, los resultados del análisis de regresión múltiple demostraron que sólo las dimensiones comprensión y perspectivas a futuro correlacionan de manera positiva y significativa con el work engagement. Se llegó a la conclusión que las escalas de socialización organizacional y el work engagement correlacionan de manera positiva y significativa lo que se deduce que la apropiada socialización del personal por parte de la empresa, puede repercutir de manera positiva puesto que lograra optimizar el nivel de engagement Calderón., et al, (2016).

En la investigación titulada “Sentido y significado de la socialización organizacional”, realizada para la revista Espacios, cuyo propósito fue investigar la forma de entender el significado y sentido de la socialización organizacional para una institución. La muestra fue de 46 colaboradores pertenecientes a 9 empresas de Colombia, con mínimo de 1 año de

estancia en la empresa, los cuales pertenecían a diferentes sectores como: sector construcción, servicios personales, sector agrario, financiero, comercio, industria y sector públicos. El estudio fue de diseño general y empírica basado en las teorías de Yin (1994). Los resultados indicaron que hay existencia de socialización unidireccional en las organizaciones dado que las empresas no aprovechan las experiencias previas de los profesionales nuevos y que se enfocan más a los intereses en la organización antes que los trabajadores. En conclusión, se percibe una mirada para la reducción de relación unidireccional de las empresas ya que la idea es que las organizaciones traten de aclimatar al trabajador principiante en su área de trabajo, ser más pasivo, alinear a las exigencias y objetivos de la corporación y adecuar al actual entorno laboral Calderón., et al, (2019).

En la investigación titulada “Mejorar los comportamientos proactivos de los empleados en el lugar de trabajo: el papel de la socialización organizacional” que fue realizada para la Universidad Nacional de Vietnam, Hanoi, Vietnam, el objetivo de estudio fue examinar la relación entre las tácticas de socialización organizacional (contexto, contenido y tácticas sociales) con el compromiso laboral de los empleados y sus comportamientos proactivos (construcción de relaciones, marco positivo y autogestión). La muestra estuvo conformada por 675 trabajadores vietnamitas, de los cuales el 67,6% eran mujeres y 32,4% hombres, con edades que oscilaban entre 25 a 35 años. Del total de los encuestados el 22,2 % eran del sector público, el 67,3 % del sector privadas y con niveles académicos diferentes: licenciatura 85,6% y posgrado 14,4%. Para medir las tácticas de socialización organizacional se adoptó las teorías dadas por Cable y Parsons (2001) que constaba de 12 ítems con respuestas cerradas de tipo Likert (totalmente en desacuerdo 1= hasta totalmente de acuerdo 4=), por otro lado el compromiso laboral se midió utilizando la escala de 17 ítems desarrollada por Schaufeli et al. (2002) con respuestas de tipo Likert (1= nunca a 4=siempre), la escala reflejó una excelente confiabilidad con el Alfa de Cronbach. Los resultados demostraron que las tácticas de contenido y las tácticas sociales tenían una correlación positiva con los tres comportamientos proactivos, mientras que las tácticas de contexto tenían una correlación positiva con el encuadre positivo, una correlación muy débil

con la construcción de relaciones y ninguna relación con la autogestión. El compromiso laboral correlacionó positivamente con todos los comportamientos proactivos, así como con las tres variables OST.

En la investigación se concluyó que diferentes tácticas de socialización organizacional, en el contexto de Vietnam del Norte tienden al estilo institucionalizado y ejercen un efecto diferencial en los comportamientos proactivos de los empleados. Entre los tres tipos de tácticas, se encontró que las tácticas sociales son el predictor más poderoso del comportamiento práctico de los empleados. La asociación entre las tácticas de socialización organizacional y el comportamiento proactivo estuvo mediada por el compromiso de los empleados en el trabajo, lo que sugiere que para aumentar la proactividad de los empleados, las organizaciones no solo deben invertir en el desarrollo de programas de socialización, sino también prestar atención al fortalecimiento de las estrategias de socialización que impulsan la participación de los empleados y compromiso de trabajo (Trang et al., 2020).

2.1.2. Antecedentes nacionales

La investigación de título “Cultura organizacional y engagement en los colaboradores de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, 2017”, la cual fue una tesis de posgrado de tipo descriptivo-correlacional que se realizó para la Universidad Peruana Unión, Perú, con la finalidad de analizar la relación existente entre la cultura organizacional y el engagement en los trabajadores de la Universidad Peruana Unión, filial Juliaca. La cantidad total de participantes en el estudio ascendió a 202 trabajadores, con un 44% de mujeres y un 56% de hombres. Para analizar la cultura organizacional se aplicó el cuestionario Organizational Culture Survey propuesto por Denison, el cual estaba constituido por 60 ítems con respuestas de tipo Likert (1 = Totalmente en desacuerdo a 5 = Totalmente de acuerdo) por otro lado para medir el engagement se utilizó el cuestionario Utrecht Work Engagement Scale de Schaufeli, lo cual consistía de 17 ítems con respuestas de tipo Likert (0 = Ninguna vez a 6 = Todos los días).

Los resultados correspondientes en el estudio demostraron que el 15% de los participantes poseían nivel alto de cultura organizacional y engagement, el 13% indicaron alto nivel de cultura organizacional y muy alto en engagement, el 0.5% indicaron tener cultura organizacional bajo y engagement promedio, el 29% poseían regular cultura organizacional y engagement promedio y el 40% de los colaboradores tenían dedicación promedio. Así mismo a nivel inferencial, a través de la prueba de chi cuadrado se estableció $\chi^2 C = 33.281$, que entre la cultura organizacional y engagement existe relación positiva y significativa. En conclusión, se dio a conocer la existencia de una correlación significativa y positiva entre la cultura organizacional y el engagement en los trabajadores de la Universidad Peruana Unión filial Juliaca (Vargas A. , 2018).

En la investigación cuyo título es “Compromiso organizacional y su relación con work engagement en instituciones públicas”, lo cual se realizó para la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Perú, el objetivo principal fue determinar la relación entre el compromiso organizacional y el work engagement de los docentes de las instituciones educativas: Ricardo Bentín, Nuestra Señora de Guadalupe y Mariano Melgar año 2018, fue una investigación cuantitativa de tipo descriptivo-correlacional. Para el estudio se seleccionó a un grupo de 122 educadores de las instituciones públicas. Para analizar el Compromiso Organizacional se utilizaron las validaciones de la variable y para Work Engagement se aplicó el cuestionario Utrecht Work Engagement Scale de Schaufeli ambos cuestionarios con respuestas de tipo Likert. Según Rho de Spearman, el nivel de significancia fue ($p= 0,04$), lo cual es inferior al grado de significancia para la evaluación de los datos ($0,05$), por consiguiente, se confirmó que existe relación positiva y significativa entre el Compromiso organizacional y el work engagement de los trabajadores de las instituciones educativas y además existe correlación positiva moderada ($\rho = 0,46$). Por otro lado, el 31,1% de los encuestados confirmaron tener bajo en engagement, el 48,4% normal y el 20,5% alto. Dando a concluir que existe una relación positiva y significativa entre el compromiso organizacional y el work engagement de los docentes de las instituciones

educativas: Ricardo Bentín, Nuestra Señora de Guadalupe y Mariano Melgar año, 2018 (Alvarado , 2018).

2.1.3. Deslinde de los antecedentes de estudio

Después de revisar el estado actual de la investigación, se observa que la mayoría de los estudios se centran en profesionales de la salud, altos ejecutivos, el ámbito legal, profesores universitarios, entre otros. Sin embargo, mi investigación se enfoca en un grupo diferente: los empleados de la agencia de viajes Machupicchu Reservations, ubicada en la ciudad de Cusco. Es importante destacar que la mayoría de estos empleados trabajan bajo el régimen de recibo por honorarios, lo que puede llevar a que sus sacrificios y dedicación no sean completamente reconocidos, ya que son considerados trabajadores independientes. A pesar de esta condición, creo firmemente que todos los individuos merecen un trabajo digno que contribuya a su bienestar mental, independientemente del régimen laboral en el que se encuentren. Es crucial entender que el éxito de la empresa depende en gran medida del compromiso y la dedicación de su capital humano.

Mi propósito es indagar sobre cómo la gestión de la socialización impacta en el compromiso laboral de los colaboradores de Machupicchu Reservations. Este estudio busca destacar la relevancia de establecer un ambiente laboral que promueva la satisfacción y el compromiso de los empleados, sin importar su situación contractual.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Socialización organizacional

A lo largo de los años, el entorno empresarial a experimentado cambios significativos debido a los avances tecnológicos y la globalización, lo que ha generado una mayor competencia en el mercado. En este contexto, los empleados se han convertido en piezas fundamentales dentro de las organizaciones. Cada asalariado posee conocimientos, capacidades intelectuales, valores y características de personalidad que las hacen ser únicos en cada lugar, por lo que les permite a las empresas lograr el plan estratégico empresarial.

Para el cumplimiento eficiente de las metas establecidas, una corporación requiere personal calificado y productivo por lo que se les hace necesario realizar correcta inducción al nuevo miembro del equipo mediante programas de socialización. Esto asegura que los colaboradores disfruten de una experiencia satisfactoria en la empresa, lo que les permite desempeñar sus funciones de manera más eficiente.

“Proceso intersubjetivo, donde la organización interviene sobre sus trabajadores, pero constantemente acompañado por un proceso de particularización en el cual el trabajador incide en la organización y en su rol en ella” (Caeiro et al., 2015, p. 287), en concreto socialización organizacional alude a la manera de cómo la compañía trata de influir en el nuevo miembro del equipo, en el modo de pensar y actuar de acuerdo con las normas y principios dados por la organización. Por otro lado, el nuevo empleado debe privarse relativamente de la libertad de acción con el que cuenta, puesto que al ingresar a la empresa debe obedecer normas y reglas dadas por la gerencia, acatar el horario de trabajo, cumplir los reglamentos internos y ejecutar las actividades establecidas (Chiavenato, 2008).

Socialización organizacional hace referencia a aquel proceso que suele iniciar previo al diagnóstico de actitud positiva que realiza el individuo sobre sí mismo respecto a su trabajo o el compromiso particular que considera tener con la empresa Fisher (1986, como citó Taormina R. J., 2004). En otras palabras, la empresa acepta a los profesionales principiantes y los incorpora a su cultura, ambiente y estructura, con la finalidad de que ellos logren comportarse concorde con sus expectativas, por lo que todas esas acciones que la empresa lleva a cabo repercuten en la postura o el comportamiento del trabajador.

Existen definiciones que consideran la socialización organizacional como el procedimiento por la cual se consigue sabiduría implícita a través del intercambio de experiencias, mediante la comunicación verbal y otros canales de comunicación. Este proceso implica la incorporación del conocimiento peculiar a la base colectiva de la corporación. (Rosas et al., 2016), y existen otros conceptos respecto a la socialización donde se afirma que se trata de un proceso por el cual los trabajadores atraviesan cuando se incorporan a una empresa, es así que aprenden principios, habilidades, perspectivas,

pautas que son muy fundamentales para admitir un determinado rol, por lo que también les facilita tener participación activa (Beléndez, 2007).

Tabla 1

Conceptos de socialización organizacional

Autor	Definición
Fisher (1986, como citó Calderón et al., 2015)	Proceso de obtener sabiduría y cambio a fin de adaptarse a una asociación.
Chao et al., (1994)	“Aprendizaje de contenidos y procesos por el cual un individuo se ajusta a un rol en una organización organizacional”.
Taormina R. (1997)	Proceso a través del cual un individuo adquiere destreza laboral oportuno, obtiene un nivel pragmático de conocimiento institucional, establece relaciones sociales con sus compañeros de trabajo y suele adherirse a las normativas de la empresa
Beléndez (2007)	Es cuando se pretende de manera responsable fomentar a que los nuevos trabajadores adopten los objetivos, normas y cultura empresarial.
Chiavenato (2008)	Modo en que la empresa intenta de marcar en el nuevo integrante del equipo en el modo de pensar y de proceder, conforme con los principios de la organización.
(Rosas et al.,2016)	Procedimiento de adquirir sabiduría implícita mediante la comunicación verbal y canales de comunicación.
Maanen & Schein (1979, citado por Calderón et al., 2019)	Proceso que permite a las personas adquirir conductas, comportamientos, sabiduría y destrezas imprescindibles para intervenir y ejecutar como integrante de la empresa.

2.2.1.1 Importancia de la socialización organizacional en una empresa

Para las organizaciones modernas, disfrutar de niveles óptimos de socialización es crucial. La eficacia, la rapidez y la habilidad para relacionarse, así como la comprensión que demuestra la empresa hacia sus colaboradores, pueden determinar el compromiso, la estabilidad y la productividad de los empleados. Cuando los nuevos miembros del equipo o los empleados que cambian de área sienten el apoyo y la comprensión tanto de sus compañeros como de sus superiores inmediatos, están en condiciones de desempeñar sus responsabilidades laborales de manera más eficiente

Socialización organizacional constituye a aquella sinopsis de recibimiento y de bienvenida a los nuevos trabajadores por parte de la organización, lo cual representa a ese periodo de comienzo de singular importancia para forjar una óptima conexión a la larga,

entre la empresa y el nuevo profesional, es más actúa como un componente primordial para consolidar y conservar la cultura de la empresa (Chiavenato, 2007).

2.2.1.2 Métodos para la socialización organizacional

Las corporaciones deben fomentar una adecuada incorporación de los nuevos trabajadores al rol organizacional, dado que en algunas ocasiones la socialización en las empresas suele ser impositiva, convincente o dificultoso y existen personas que recién se están incorporando al mercado laboral por ende para las empresas la finalidad de socialización debería ser crear un entorno laboral óptimo, favorable y receptivo cuando se trata de la fase inicial (Chiavetano, 2008). Los métodos de socialización organizacional son:

a) Proceso de selección: Socialización tiene su principio en aquel diálogo formalizada de interrelación por medio del lenguaje entre el postulante y el entrevistador, en el que los aspirantes empiezan a percibir su futuro vida laboral, identidad corporativa, colegas, acciones emprendidas, retos, bonificaciones futuras y gestión empresarial. Antes de que el aspirante sea aceptado, el proceso de selección le posibilita obtener mayor información con respecto a la empresa, ver de manera muy particular el funcionamiento de la organización y cuál es el proceder en función a ello (Chiavenato, 2007).

b) Contenido del puesto: La empresa a los inéditos trabajadores debe asignar responsabilidades bastante interesantes y gradualmente complejas para que queden mejor entrenados para cualquier nivel de responsabilidades en lo posterior, las mismas debe facilitarles desenvolverse eficazmente en su labor para otorgarles logro al principio de su vida profesional y puedan ser beneficiados con los reconocimientos otorga por la empresa. Por otra parte, cuando se les da a los principiantes responsabilidades sencillas no poseen la oportunidad de experimentar el logro ni la motivación que se deriva de ello (Chiavenato, 2007).

c) El supervisor como tutor: La persona que está en calidad de ello se considera como mediador entre la empresa y la imagen de la corporación, dado que debe asistir a los nuevos empleados como un legítimo mentor, quien los conduce e instruye durante la etapa inicial en la corporación (Chiavenato, 2008).

d) Equipo de trabajo: Ejerce un rol fundamental en una corporación dado que, al nuevo integrante de la empresa, se le debe designar un grupo operativo competente, que motive resultados favorable y perdurable. La aceptación del equipo es fuente importante para el gozo de las necesidades sociales, puesto que los equipos de trabajo se benefician de las convicciones y las actitudes de los trabajadores de la empresa (Chiavenato, 2007).

e) Programa de integración: Se trata de los determinados programas e intensa preparación inicial que realiza la empresa a los nuevos integrantes, con el fin de familiarizar al ambiente laboral, adecuar a la estructura institucional, habituar a los principios y objetivos de la organización (Chiavenato, 2007).

2.2.1.3 Programa de orientación

Según Chiavenato (2008), la empresa al brindar pautas y normas a los trabajadores lo ejecuta con diversos propósitos como: remitir mensajes claros, brindar información sobre la cultura organizacional, responsabilidades y las expectativas de trabajo. La iniciativa de orientación tiene como finalidad los siguientes objetivos:

a) Reducir la ansiedad de las personas: Se trata de las acciones que realiza la organización con el propósito de disminuir los problemas emocionales de los colaboradores. Puesto que la ansiedad se trata de un sentimiento natural que posee el individuo, lo cual emerge por la perplejidad de tener la destreza para ejecutar el trabajo (Chiavenato, 2008).

b) Reducir la rotación: La rotación en el trabajo suele ser más prominente durante el periodo inicial, a raíz de que los nuevos trabajadores desconocen, no son muy necesitados o son ineficientes con su labor por lo que la orientación mitiga esa reacción (Chiavenato, 2007).

c) Ahorrar tiempo: Cuando los nuevos personales no reciben entrenamiento ni orientación adecuada por parte de la organización, desperdician tiempo intentando explorar asuntos sobre la empresa, actividades a realizar y sobre sus colegas lo cual trae consigo baja eficiencia laboral, en cambio cuando son asesorados de forma integral por sus compañeros y por parte de la alta gerencia se integran con más perfección (Chiavenato, 2007).

d) Acariciar expectativas realistas: Es cuando los nuevos subalternos a través de programas de orientación se informan sobre la esperanza futura que tiene la empresa sobre ellos y respecto a las normas o principios de la organización (Chiavenato, 2008).

2.2.1.4 Procesos o etapas de socialización organizacional

1º. Etapa de socialización anticipatoria: Con antelación a la integración a la empresa, el trabajador adquiere cualificación profesional, recibe formación para ejercer su labor, información sobre las características laborales y busca oportunidades de carrera de acuerdo a su perfil, lo cual puede ser influenciado por amigos, familiares o institución y finaliza con el contrato emocional (Beléndez, 2007).

2º. Etapa de encuentro: Esa etapa se refiere cuando la persona se integra a la empresa y se sitúa en su área trabajo (Beléndez, 2007).

3º. Etapa de cambio y adquisición: Los trabajadores subalternos adquieren nuevos comportamientos o perfeccionamiento en el entorno laboral, con los cuales evidencian la plena integración a la empresa como también la transición del trabajador dependiente al veterano (Beléndez, 2007).

2.2.2. Engagement

El estado psicológico de los trabajadores se ha erigido como un aspecto fundamental a considerar en la formulación de estrategias empresariales para las organizaciones contemporáneas. Este estado abarca una amplia gama de factores que impactan en el rendimiento laboral y el bienestar emocional de los empleados, incluye variables como el nivel de entusiasmo, la dedicación al trabajo, sensación de felicidad en el ambiente laboral y el estado general de ánimo de los trabajadores mientras realizan sus labores diarias. Cuando una empresa logra cultivar un ambiente donde sus empleados experimentan niveles elevados de compromiso y bienestar laboral, esto se traduce en una serie de beneficios tangibles. Por un lado, los resultados económicos suelen ser más favorables, ya que el personal comprometido tiende a ser más productivo, creativo y orientado hacia el cumplimiento de metas empresariales. Esta mayor productividad y

eficiencia contribuyen para optimizar la rentabilidad empresarial y su posición competitiva en el mercado. Además, el compromiso y la satisfacción laboral también están estrechamente relacionados con la retención del capital humano. Los empleados que se sienten apreciados, incentivados y comprometidos con sus responsabilidades tienden a mantenerse en la organización a largo horizonte. Esto reduce los costos asociados con la rotación de personal y la necesidad de reclutar y capacitar constantemente a nuevos empleados.

El concepto engagement se entiende como aquel compromiso que posee el trabajador cuando desempeña algún cargo en una organización, ese deseo y esfuerzo elevado que tiene para cumplir con sus obligaciones por la merced de la organización u empresa, como también el deseo de mantenerse en la misma institución y acatar sus principios, normas, valores y objetivos Porter & Lawer (1865, como se citó en Betanzos & Paz, 2007).

Rubió (2014), determina al término engagement como crear el ambiente oportuno y competente por parte de la organización, con el propósito de obtener empleados complacidos con su trabajo y capaces de realizar las labores encomendadas de forma más eficaz, hallando armonía con su vida privada y el ambiente laboral.

Según (Salanova & schaufeli, 2004), el término "engagement" describe el estado mental y emocional que experimenta un empleado mientras realiza sus labores dentro de una empresa. Este estado psicológico no solo implica la simple ejecución de tareas, sino que refleja un profundo compromiso y conexión emocional con el trabajo y la organización, lo cual se caracteriza por significados niveles de fuerza, ánimo, energía, entusiasmo y concentración del colaborador en la actividad laboral.

Tabla 2*Concepto de engagement según autores*

Autores	Definición
Porter & Lawler (1965)	Se refiere a la intensidad que posee el individuo de hacer altos niveles de esfuerzo por el bien de la empresa, con la pretensión de mantenerse en la organización aceptando sus principios, objetivos y normas establecidas por la gerencia.
Buchanan (1974)	Es la inclinación partidista y expresivo que posee una persona a los objetivos y valores de una corporación.
Arciniega (2002, como se citó por Peña et al., 2016)	Conjunto de nexos que mantiene un trabajador apegado a una institución en particular.
Salanova & Schaufeli (2009)	Estado de ánimo donde prevalece los sentimientos pragmáticos al momento cuando un individuo realiza su responsabilidad profesional.
Meyer y Allen (como se citó por Rubió, 2014)	“Actitud que se expresa mediante un vínculo psicológico del empleado hacia la organización, que hace que sea poco probable que él empleado la abandone”.

2.2.2.1 Importancia del engagement en una empresa

El compromiso en el trabajo goza de una gran popularidad debido a su reconocimiento como un indicador predictivo clave de los resultados fundamentales a nivel individual de los empleados como a nivel de equipo y corporativo. Su relevancia y enfoque consistente en las actividades laborales lo convierten en un factor determinante en el rendimiento laboral. Los empleados comprometidos enfatizan por su elevado grado de eficiencia en las tareas asignadas, contribuyen significativamente a los resultados financieros de la empresa, aportan ideas innovadoras y realizan mejoras que benefician a la organización.

Salanova (2008, como se citó por Herrera & Álvarez, 2019), afirma que el engagement es de suma importancia para las instituciones, puesto que su fin primordial es generar satisfacción y bienestar laboral en las personas, trayendo consigo empleados motivados y logrando como resultado una organización salubre, beneficioso y competente.

2.2.2.2 Modelos de engagement

Para Schaufeli (2010, como se citó en Juárez, 2015), existen dos modelos resaltantes en el engagement:

a) Modelo de demandas y de recursos en el trabajo: Según Schaufeli (2010, como se citó en Juárez, 2015), este modelo permite a las organizaciones tomar medidas o realizar acciones para aumentar el engagement en los trabajadores en el campo laboral. Por consiguiente, el compromiso incrementa los efectos positivos, por lo que este modelo no se fundamenta mucho en dar a conocer el proceso psicológico.

b) Modelo de intercambio social: Respecto a ese modelo Schaufeli (2010, como se citó en Juárez, 2015), los asalariados con nivel significativo de compromiso invierten mucho en su empleo, dedicando una gran cantidad de energía y esfuerzo. Como resultado, reciben reconocimientos, retroalimentación y autonomía por su buen desempeño laboral. Todo esto culmina en un equilibrio entre la inversión y los resultados obtenidos

2.2.2.3 Componentes de compromiso organizacional o engagement

En su estudio Meyer y Allen (1991, como se citó en Rubió, 2016) dieron a conocer tres componentes diferenciados:

a) Compromiso afectivo: Alude a esa aceptación psicológica del trabajador a la empresa, lo cual es obtenido por el trabajador a consecuencia de la productividad y el sentimiento de satisfacción de las expectativas, a raíz de la óptima organización interna con que cuenta la empresa (Hernández et al., 2018).

b) Compromiso de continuidad: según (Hernández et al., 2018), es el efecto de la inversión, esfuerzo y dedicación de tiempo que realiza el trabajador con la finalidad de permanecer en la empresa y que todo ello sería inútil si decide dejar su empleo.

c) Compromiso normativo: Se entiende como aquella responsabilidad moral que siente el empleado con la organización, es decir el trabajador corresponde de manera recíproca y eficiente a su empleador a consecuencia de las bonificaciones, flexibilidad, reconocimientos y buen ambiente laboral (Hernández et al., 2018).

2.3 Marco conceptual

Engagement: El estado mental positivo que posee un trabajador al realizar sus labores en una empresa (Salanova & schaufeli, 2004).

Socialización organizacional: Se refiere al desarrollo de aprendizaje por el que un colaborador aprende a laborar en una determinada empresa (Taormina R. , 1994).

Agencia de viaje: Según Goeldner y Ritchie (2011 como se citó en Coromoto & Morillo, 2016), se trata de un intermediario que ofrece a sus clientes planes turísticos.

Empresa: Organización con fines de lucro que se orienta a la producción de bienes y servicios en un mercado de competencia, con la finalidad de obtener un beneficio económico (Fincowsky, 2009).

Empleados: Son personas que se incorporan, se mantienen y colaboran en una empresa (Chiavenato, 2007).

Gestión: “Es el proceso de planear, organizar, integrar, direccionar y controlar los recursos de una organización” (Chiavenato, 2007).

Organización: Aquel sistema social o unión social establecida por un conjunto de personas orientados a un objetivo en común, lo cual se rige bajo el orden normativo para el buen encaminamiento y cumplimiento de los objetivos empresariales (Fincowsky, 2009).

Pragmático: “Estudia la relación de los signos con los sujetos que los usan y el contexto en que se usan. El contexto es fundamental en la interpretación del signo” (Diéz, 2005).

Recurso humano: Los individuos de manera agrupada constituyen el talento humano de la empresa (Chiavenato, 2011).

Responsabilidad: Es cumplir con las actividades encomendadas.

Satisfacción laboral: Según Fisher (2000, como se citó en Pujol & Dabos, 2018), representa a la reacción emocional de una persona hacia las responsabilidades laborales como absoluto.

Turismo: “Es un conjunto de desplazamientos que genera fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos” (Moreno & Coromoto, 2010).

Turismo de aventura: “Es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza” (OMT, 2018).

Capítulo III

3. Hipótesis y variables

3.1 Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Existe relación positiva entre socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

3.1.2. Hipótesis específicas

Existe relación positiva entre el entrenamiento y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

Existe relación positiva entre la comprensión del trabajo - organización y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

Existe relación positiva entre apoyo de los compañeros y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

Existe relación positiva entre las perspectivas de futuro y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

3.2 Identificación de variables e indicadores

3.2.1. Variable socialización organizacional

La socialización organizacional según Calderón & Galán (2022), ha sido definida como “proceso a través del cual los nuevos empleados aprenden el conocimiento social y pautas necesarias para resolver la incertidumbre del rol y convertirse en personas internas

de la organización”. Siguiendo el modelo de Chao y Taormina, con la escala de medición Organizational Socialization Inventory, la socialización organizacional posee cuatro dominios o dimensiones cuyos nombres que reciben son: entrenamiento, comprensión, apoyo de los compañeros y perspectivas de futuro, las cuales actúan de manera complementaria y están presentes en diferentes contextos de una organización.

3.2.1.1 Dimensiones e indicadores de socialización organizacional

a) Dimensión entrenamiento: Son aquellos procedimientos por el cual una persona adquiere cualquier tipo de capacidad y destrezas, los cuales son muy fundamentales para la ejecución de un trabajo eficiente. A esas acciones detalladas también se entiende como la forma de socializar en cualquiera organización, dado que se requieren ciertas habilidades, destrezas, conocimientos y relaciones sociales para adaptarse a cualquier tipo de empleo y tener éxito en la carrera. Si el entrenamiento o capacitación aumenta, la productividad de trabajo puede incrementar la probabilidad del logro profesional (Calderón & Galán, 2022).

Habilidad: Se expresa como la capacidad de gracia y destreza que posee una persona para poder ejecutar algún tipo de responsabilidad de manera eficiente y con facilidad ya sea de carácter físico o mental (Torres et al., 2009).

Competencia: Según Yániz (2008, como se citó en Rosas et al., 2016), se trata de conjunto de saberes, postura y destrezas que posee un sujeto, los cuales son fundamentales para ejercer una ocupación asignada.

Actitud: Son las formas o maneras de comportamiento que emplea los individuos lo cual se refleja mediante el sentimiento en relación con algo (Robbins & Coulter, 2014).

Desempeño: Se refiere al rendimiento de una persona a la hora de cumplir con sus obligaciones laborales, por ejemplo, si la actividad consiste de largas jornadas de práctica intensa, se debe completar las tareas asignadas de forma tan eficiente y eficaz como sea posible, es decir el desempeño es el resultado de esa actividad (Coulter & Robbins, 2005).

Capacitación: Es un desarrollo sistemático de perfeccionamiento de conducta de las personas con la finalidad de conseguir los objetivos de la empresa (Chiavetano, 2008).

Proceso de inducción: Se refiere al procedimiento por el cual la empresa integra a los nuevos empleados a su estructura organizacional y a su área de trabajo (Robbins & Coulter, 2018).

b) Dimensión comprensión del trabajo y de la organización: Es el nivel en el cual un empleado comprende y es apto para aplicar su sabiduría en su trabajo u organización, estas conductas posibilitan al trabajador conocer la empresa en gran medida. El futuro logro profesional del trabajador dependerá de la habilidad que posee para asimilar las reglas y normas que se dan en su entorno social y la relación que posee dentro de ello a través de la experiencia propia de trabajo (Calderón & Galán, 2022).

Conocimientos de responsabilidades: Se entiende como aquel valor que repercute en el empleo de la persona, trayendo consigo un castigo que puede ir de lo más sencillo hasta lo más complejo (Camejo, 2018).

Conocimiento de MOF: Se trata de un documento técnico de gestión empresarial, escrito principalmente para establecer cláusulas de cargo, funciones básicas y específicas de la empresa, relaciones corporativas y coordinación de la empresa (Fernández, 2015).

Canal de comunicación de tareas: Las organizaciones poseen sus propios sistemas de transmisión, los cuales son fundamentales para la recepción, transmisión de datos y para la organización de información. La buena gestión de dichos sistemas facilita al trabajador el cumplimiento eficaz de su labor (Blanco & Lobato, 2011).

Interacción con las personas: Se refiere a la interrelación entre dos o más personas recíprocamente, lo cual conlleva influencia con la finalidad de transmitir información (Rubió, 2014).

Clarificación de tareas: Se trata de la información que proporciona la organización a los trabajadores sobre todas las decisiones tomadas, acerca de las acciones que repercute su vida personal y vida laboral. Por otro lado, el personal posee conocimiento completo de sus responsabilidades en la corporación (Chiavetano, 2008).

c) Dimensión apoyo de los compañeros: Es explicado como el soporte social con el que cuenta el trabajador por parte de sus colegas pertenecientes a la misma organización en el

transcurso del desarrollo de sus responsabilidades, la finalidad del apoyo social es disminuir la incertidumbre, presión e inquietud en el trabajo. El papel fundamental en ese escenario lo poseen los compañeros, gerentes y supervisores, puesto que se considera como el reconocimiento por otros trabajadores de la organización (Calderón & Galán, 2022).

Relación interpersonal: Según (Adam Sferra, como se citó en Torres,2017), menciona que es la forma de como un empleado se comunica y se relacionan con los demás trabajadores de la misma empresa, los cuales son características auténticas y genuinas basadas en la dignidad humana.

Autoestima alta y estable: Es el grado en que las personas se complacen o se desagradan a sí mismos, puesto que pueden considerarse capaces, efectivos y sentir el control que poseen o no sobre su entorno (Judge & Robbins, 2009).

Seguridad del equipo: Se refiere a aquellas necesidades fisiológicas de búsqueda de protección o estabilidad que poseen las personas. Es decir, un trabajador de acuerdo a las actitudes de sus compañeros de trabajo se sentirá apoyado, seguro y estable (Chiavetano, 2008).

Motivación intrínseca: Es la disposición inherente para buscar desafíos y admiración, para desarrollar y entrenar las capacidades individuales. Se trata de realizar una actividad con el fin de satisfacción inherente, lo cual es motivado por el propio yo de la persona, puesto que está bajo su control y capacidad para autor reforzarse (Madrigal et al.,2009).

Logro de metas en equipo: Los gerentes deben asegurarse que los trabajadores tengan metas específicas para que en el equipo puedan trabajar con un fin en común. Para lograr los objetivos de un trabajo en equipo y metas fijadas por la organización, un aspecto fundamental es que cada integrante identifique y desarrolle un rol que complemente (Coulter & Robbins, 2005).

Soporte emocional: Las empresas deben responder a las necesidades especiales de cada trabajador, brindarles apoyo psicológico, puesto que los trabajadores deben sentirse que la organización apoya y sostiene sus necesidades y expectativas (Chiavetano, 2008).

d) Dimensión perspectiva de futuro: Es todo aquello que la persona piensa respecto a las posibilidades de acciones que podrían suceder a futuro y los beneficios que podría tener en la empresa al ser parte de su equipo. Allí se pueden considerar los ascensos, la remuneración, recompensas a base del desarrollo eficiente del trabajador y las percepciones de ellos con la finalidad de gozar de los beneficios otorgados por la organización (Calderón & Galán, 2022).

Oportunidades: Se entiende por aquellas circunstancias positivas de entorno externo en la que existe la posibilidad de lograr algo (Robbins & Coulter, 2018).

Recompensas extrínsecas: Se refiere a los reconocimientos, premios o bonos que la empresa otorga a su personal por su buen desempeño laboral (Chiavetano, 2008).

Incorporación de los trabajadores: Se entiende por la incorporación de un nuevo trabajador a la organización y a su puesto de trabajo (Robbins & Coulter, 2018).

Líneas de carrera: El crecimiento profesional de los trabajadores está íntimamente ligado al avance en sus trayectorias laborales, lo cual implica la progresión de los roles que un trabajador ocupa a lo largo de su carrera laboral. Además, se trata de un desarrollo profesional gradual y la ocupación de puestos es cada vez más prominentes (Chiavetano, 2008).

Subvención de estudios: Se trata de los bonos o becas que la organización otorga al trabajador por las habilidades laborales que demuestran en la empresa (Chiavetano, 2008).

3.2.2. Variable engagement

Se define como el enfoque práctico que experimenta un empleado al desempeñar sus funciones dentro de una empresa. Lo cual se distingue por niveles significativos de vigor, energía, entusiasmo y una completa concentración del trabajador en sus responsabilidades laborales (Salanova & schaufeli, 2004). Las dimensiones de engagement son:

3.2.2.1 Dimensiones e indicadores de engagement

a) Dimensión vigor: Según (Schaufeli et al., 2002) Se refiere a la notable resistencia emocional y energética que exhibe una persona mientras realiza su trabajo. Esta iniciativa

implica dedicación al trabajo sin perder energía ni motivación, y la persistencia en la actividad incluso cuando esta resulta difícil o complicada. En resumen, los trabajadores con un alto nivel de vigor son aquellos que invierten una cantidad significativa de energía en su lugar de trabajo, mientras que aquellos que carecen de ello muestran una resistencia laboral más baja.

Energía: Es el dinamismo interno que posee una persona al realizar las responsabilidades encomendadas (Robbins & Coulter, 2018).

Resistencia mental: Es la capacidad de método que posee una persona para superar la perturbación forzada por un fenómeno externo (Chiavenato, 2007).

Esfuerzo: Es cualquier disputa, conflicto o dilema que ocurre entre las personas de la empresa y por tanto afecta a toda la organización (González & Ali, 2015).

b) Dimensión dedicación: Se refiere al grado de importancia que posee su trabajo para el individuo, la pasión, estima, desafío y la inspiración psicológica que se origina a base de su labor en la corporación (Schaufeli et al., 2002). Los colaboradores con un alto puntaje en esta dimensión se vinculan estrechamente con su trabajo, experimentan orgullo y entusiasmo, mientras que aquellos con un puntaje bajo tienden a percibir el trabajo como poco inspirador.

Persistencia: Se refiere a la capacidad que tiene un nuevo trabajador para mantenerse firme y constatare a la nueva cultura organizacional, con el fin de lograr metas personales y aportar para el cumplimiento de objetivos empresariales sin forzar el cambio con rapidez (Robbins & Coulter, 2018).

Significado: Se refiere a la intensidad o ánimo que poseen la persona por las actividades que realiza.

Entusiasmo: Se refiere al sentimiento intenso de emoción que posee una persona ocasionada por el asombro ante un escenario en la vida (Galimberti, 2002).

Orgullo: Se refiere a la complacencia que poseen las personas para ponerse la camiseta de la organización con sentimiento de lealtad y generosidad (Chiavenato, 2011).

Reto: Según Csikszentmihalyi (1990, como se citó en Raimundiet al., 2014), es el desafío que posee su origen en un deseo de entender el fenómeno de las actividades inherentes ocasionadas por actividades gratificantes en sí mismas, muy aparte de las recompensas de la organización.

c). Dimensión absorción en el trabajo: Se describe al sentimiento de felicidad que suelen tener los trabajadores cuando están enfocados en el trabajo, lo difícil que se les hace renunciar su trabajo, dado que se encuentran en una situación placentera por lo que no se percatan de las horas de trabajo arduo y se dejan llevar por su labor omitiendo las acciones que sucede a su entorno (Schaufeli et al., 2002).

Inspiración: Se refiere a un estímulo imprevisto que la persona percibe como transpersonal, porque su origen es externo a la conciencia y a los objetos sobre los que suele concentrarse (Galimberti, 2002).

Felicidad: Según Minaya (como citó Silva, 2018), se refiere a la conquista del bienestar que realiza la persona, lo cual se desarrolla a través de trabajo, descanso, tiempo libre e interrelación.

3.3 Operacionalización de variables

Tabla 3

Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Ítems
Socialización organizacional	" Es la forma en que la organización trata de marcar en el nuevo participante la manera de pensar y preceptos internos, dado que debe estar de acuerdo en obedecer y cumplir las reglas y los reglamentos internos" (Chiavetano, 2008, pág. 183).	Chao y Taormina (1994, como se citó en Calderón & Galán, 2022), desarrollaron dos herramientas de evaluación para medir las estrategias de socialización en las organizaciones: la Medida de Áreas de Contenido de Socialización (CAS) y el Inventario de Socialización Organizacional (OSI). Según estos modelos, cada aspecto de la socialización opera en distintos entornos organizacionales de manera simultánea a los demás. Estos aspectos se refieren al entrenamiento, perspectivas de futuro, la comprensión, el apoyo de los compañeros.	Entrenamiento	Habilidad Competencia Actitudes Desempeño Capacitaciones Proceso de inducción	Escala de Likert	1, 2, 3, 4, 5, 6
			Comprensión del trabajo y de la organización	Conocimientos de responsabilidades Conocimiento de MOF Canal de comunicación de tareas Interacción con las personas Clarificación de tareas		7,8,9,10,11
			Apoyo de los compañeros	Relaciones Interpersonales Autoestima Alta y Estable Seguridad del equipo Motivación Intrínseca Logro de metas en equipo Soporte emocional		12,13,14,15, 16,17
			Perspectivas de futuro	Oportunidades Recompensas Extrínsecas Incorporación de los trabajadores Líneas de carrera Subvención de estudios		18, 19, 20, 21, 22
Engagement	(Rubió, 2014, pág. 50), "Crear el entorno adecuado e idóneo para lograr que los empleados se sientan a gusto en su trabajo y encuentren un equilibrio con su vida y con sus necesidades personales".	En su estudio, Salanova y Schaufeli (2009, citados por Gonzáles, 2015) profundizaron en los aspectos positivos tanto del trabajador como del trabajo, desarrollando una escala conocida como la Utrecht Work Engagement Scale. Esta escala incluye tres dimensiones principales: vigor, dedicación y absorción.	Vigor	Altos niveles de energía Esfuerzo Resistencia mental		1, 2, 3, 4, 5, 6
			Dedicación	Reto Persistencia Orgullo Entusiasmo Significado		7, 8, 9, 10, 11
			Absorción	Felicidad Inspiración que le provoca su empleo		12, 13, 14, 15, 16, 17

Capítulo IV

4. Metodología

4.1 Ámbito de estudio: localización política y geográfica

4.1.1. Aspectos geográficos

La agencia de viaje Machupicchu Reservations se encuentra convenientemente ubicada en la plaza Regocijo número 270, en el corazón del distrito de Cusco. Este distrito es uno de los ocho que componen la provincia del Cusco, en el departamento del mismo nombre, situado al sur del territorio peruano. Con una extensión de 116,22 km², el distrito de Cusco ofrece una ubicación geográfica privilegiada, con coordenadas de latitud sur de 13°31'34" y longitud oeste de 71°58'17". Esta zona se distingue por su impresionante altitud, que varía entre los 3414 m.s.n.m.

4.1.1.1 Límites

El distrito de Cusco colinda al norte con las provincias de Urubamba, Calca y Anta. Hacia el este, se encuentra adyacente al distrito de San Sebastián, mientras que al sur limita con los distritos de Wánchaq y Santiago. Finalmente, al oeste se delimita con los distritos de Poroy y Ccorca.

4.1.1.2 Organización política

El abogado Luis Beltrán Pantoja Calvo es la autoridad gubernamental del distrito de Cusco, reconocido como la capital del departamento de Cuzco. Este distrito se destaca por su abundancia de atractivos turísticos, incluyendo sitios arqueológicos como Qenko, Puca Pucara, Tambomachay y Sacsayhuamán, así como el templo de la Compañía de Jesús y el Qorikancha, entre otros. Asimismo, las calles de este distrito son notables por sus características únicas y distintivas.

4.1.2. Historia de la agencia de viaje Machupicchu Reservations

La infancia de David Quispe Baca en Ollantaytambo estuvo marcada por la diversidad cultural y el turismo. Desde joven, anhelaba convertirse en guía turístico, inspirado por los líderes que observaba. Después de trabajar como porteador en el Camino Inca y estudiar informática, conoció a Lisbeth, quien se convirtió en su compañera de vida y carrera. Juntos, se trasladaron a Cusco para seguir educándose: David se especializó en guía de turismo y Lisbeth en derecho. Con el apoyo económico de su hermana, David completó sus estudios y, tras acompañar a un amigo en la ruta Salkantay, encontró su camino en el mundo del turismo.

En 2012, David y Lisbeth fundaron "Machupicchu Reservations" como una agencia de viajes que operaba con tours endosados. En 2017, tras regularizar sus documentos, dieron un paso importante al convertirse en tour operador y emplear el marketing digital para reclutar clientes. Este cambio les permitió expandir su negocio y ofrecer experiencias turísticas más personalizadas. Hoy en día, "Machupicchu Reservations" es reconocida por su dedicación a la calidad y fidelización del cliente, ofreciendo tours memorables y únicos en la región de Cusco. La historia de David y Lisbeth es un testimonio del poder del esfuerzo, la determinación y la iniciativa empresarial en la creación y consolidación de un negocio exitoso en la industria del turismo.

4.1.3. Misión, visión y valores de Machupicchu Reservations

Misión

Somos una empresa peruana, enfocados en la actividad de turismo de aventura. Nuestro propósito es brindar a nuestros clientes excursiones inolvidables, de calidad y sostenibles.

Visión

Nuestra visión es liderar el turismo de aventura a nivel nacional e internacional, ofreciendo experiencias únicas que permitan a nuestros clientes explorar destinos inexplorados y vivir aventuras memorables, promoviendo la conexión con la naturaleza y diversas culturas.

Valores

- Responsabilidad
- Innovación
- Disciplina
- Mejora continua
- Trabajo en equipo
- Compromiso
- Puntualidad

4.1.4. Clasificación de Machupicchu Reservations según sus criterios

Agencia de viaje tour operador: La compañía brinda una extensa gama de servicios turísticos privados y grupales, aparte de la comercialización de paquetes de viaje, se especializa en la planificación y diseño de tours personalizados según las necesidades específicas de cada cliente. Para asegurar experiencias de viaje excepcionales, la empresa ha establecido alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes y proveedores de transporte. Cuenta con un equipo de profesionales especializados, incluyendo guías, chefs de ruta, arrieros y porteadores, para brindar atención y apoyo durante todo el recorrido, incluyendo facilidades en campamentos y puntos de descanso en rutas como Salkantay y Camino Inca.

Agencia de viaje receptora: Machupicchu Reservations es una agencia receptora de turismo que se enfoca exclusivamente en organizar y promover planes turísticos dentro de la región del Cusco, centrándose en destinos emblemáticos como Salkantay, Camino Inca, Montaña de Colores, Valle Sagrado de los Incas, Laguna Humantay, Inca Jungle y Choquequirao. Ofrecen tours privados y grupales que permiten a los visitantes explorar la historia, naturaleza y cultura locales. Destacan por su capacidad para personalizar itinerarios según las preferencias de los clientes.

Agencia independiente: La agencia de viajes "Machupicchu Reservations" se destaca por operar de manera autónoma en el mercado, sin franquicias, consorcios ni asociaciones. Toma decisiones independientes en áreas clave de su operación. Esto incluye la gestión del talento humano, donde recluta, contrata y administra su propio equipo, garantizando altos estándares de calidad y capacitación. También decide sobre el equipamiento en los

campamentos y durante las expediciones para garantizar el bienestar y la protección de los clientes. Además, gestiona sus alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes y proveedores de transporte de manera individual para garantizar servicios de alta calidad para sus clientes.

4.1.5. Productos turísticos ofrecidos

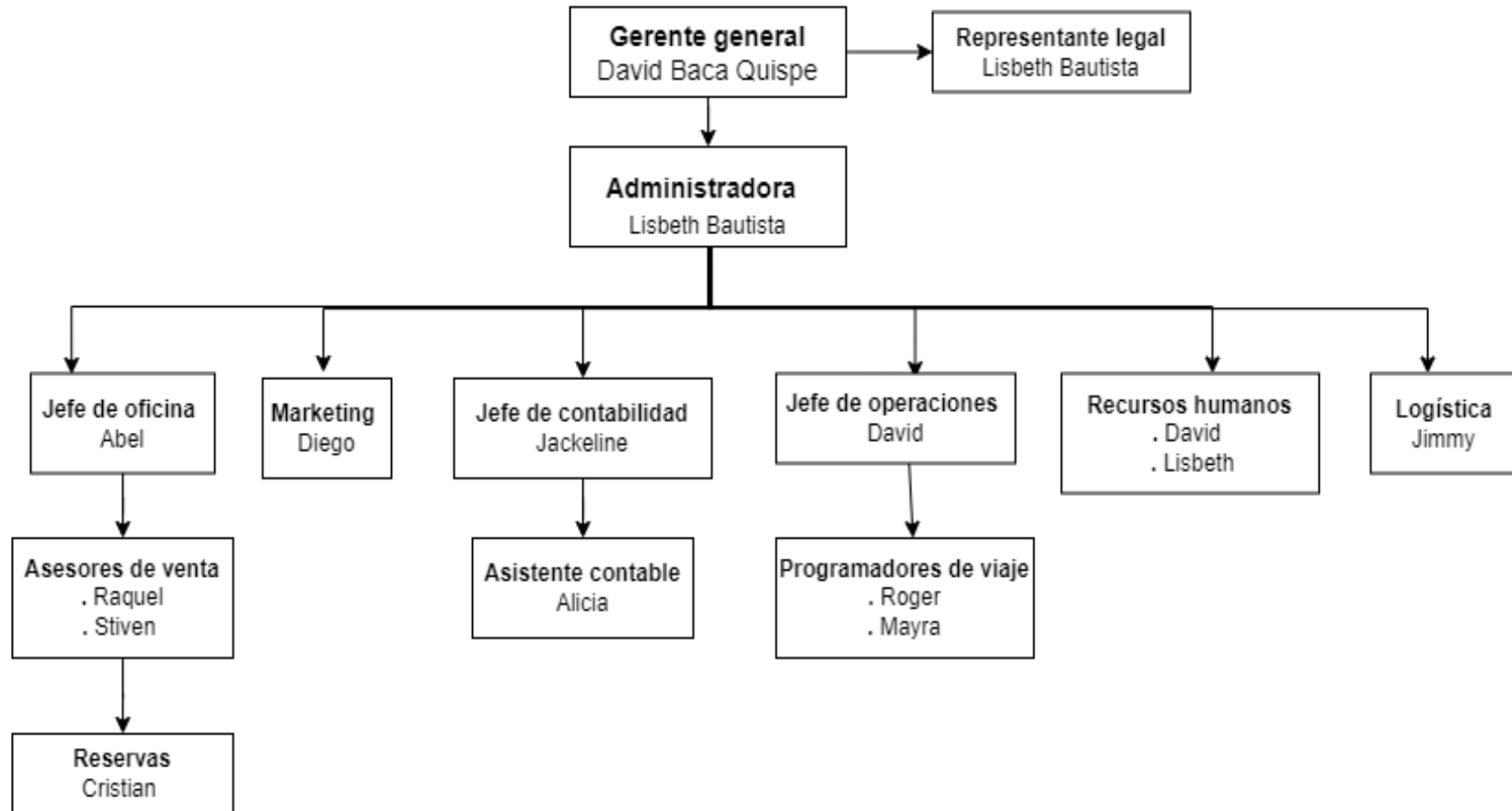
- Salkantay trek with Machu Picchu
- Salkantay hike with Humantay lake
- City tour
- Sacred Valley with Machu Picchu tour
- Inca jungle
- Humantay lake
- Palcoyo Mountain
- Sacred Valley
- Moray with Salt Mines
- Choquequirao trek
- Amazon Manu Cultural
- Tambopata National Reserve
- Ausangate 7 lakes

4.1.6. Organización interna de la empresa

Machupicchu Reservations es una empresa de viajes que opera tours y cuenta con un organigrama que facilita la comprensión de su estructura jerárquica. Este organigrama detalla las diferentes áreas funcionales, sus respectivas funciones, las cadenas de mando y los nombres de los responsables de cada una de estas áreas, así como también los miembros de la alta dirección. La siguiente figura proporciona una representación visual de esta estructura para una mejor comprensión.

Figura 1

Organigrama de la agencia de viaje Machupicchu Reservations



4.1.6.1 Descripción del personal

Equipo de guías

En "Machupicchu Reservations", contamos con guías turísticos excepcionales que ofrecen un servicio de primera clase a nuestros clientes. Son expertos en diversos campos como la flora, fauna, historia, antropología y arqueología, lo que garantiza una experiencia enriquecedora y educativa para nuestros visitantes. Han obtenido estudios en instituciones prestigiosas y están capacitados en inglés conversacional para comunicarse efectivamente con nuestros clientes internacionales. Todos nuestros guías poseen títulos técnicos o profesionales y están autorizados por la GERCETUR.

Equipo de Porteadores y arrieros

En "Machupicchu Reservations", nos enorgullecemos de ser una empresa inclusiva que brinda oportunidades de empleo a personas de diversas trayectorias educativas y profesionales. Nuestros porteadores y arrieros, aunque no tienen formación profesional formal, son parte fundamental de nuestro equipo y desempeñan una función de gran importancia en la logística y el soporte durante nuestras expediciones. Son responsables de llevar el equipo necesario para nuestras excursiones, como bolsas de dormir, alimentos y carpas, asegurando la comodidad y seguridad de nuestros clientes mientras exploran la belleza de la región de Cusco y Machu Picchu.

Equipo de cocineros

En "Machupicchu Reservations", nos enorgullece contar con un equipo de cocineros altamente capacitados y creativos que han recibido formación en prestigiosos centros técnicos. Durante nuestras expediciones, permitimos que nuestros cocineros exploren su creatividad y talento culinario, desarrollando recetas inspiradas en la cocina andina y en ingredientes locales frescos y auténticos. Reconocemos la importancia de atender las necesidades dietéticas y preferencias alimenticias de nuestros usuarios, adaptando los menús según las solicitudes específicas. En "Machupicchu Reservations", la cocina es una expresión de creatividad y dedicación para ofrecer una experiencia gastronómica única y memorable que complementa la experiencia de viaje de nuestros clientes.

Equipo de oficina

Este equipo está formado por profesionales de diversas áreas, incluyendo finanzas, reservas, ventas, recursos humanos y marketing. Nuestro personal en estos departamentos se encarga de asesorar a los clientes sobre sus expediciones, así como de promocionar y dar a conocer nuestros tours a personas interesadas en actividades de aventura, entre otras responsabilidades.

4.1.7. Incorporación laboral

Este proceso se refiere a la puerta de oportunidad que habilita la empresa “Machupicchu Reservations” para candidatos que poseen habilidades, preparación, experiencias previas en el sector de agencias de viajes.

a) Contratación de recurso humano: La empresa Machupicchu Reservations se compromete a seleccionar a los profesionales más capacitados y talentosos para formar parte de su organización

b) Reclutamiento interno: Las plazas disponibles en la empresa Machupicchu Reservations se cubren dando oportunidades de ascenso a los empleados actuales. Por ejemplo, aquellos que han sido asistentes de guía, asistentes o practicantes en el área de ventas durante algunos años pueden avanzar y ocupar puestos principales.

c) Reclutamiento externo: Machupicchu Reservations abre vacantes para cubrir posiciones disponibles y selecciona a los candidatos más cualificados para formar parte de su organización.

4.1.7.1 Técnicas de reclutamiento

- Anuncios en Rueda de negocios
- Páginas web (CompuTrabajo)
- Convenio con los institutos Khipu, Tuinen Star.
- Los aspirantes recomendados por los colaboradores de Machupicchu Reservations son presentados para su consideración.
- En la oficina se conservan los currículums vitae de reclutamientos anteriores

- Selección digital a través de las redes sociales

4.1.7.2 Entrevista

Algunas preguntas que suele realizar el entrevistador de Machupicchu Reservations a los aspirantes para la empresa.

- ¿Por qué estás interesado en unirse a nuestro equipo en Machupicchu Reservations?
- ¿Qué experiencia tienes en el campo del turismo de aventura o en áreas relacionadas?
- ¿Cuáles son tus habilidades más fuertes que crees que te ayudarán en este puesto?
- ¿Cómo te adaptas a trabajar en un entorno de equipo y bajo presión?
- ¿Cuentas con experiencia en atención al cliente y en la resolución efectiva de problemas?
- ¿Cuál es tu disponibilidad para trabajar en horarios flexibles, incluyendo fines de semana y días festivos si es necesario?
- ¿Puedes describir una situación en la que demostraste tu capacidad para trabajar de manera efectiva bajo presión?
- ¿Qué te motiva a buscar una oportunidad laboral en el campo del turismo y la aventura?
- Realice una descripción de una de las rutas turísticas en inglés.

Las entrevistas suelen durar aproximadamente 15 minutos. Después de la entrevista, el entrevistador de la empresa indica al postulante que puede retirarse y que será contactado por la empresa si ha sido seleccionado.

4.1.7.3 Criterios de selección del personal

a) Competencias académicas

- Nivel de inglés conversacional para los aspirantes a guía y departamento de ventas
- Los candidatos a guía, alta gerencia, chef, área de contabilidad y área de marketing deben tener estudios superiores, mientras que se espera experiencia previa

comprobada para los aspirantes a conductor, porteadores, arrieros y ayudantes de cocina

- Certificación de Excel avanzado

b) Competencias laborales

- Experiencia previa en rubro de agencias de viaje
- Conocimiento de uso de redes sociales para el área de marketing
- Conocimiento de rutas turísticas de la región de Cusco
- Manejo de Excel, canva y power point.

c) Competencias personales

- Habilidad de comunicación
- Capacidad para solución de problemas
- Trabajo bajo presión
- Responsable
- Organizado
- Amable

4.1.8. Proceso de socialización en Machupicchu Reservations

Primera etapa: Los candidatos a cualquier posición en "Machupicchu Reservations" participan en una entrevista con la Sra. Lisbeth o el Sr. David. Después de una extensa conversación, los responsables de recursos humanos determinan si cumplen con el perfil requerido. Por otro lado, los candidatos se informan sobre su futuro rol en la empresa, así como los beneficios y normativas de la misma. La conversación concluye con un acuerdo mutuo entre el candidato y el equipo de recursos humanos de la empresa.

Segunda etapa: Si el aspirante ha tenido éxito en la prueba de tres días, donde se evalúa su desempeño en el centro de trabajo, luego procede a firmar un contrato interno con la empresa Machupicchu Reservations por un mínimo de seis meses.

Tercera etapa: Los trabajadores con antigüedad laboral en la empresa se encargan de instruir a los nuevos empleados. En el caso de la oficina, les enseñan todos los procesos

relacionados con ventas y programación. Mientras que, en el caso de los guías y chefs, se les envía como asistentes a rutas como Salkantay, Camino Inca o Choquequirao.

4.1.9. Programa de capacitación al personal

En "Machupicchu Reservations", donde la mayoría de los 80 empleados ya tienen experiencia previa, la alta gerencia ha decidido ofrecer capacitación específica a grupos seleccionados, como guías y cocineros, una vez al año. Estas sesiones se centran en mejorar habilidades existentes, actualizar conocimientos sobre destinos turísticos, promover prácticas de seguridad y atención al cliente, y mantener al tanto a los empleados sobre las últimas tendencias y regulaciones en la industria. Este enfoque en grupos específicos y sesiones periódicas maximiza el impacto del programa de capacitación, asegurando que los empleados estén preparados para brindar un servicio de calidad. Además, al aprovechar la experiencia previa de los empleados, la capacitación se enfoca en áreas que requieren atención adicional o mejora continua, impulsando el desarrollo profesional y el crecimiento de la empresa.

Tabla 4

Criterios de capacitación de la empresa

Criterio de capacitación del personal en Machupicchu Reservations		
Acción 1	Capacitación en Conducción de Grupos y/o Idiomas.	Machupicchu Reservations
Acción 2	Talleres de Capacitación en los Primeros Auxilios.	Machupicchu Reservations
Acción 3	Capacitación de los Servicios de Alimentos y Bebidas.	Machupicchu Reservations

Los nuevos empleados de la agencia de viajes reciben una inducción que incluye la presentación de la empresa, su misión, visión, valores y cultura organizacional, así como la familiarización con las políticas y procedimientos internos. Luego, reciben formación básica en sistemas informáticos y herramientas específicas utilizadas para reservar tours, hoteles, restaurantes, etc., incluyendo el uso de Booking y Excel avanzado. Además, se les proporciona capacitación sobre los diferentes destinos turísticos, tipos de alojamiento,

transporte, actividades y atracciones, permitiéndoles ofrecer información detallada y asesoramiento a los clientes sobre sus opciones de viaje.

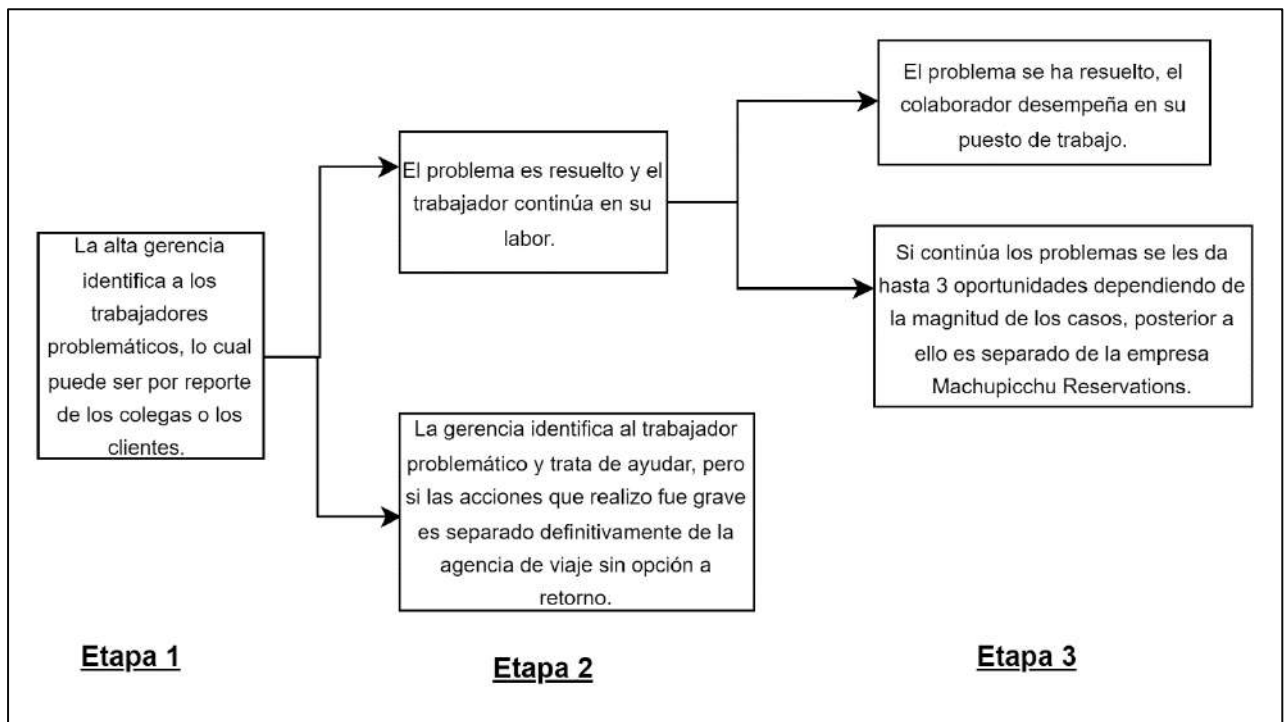
4.1.10. Ayuda al colaborador

Habitualmente, los miembros de la alta gerencia se enfrentan a escenarios en los que surgen conductas desafiantes entre sus subordinados, una realidad que no es ajena en la empresa Machupicchu Reservations. Algunas de estas situaciones incluyen faltas injustificadas, retrasos en las salidas a los tours y disputas entre compañeros de trabajo.

Estas problemáticas se solucionan de la siguiente manera:

Figura 2

Proceso de solución de problemas



4.1.11. Trabajo en equipo

La empresa Machupicchu Reservations cuenta con un grupo de colaboradores, los cuales están divididos en áreas. Sin embargo, es muy importante el trabajo colaborativo, ya que implica comunicación efectiva, respeto mutuo, reparto de tareas y habilidades complementarias entre los miembros del equipo.

Figura 3

Grupos de trabajo



En "Machupicchu Reservations", cada equipo tiene responsabilidades asignadas y cada miembro desempeña un papel crucial para el éxito general de la empresa. La comunicación efectiva y la coordinación son fundamentales para garantizar un trabajo armonioso y eficiente. Por ejemplo, en tours como Camino Inca, Salkantay y otros, diferentes equipos como guías, cocineros, portadores y conductores colaboran para brindar una experiencia excepcional a los clientes. Cuando surgen desafíos, como la falta de asistentes para los cocineros, los equipos se apoyan mutuamente para garantizar un servicio de alta calidad sin embargo no todos los empleados son colaborativos.

4.1.12. Actividades sociales

Reconocimiento laboral: Este sistema, desarrollado por Machupicchu Reservations, tiene como objetivo motivar y reconocer a los colaboradores que destacan por su eficiencia y

dedicación en beneficio de la empresa. Además de su salario, los guías reciben incentivos por cada comentario positivo en Tripadvisor, ya que son quienes interactúan directamente con los clientes. Sin embargo, este beneficio no se extiende de la misma manera a otras áreas como ventas, arrieros, chef y conductores, quienes no reciben este tipo de reconocimientos.

Evento navideño: La agencia de viajes Machupicchu Reservations organiza este evento como una excelente forma de fomentar el espíritu festivo, fortalecer el sentido de comunidad entre los empleados y expresar gratitud por su arduo trabajo durante el año. A pocos días de la Navidad, se entrega a cada trabajador una canasta navideña que incluye diversos productos como panetón, leche, azúcar, pasta, entre otros.

Bienestar social: La agencia de viajes Machupicchu Reservations organiza eventos con el objetivo de brindar alegría a los niños que carecen de recursos para celebrar las fiestas navideñas. En estas actividades, se lleva panetón y juguetes a niños de diversas comunidades, con el fin de compartir el espíritu navideño y hacerles pasar un momento especial.

Figura 4

Evento navideño



Ambiental: En ciertos años, la empresa analizada lleva a cabo actividades al aire libre que consisten principalmente en la siembra de árboles, con el propósito de promover la sostenibilidad y concienciar sobre la importancia de cuidar el medio ambiente.

Figura 5

Siembra arbórea



Campamento en Lucmabamba: Lo cual se realiza anualmente durante los meses de marzo, tiene como objetivo fomentar la interacción entre la alta gerencia y los empleados de Machupicchu Reservations. Esta experiencia, que se extiende por tres días, está diseñada para ofrecer un ambiente cómodo y enriquecedor, donde la empresa se encarga de proveer todos los servicios necesarios. Durante el campamento, Machupicchu Reservations ofrece transporte desde Cusco hasta Lucmabamba (Santa Teresa), así como alimentación completa durante toda la estadía. Además, se proporcionan bebidas alcohólicas, refrescos y gaseosas para disfrutar durante el tiempo libre y las actividades grupales.

Figura 6

Almuerzo en Lucmabamba



4.2 Tipo y Nivel de investigación

4.2.1. *Tipo de investigación*

Este estudio constituye una investigación aplicada, ya que integra conocimientos previos con nuevos aprendizajes, después de organizar y ejecutar prácticas basadas en la investigación. Se trata de utilizar de manera cuidadosa y sistemática los resultados de investigaciones para ampliar la comprensión sobre el funcionamiento de las cosas en la realidad (Vargas Z. , 2009).

4.2.2. *Nivel de investigación*

Investigación correlacional, lo cual posee como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más variables, medir cada una de ellas, posteriormente cuantificar y analizar la vinculación, ese tipo de estudios se sustenta en hipótesis sometidas a prueba (Hernández., et al, 2010). Con base en lo anterior, mi estudio relacionó las dimensiones de socialización organizacional y el engagement de los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

4.2.3. *Diseño de investigación*

Es no experimental y transversal, dado que se refiere a un estudio donde no se realizan experimentos, se estudia a los fenómenos como ocurrieron sin realizar ningún tipo

de manipulación de las variables, con la finalidad de analizar posteriormente (Hernández., et al, 2010). En mi trabajo de investigación, no se ha llevado a cabo ningún tipo de experimento.

4.2.4. Alcance de la investigación

De alcance correlacional lo cual consta de “asociar las variables por medio de un patrón previsible, con la finalidad de conocer la relación entre dos o más variables en un contexto en particular” (Hernández., et al, 2010, p. 81). Mi estudio se basa en un enfoque correlacional, ya que busca establecer la relación entre el compromiso y sus dimensiones de socialización de los empleados de la agencia de viajes Machupicchu Reservations.

4.2.5. Enfoque de investigación

Es de un enfoque cuantitativo, puesto que en nuestro estudio se realizó la recolección de datos para poder analizar las mismas, con la finalidad de probar las hipótesis planteadas, mediante la medición numérica y el análisis estadístico (Hernández., et al, 2010).

4.3 Unidad de análisis

En este estudio, la unidad de análisis consiste en los trabajadores mayores de 18 de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, situado en Cusco en el año 2022, quienes se encuentran insertados en planilla o con recibos por honorarios.

4.4 Población de estudio

Es considerada como “un conjunto de casos, definido, limitado y accesible que forma el referente para la elección y cumplimiento con una serie de criterios predeterminados” (Gómez et al.,2016, p. 201). La población de estudio en mi investigación incluyó a los colaboradores empleados en la agencia de viajes Machupicchu Reservations, ubicada en Cusco en el año 2022. Según información proporcionada por Lisbeth Bautista Cjuiro, administradora de la empresa, se confirmó que la compañía cuenta con un total de 80 colaboradores permanentes, los cuales están contratados bajo el régimen de recibo por honorarios o planilla.

Tabla 5*Personal de la agencia de viaje Machupicchu Reservations*

Áreas	Cantidad de personal
Arrieros	6
Cocineros	13
Alta gerencia	3
Conductores	2
Porteadores	3
Guías	47
Oficina	6
Total	80

Nota. Recursos humanos de Machupicchu Reservations

4.5 Tamaño de muestra

Una muestra es una “parte representativa de una población cuyos componentes poseen las mismas características que la población” (Ñaupaset al., 2018). En relación con mi investigación, la gerencia de la empresa proporcionó datos que indican que la compañía cuenta con un total de 80 trabajadores, distribuidos entre hombres y mujeres

- Para población finita

Formula

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{\varepsilon^2 \times (N - 1) + z^2 \times p \times q}$$

Donde:

n: Es el tamaño de la muestra

N: Es el tamaño de la población. 80

p y q: Son las probabilidades de que se presente los fenómenos o las características que se estén estudiando. 50%

z: Es el valor crítico asociado al nivel de confianza elegido. 96%

z= 2.0537

e: Es el error muestral. 4%

$$n = \frac{(2.0537)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 80}{(0,04)^2 \times (80-1) + (2.0537)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 72$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra para este trabajo de investigación es de 72 trabajadores.

4.6 Técnicas de selección de muestra

a) Criterios de inclusión: Se incluyó a los trabajadores que laboran mínimo un año en la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. En la muestra se incluyó a ambos géneros (femenino y masculino) y que sean personas que han cumplido los 18 años o más.

b) Criterios de exclusión: Se eliminaron del estudio los empleados que no estaban registrados en nómina ni tenían recibos por honorarios. Además, se excluyeron aquellos que decidieron no participar en la encuesta.

c) Criterios de eliminación: Fueron eliminados los cuestionarios incompletos.

4.7 Técnicas de recolección de información

4.7.1. Encuesta

Para la recolección de datos, se implementó el método de la encuesta con los empleados de la agencia de viajes Machupicchu Reservations, ubicada en la ciudad de Cusco durante el año 2022. En este proceso participaron activamente un total de 72 colaboradores, quienes brindaron información valiosa mediante sus respuestas a las preguntas planteadas en el cuestionario.

4.7.2. Instrumentos

a) Instrumento de medición de socialización organizacional

Para medir las dimensiones de socialización organizacional se utilizó el cuestionario de Organizational Socialización Inventory, propuesto por Taormina (1994), en el cual el autor plantea 4 dimensiones o dominios, los cuales son: entrenamiento, comprensión, apoyo de los compañeros, perspectiva a futuro, cada una de esas dimensiones se compone de cinco ítems, que los participantes deben de responder en una escala de respuesta de tipo Likert de cinco puntos (Lisbona, Morales, & Palací, 2009).

El cuestionario distribuido entre los 72 trabajadores de la agencia de viajes Machupicchu Reservations en Cusco durante el año 2022 consistió en un total de 22 preguntas. Los participantes tuvieron que responder utilizando una escala de tipo Likert, que iba desde 1 hasta 5 puntos, para expresar su nivel de acuerdo o desacuerdo con cada afirmación planteada.

Tabla 6

Ítems de las dimensiones de socialización organizacional

Dimensiones	Indicadores	Ítems	N° de ítems
Entrenamiento	Habilidad	1	6
	Competencia	2	
	Actitud	3	
	Desempeño	4	
	Capacitación	5	
	Proceso de inducción	6	
Comprensión del trabajo y de la organización	Conocimiento de responsabilidades	7	5
	Conocimiento de MOF	8	
	Canal de comunicación de tareas	9	
	Interacción con persona	10	
	Clarificación de tareas	11	
Apoyo de los compañeros	Relación Interpersonal	12	6
	Autoestima Alta y Estable	13	
	Seguridad del equipo	14	
	Motivación intrínseca	15	
	Logro de metas en equipo	16	
	Soporte emocional	17	
Perspectivas de futuro	Oportunidad	18	5
	Recompensa extrínseca	19	
	Incorporación del trabajador	20	
	Líneas de carrera	21	
	Subvención de estudios	22	
Total			22

Nota. Basado en el modelo de (Taormina R. , 1994).

Para realizar el análisis de la variable de socialización organizacional, se diseñó una escala de valoración con niveles, utilizando intervalos de igual amplitud basados en la escala de Likert. Este enfoque permite clasificar y evaluar la percepción de los empleados en relación con la socialización en la organización, ofreciendo una estructura clara y consistente para el

análisis de los datos recopilados. La Tabla 6 proporciona una representación visual de esta escala y sus respectivos niveles de valoración

Tabla 7

Baremos para la socialización organizacional

Escala	Intervalo
Nivel muy alto de socialización organizacional	30 - 35
Nivel alto de socialización organizacional	24 - 29
Nivel regular de socialización organizacional	18 - 23
Nivel bajo de socialización organizacional	12 - 17
Nivel muy bajo de socialización organizacional	4 - 11

Nota. Elaborado a base de Guillén Valle, Oscar y Valderrama Mendoza, Santiago.

b) Instrumento de medición de engagement

El instrumento para medir el engagement laboral fue The Utrecht Work Engagement Scale, propuesto por Salanova, que consistía de un formulario de 17 ítems, cada uno distribuido según sus dimensiones: vigor 6 ítems, dedicación 5 ítems y absorción 6 ítems (Schaufeli., et al, 2006, p. 705).

El método de recopilación de información utilizado en este estudio fue un cuestionario, el cual consistía en una serie de preguntas organizadas y estructuradas sobre las variables de interés. El cuestionario incluyó preguntas de respuesta cerrada y de opción múltiple. Este instrumento fue distribuido entre los 72 trabajadores de la agencia de viajes Machupicchu Reservations en Cusco durante el año 2022, y constaba de 17 preguntas. Las respuestas se evaluaron utilizando una escala de Likert de 1 a 5.

Tabla 8*Ítems de engagement*

Dimensiones	Indicadores	Ítems	N° de ítems
Vigor	Alto nivel de energía	1,2	6
	Resistencia mental	3,4	
	Esfuerzo	5,6	
Dedicación	Persistencia	7	5
	Significado	8	
	Entusiasmo	9	
	Orgullo	10	
	Reto	11	
Absorción	Inspiración	12,13,14	6
	Felicidad	15,16,17	

Nota. Basado en las teorías de Schaufeli (2002).

Con el propósito de realizar un análisis exhaustivo de la variable de engagement, se diseñó una escala de valoración que contemplaba diversos niveles, los cuales se distribuyeron en intervalos de amplitud uniforme. Esta escala se construyó tomando como referencia la escala de Likert, y los detalles específicos de su estructura se pueden apreciar en la tabla 9 del presente estudio.

Tabla 9*Baremos para el engagement*

Escala	Intervalo
Nivel muy alto de engagement	77 - 91
Nivel alto engagement	62 - 76
Nivel regular de engagement	47 - 61
Nivel bajo de engagement	32 - 46
Nivel muy bajo de engagement	17 - 31

Nota. Elaborado a base de Guillén Valle Oscar y Valderrama Mendoza Santiago.

c) Codificación de datos: En esta investigación, el cuestionario completo constó de un total de 39 ítems, los cuales consistían en preguntas cerradas de tipo Likert. Esto implica que los encuestados no tenían la libertad de plantear respuestas alternativas, sino que debían seleccionar su respuesta dentro de las opciones predefinidas proporcionadas. Para

facilitar la codificación de los datos recopilados, cada respuesta predefinida fue asignada a un número específico, como se explica detalladamente a continuación.

Totalmente en desacuerdo = 1

En desacuerdo = 2

Neutral = 3

De acuerdo = 4

Totalmente de acuerdo =5

4.8 Técnicas de análisis e interpretación de la información

La información conseguida fue plasmada a una hoja de Excel, para su organización y distribución, acto seguido se procedió a exportar dicha información al paquete estadístico SPSS v.26. Donde se procedió dichos datos a través de tablas y figuras, las mismas que permitieron sintetizar la realidad de la muestra analizada. En el análisis estadístico descriptivo, las herramientas comúnmente utilizadas incluyen la creación de tablas de frecuencias y la representación visual de datos a través de gráficos de barras o circulares

4.9 Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis

El análisis bivariado, fue la principal técnica inferencial, debido a que su finalidad es demostrar la falsedad o veracidad de las hipótesis, ya que a través de pruebas estadísticas a las que son sometidas dichas hipótesis se pueden confirmar o negar las mismas. En este estudio se usó el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall.

4.10 Validez del cuestionario

Tabla 10

Validez del instrumento de medición por juicio de expertos

Experto	Formación académica	Área de experiencia	Opinión de aplicabilidad
Dra. Roxana Julia Abarca Arrambide	Doctora en educación	Docencia universitaria	Aplicable
Dr. Roger Venero Gibaja	Doctor en ciencias economía y gestión	Docencia universitaria	Aplicable
Dr. Francisco Astete Saavedra	Doctor en educación	Docencia universitaria	Aplicable

Tabla 11*Validez del contenido de socialización organizacional por prueba binomial*

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto 1 Dra. Roxana Julia Abarca Arrambide	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO	0			
	Total		22	1,00		
Experto 2 Dr. Roger Venero Gibaja	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO	0			
	Total		22	1,00		
Experto 3 Dr. Francisco Astete Saavedra	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 3	NO	0			
	Total		22	1,00		

A continuación, procedemos a sumar los valores de significancia exactos, y el resultado obtenido es el siguiente:

$$0.000 + 0.000 + 0.000 = 0.000/3 = 0.000$$

Toma de decisión: La prueba binomial del certificado, que indica que el instrumento es válido en su contenido. Esto se deduce del hecho de que el valor p obtenido es de 0.000, lo cual es menor que el nivel de significancia establecido ($p\text{-valor} < 0.05$).

Tabla 12*Validez del cuestionario de engagement por prueba binomial*

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto 1 Dra. Roxana Julia Abarca Arrambide	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO	0			
	Total		17	1,00		
Experto 2 Dr. Roger Venero Gibaja	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO	0			
	Total		17	1,00		
Experto 3 Dr. Francisco Astete Saavedra	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 3	NO	0			
	Total		17	1,00		

A continuación, se procede a calcular la suma de los valores exactos de significancia, y el resultado obtenido es el siguiente:

$$0.000 + 0.000 + 0.000 = 0.000/3 = 0.000$$

Toma de decisión: La conclusión a la que llegamos es que el instrumento es válido en su contenido, respaldado por los resultados de la prueba binomial del certificado. Esto se sustenta en el hecho de que el valor p obtenido es de 0.000, lo que indica que es significativamente menor que el nivel de significancia establecido (p -valor < 0.05).

Tabla 13

Validez de pertinencia de la variable 1: socialización organizacional

Prueba binomial						
Pertinencia		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto 1 Dra. Roxana Julia Abarca Arrambide	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO	0			
	Total		22	1,00		
Experto 2 Dr. Roger Venero Gibaja	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO	0			
	Total		22	1,00		
Experto 3 Dr. Francisco Astete Saavedra	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 3	NO	0			
	Total		22	1,00		

A continuación, procedemos a llevar a cabo la suma de los valores de significancia exacta, y el resultado obtenido es el siguiente:

$$0.000 + 0.000 + 0.000 = 0.000/3 = 0.000$$

Toma de decisión: El análisis mediante la prueba binomial del certificado respecto al aspecto de "pertinencia" ratifica la validez del instrumento en su contenido. Esta conclusión se sustenta en el hallazgo de un p -valor de 0.000, el cual es significativamente inferior al nivel de significancia establecido (p -valor < 0.05). Este resultado indica una fuerte evidencia de que el instrumento mide de manera precisa y adecuada la dimensión de pertinencia, confirmando así su validez en este aspecto específico.

Tabla 14*Validez de relevancia de la variable 1: socialización organizacional*

Prueba binomial						
Relevancia		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto 1 Dra. Roxana Julia Abarca Arrambide	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		22	1,00		
Experto 2 Dr. Roger Venero Gibaja	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		22	1,00		
Experto 3 Dr. Francisco Astete Saavedra	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 3	NO	0			
	Total		22	1,00		

A continuación, se procede a calcular la suma de los valores exactos de significancia, y el resultado obtenido es el siguiente:

$$0.000 + 0.000 + 0.000 = 0.000/3 = 0.000$$

Toma de decisión: Según los resultados de la prueba binomial del certificado en relación al aspecto de "relevancia", se confirma la validez del instrumento en cuanto a su contenido. Esto se basa en el descubrimiento de un p-valor de 0.000, lo que indica que es significativamente más bajo que el nivel de significancia establecido ($p\text{-valor} < 0.05$). Esta evidencia sugiere firmemente que el instrumento mide de manera adecuada y precisa la dimensión de relevancia, reforzando así su fiabilidad en este aspecto específico.

Tabla 15*Validez de claridad de la variable 1: socialización organizacional*

Prueba binomial						
Claridad		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto 1 Dra. Roxana Julia Abarca Arrambide	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		22	1,00		
Experto 2 Dr. Roger Venero Gibaja	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		22	1,00		
Experto 3 Dr. Francisco Astete Saavedra	Grupo 1	Sí	22	1,00	0,50	0,000
	Grupo 3	NO	0			
	Total		22	1,00		

A continuación, se realiza la sumatoria de los valores de significancia exacta, siendo el resultado lo siguiente:

$$0.000 + 0.000 + 0.000 = 0.000/3 = 0.000$$

Toma de decisión: Basándonos en los resultados de la prueba binomial del certificado referente al aspecto de "claridad", se valida la idoneidad del instrumento en su contenido. Esto se respalda en la observación de un p-valor de 0.000, el cual es considerablemente inferior al nivel de significancia establecido ($p\text{-valor} < 0.05$). Este hallazgo sugiere de manera contundente que el instrumento efectivamente evalúa de manera precisa y adecuada la dimensión de claridad, lo que fortalece su validez en este aspecto específico.

Tabla 16

Validez de pertinencia de la variable 2: engagement

Pertinencia	Prueba binomial					
	Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significaci3n exacta (bilateral)	
Experto 1 Dra. Roxana Julia Abarca Arrambide	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		17	1,00		
Experto 2 Dr. Roger Venero Gibaja	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		17	1,00		
Experto 3 Dr. Francisco Astete Saavedra	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 3	NO	0			
	Total		17	1,00		

A continuación, se procede a calcular la suma de los valores exactos de significancia, y el resultado obtenido es el siguiente:

$$0.000 + 0.000 + 0.000 = 0.000/3 = 0.000$$

Toma de decisión: La evidencia proporcionada por la prueba binomial del certificado en relación al aspecto de "pertinencia" respalda la validez del instrumento en su contenido. Esto se fundamenta en el descubrimiento de un p-valor de 0.000, el cual está significativamente por debajo del nivel de significancia establecido ($p\text{-valor} < 0.05$). Este resultado sólidamente sugiere que el instrumento es adecuado y preciso para medir la dimensión de pertinencia, reafirmando así su validez en este aspecto específico.

Tabla 17*Validez de relevancia de la variable 2: engagement*

Prueba binomial						
Relevancia		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto 1 Dra. Roxana Julia Abarca Arrambide	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		17	1,00		
Experto 2 Dr. Roger Venero Gibaja	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		17	1,00		
Experto 3 Dr. Francisco Astete Saavedra	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 3	NO	0			
	Total		17	1,00		

A continuación, se procede a calcular la suma de los valores exactos de significancia, y el resultado obtenido es el siguiente:

$$0.000 + 0.000 + 0.000 = 0.000/3 = 0.000$$

Toma de decisión: Los resultados obtenidos a través de la prueba binomial del certificado respecto al aspecto de "relevancia" refuerzan la validez del instrumento en cuanto a su contenido. Esta conclusión se deriva de la observación de un p-valor de 0.000, el cual está notablemente por debajo del nivel de significancia establecido ($p\text{-valor} < 0.05$). Esto indica que hay una evidencia estadística muy sólida que respalda la afirmación de que el instrumento es capaz de medir de manera precisa y adecuada la dimensión de relevancia. Por lo tanto, estos hallazgos consolidan la confianza en la validez del instrumento en este aspecto específico.

Tabla 18*Validez de claridad de la variable 2: engagement*

Prueba binomial						
		Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)
Experto 1 Dra. Roxana Julia Abarca Arrambide	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		17	1,00		
Experto 2 Dr. Roger Venero Gibaja	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 2	NO				
	Total		17	1,00		
Experto 3 Dr. Francisco Astete Saavedra	Grupo 1	Sí	17	1,00	0,50	0,000
	Grupo 3	NO	0			
	Total		17	1,00		

A continuación, se procede a calcular la suma de los valores exactos de significancia, y el resultado obtenido es el siguiente:

$$0.000 + 0.000 + 0.000 = 0.000/3 = 0.000$$

Toma de decisión: Los resultados obtenidos mediante la prueba binomial del certificado en relación al aspecto de "claridad" respaldan la validez del instrumento en su contenido. Esto se fundamenta en la observación de un p-valor de 0.000, el cual está significativamente por debajo del nivel de significancia establecido ($p\text{-valor} < 0.05$). Estos hallazgos sólidamente indican que el instrumento es efectivo y preciso en la evaluación de la dimensión de claridad, fortaleciendo así la confianza en su validez en este ámbito específico.

Tabla 19

Baremación de socialización organizacional

Objetivo	Determinar si existe relación entre la socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022
Niveles	5. Muy alto en socialización organizacional 4. Alto en socialización organizacional 3. Regular en socialización organizacional 2. Bajo en socialización organizacional 1. Muy bajo en socialización organizacional
Dimensiones	Número de dimensiones son 4 Dimensión 1 posee 6 ítems Dimensión 2 posee 5 ítems Dimensión 3 posee 6 ítems Dimensión 4 posee 5 ítems Total = 22 ítems
Escalas	Totalmente de acuerdo es igual a 5 De acuerdo es igual a 4 Neutral es igual a 3 En desacuerdo es igual a 2 Totalmente en desacuerdo es igual a 1
Descripción	Con el uso del software SPSS: Respuestas altas: valor de escala por total de ítems = $22 \times 5 = 110$ Respuestas bajas: valor de escala por total de ítems = $22 \times 1 = 22$ Rango: valor máximo menos valor mínimo = $110 - 22 = 88$ La constante = Rango entre número de niveles = $88 / 5 = 17.6 = 18$
Baremación	Nivel muy alto de socialización organizacional = 98 - 116 Nivel alto de socialización organizacional = 79 - 97 Nivel regular de socialización organizacional = 60 - 78 Nivel bajo de socialización organizacional = 41 - 59 Nivel muy bajo de socialización organizacional = 22 - 40

Nota. Elaborado a base de Guillén Valle Oscar y Valderrama Mendoza Santiago.

Tabla 20*Baremación de engagement*

Objetivo	Determinar si existe relación entre la socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022
Niveles	5. Muy alto en engagement 4. Alto en engagement 3. Regular en engagement 2. Bajo en engagement 1. Muy bajo en engagement
Dimensiones	Número de dimensiones son 3 Dimensión 1 tiene 6 ítems Dimensión 2 tiene 5 ítems Dimensión 3 tiene 6 ítems En total son 17 ítems
Escalas	Totalmente de acuerdo es igual a 5 De acuerdo es igual a 4 Neutral es igual a 3 En desacuerdo es igual a 2 Totalmente en desacuerdo es igual a 1
Descripción	Con el uso del software SPSS: Respuestas altas: valor de escala por total de ítems = $17 \times 5 = 85$ Respuestas bajas: valor de escala por total de ítems = $17 \times 1 = 17$ Rango es igual a valor máximo menos el valor mínimo = $85 - 17 = 68$ La constante = Rango entre número de niveles = $68 / 5 = 13.6 = 14$
Baremación	Nivel muy alto de engagement = 77 - 91 Nivel alto engagement = 62 - 76 Nivel regular de engagement = 47 - 61 Nivel bajo de engagement = 32 - 46 Nivel muy bajo de engagement = 17 - 31

Nota. Elaborado a base de Guillén Valle Oscar y Valderrama Mendoza Santiago

Capítulo V

5. Resultados y discusión

5.1 Análisis descriptivo de los resultados

Tabla 21

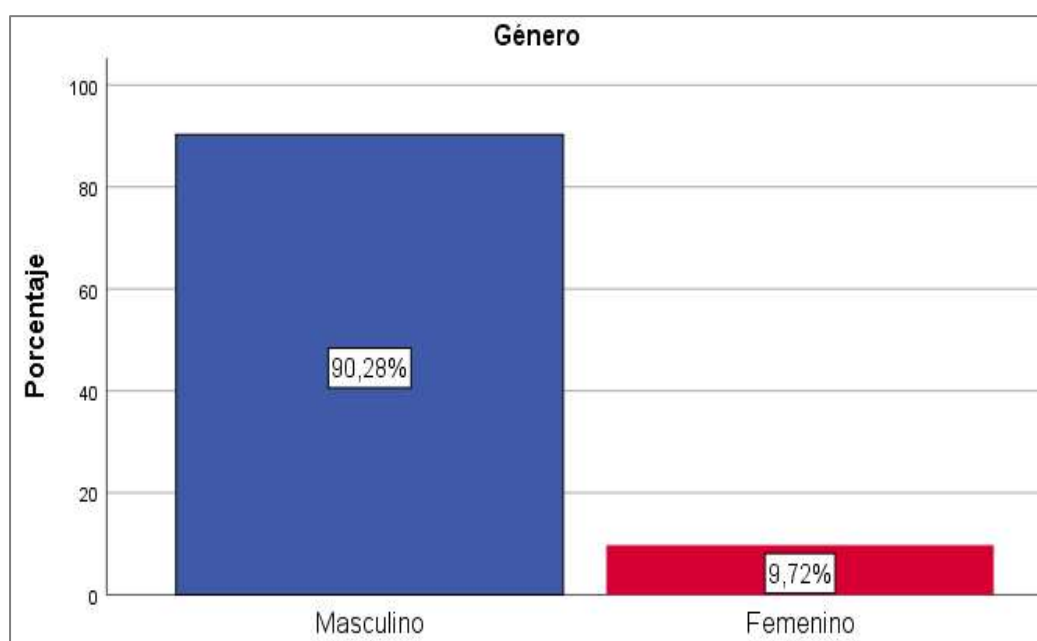
Género del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Masculino	65	90,3
	Femenino	7	9,7
	Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 7

Género del encuestado



Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

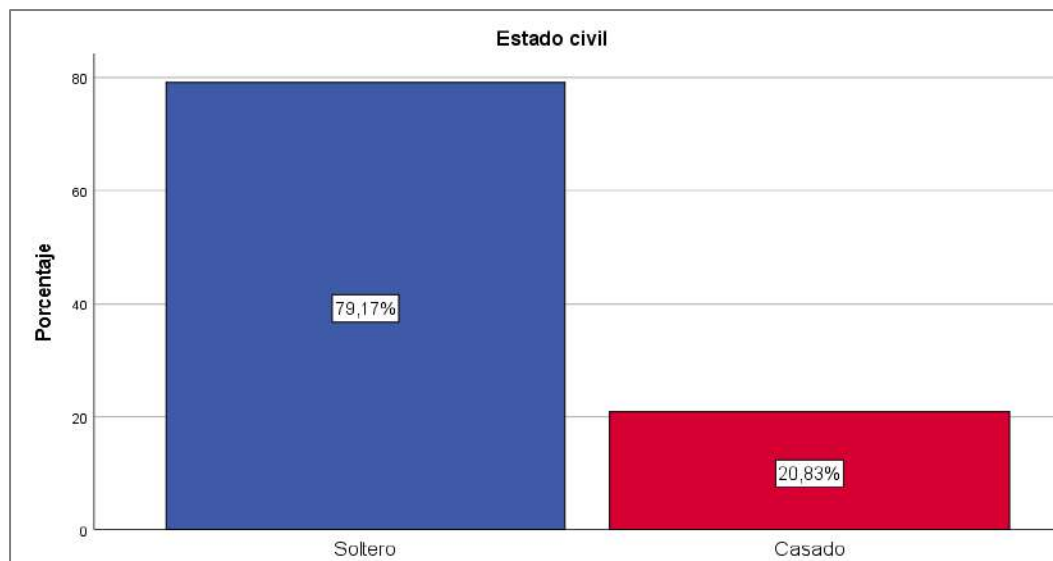
En la figura 7 se observa que la gran mayoría de trabajadores que laboran en la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco en el año 2022, son de sexo masculino (90,3%), mientras que el 9,7% restante es de género femenino. Esa diferencia puede ser a las siguientes razones: la empresa de estudio es una agencia especialista en tours de aventura como: Camino Inca, Salkantay, Inca Jungle, Lares, Choquequirao, Ausangate y Laguna Humantay, por consiguiente, los trabajos que se realizan básicamente requieren de cualidades físicas y destrezas especiales. Lo otro podría ser por los estereotipos de género que pueden influir en las preferencias y elecciones profesionales de las personas dado que en algunos círculos sociales existe la creencia de que las actividades relacionadas con la aventura y la exigencia física están más alineadas con al género masculino, mientras que las damas se consideran más adecuadas para roles leves, estas expectativas pueden ser internalizadas por las personas desde una edad temprana lo cual puede afectar en las decisiones futuras sobre la elección de una profesión. Y finalmente, es posible que las mujeres enfrenten barreras y desafíos adicionales en ciertas profesiones, incluidas aquellas que se consideran más preparadas o aventureras, estos desafíos pueden incluir prejuicios de género, discriminación en el lugar de trabajo, falta de modelos femeninos a seguir en roles similares y dificultades para equilibrar las responsabilidades familiares y laborales, estos factores pueden desmotivar a algunas mujeres a buscar empleo en un campo laboral donde se percibe mayor porcentaje de varones.

Tabla 22

Estado civil del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje
	Soltero	57	79,2
Válido	Casado	15	20,8
	Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 8*Estado civil del encuestado*

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

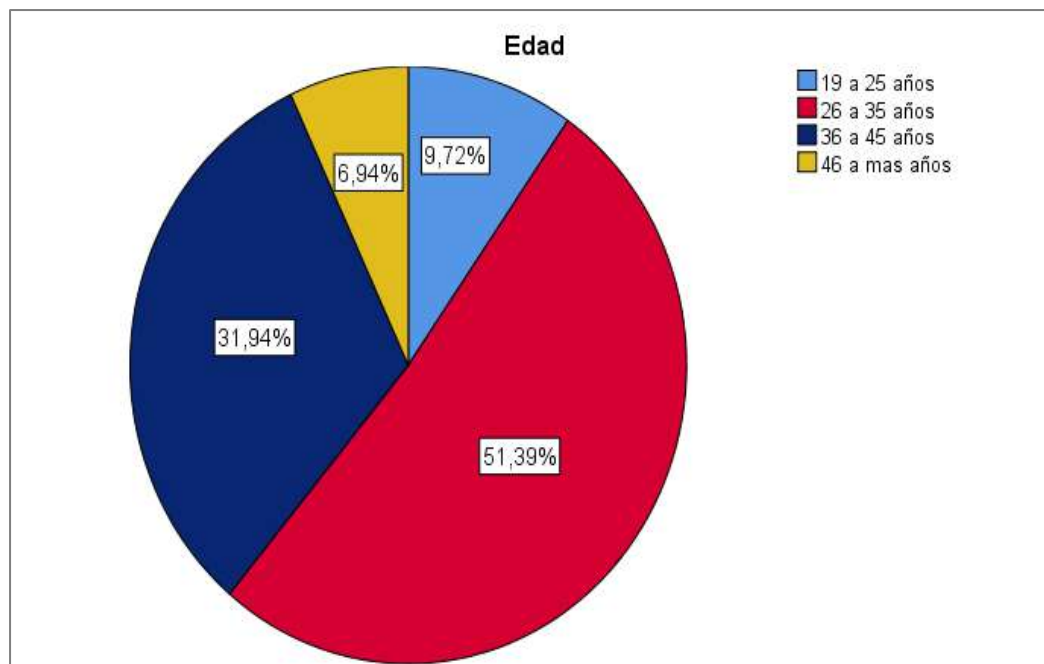
En la figura 8 se puede apreciar que el 79,20% de los encuestados indicaron ser soltero, y el 20,80% casado. La hipótesis podría ser que la demanda laboral de la industria de las agencias de viajes se amolda más para las personas solteros, puesto que ellos poseen más flexibilidad, tiempo, dedicación y energía a su jornada laboral sin tener que equilibrar las responsabilidades familiares y al mismo tiempo pueden enfocarse en el desarrollo de su carrera y en el logro de sus metas profesionales.

Tabla 23

Grupo etario del encuestado

	Frecuencia	Porcentaje
19 a 25 años	7	9,7
Válido 26 a 35 años	37	51,4
36 a 45 años	23	31,9
46 a más años	5	6,9
Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 9*Grupo etario del encuestado*

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

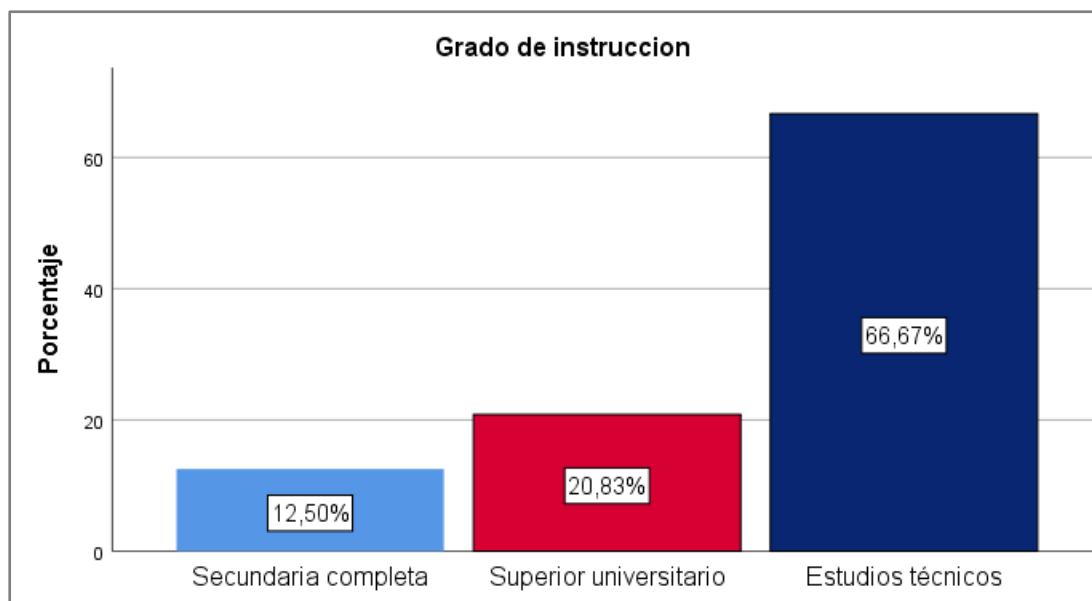
Interpretación y análisis

En la figura 9 se puede apreciar que el 51,4% de los trabajadores poseen de 26 a 35 años, el 31,9% tiene entre 36 a 45 años, el 9,7% tienen entre 19 a 25 años y el 6,9% tienen más de 46 años de edad. Esa predominancia del grupo de edad de 26 a 35 años de edad, puede ser que para ingresar a trabajar a la empresa Machupicchu Reservations en su gran mayoría se requiere de experiencia previa, debido a que las responsabilidades son bastante desafiantes.

Tabla 24*Grado de instrucción del encuestado*

		Frecuencia	Porcentaje
	Secundaria completa	9	12,5
Válido	Superior universitario	15	20,8
	Estudios técnicos	48	66,7
	Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 10*Grado de instrucción del encuestado*

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la figura 10 se observa que el 66,7% de los encuestados poseen estudios técnicos, el 20,8% tienen estudios universitarios y el 12,5% secundaria completa. Todo ello indica que, para cumplir con el perfil exigido por la empresa estudiada, se debe contar con estudios técnicos o con grado superior universitario, puesto que para desempeñar una labor en la agencia de viaje se requiere de habilidades y conocimientos especializados como: dominio de herramientas de reserva, idiomas, conocimiento de destinos turísticos y la capacidad para brindar asesoramiento a los turistas.

Tabla 25

Niveles observados en la variable socialización organizacional

	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	1	1,4
Nivel regular	11	15,3
Válido Nivel alto	40	55,6
Nivel muy alto	20	27,8
Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 11

Niveles observados en la variable socialización organizacional



Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la figura 11 se puede apreciar que el 55,6% de los encuestados indicaron que poseen nivel alto en socialización organizacional, el 27,8% nivel muy alto, el 15,3% nivel regular y el 1,4% nivel bajo. Situación que se presenta debido a que los trabajadores consideran que han adquirido capacitación, apoyo de compañeros y comprensión por parte de la agencia de viaje, lo cual les ha permitido desempeñar adecuadamente su labor. Esto significa que los nuevos empleados o personal en rotación pueden aprender y asimilar rápidamente las normas, valores y expectativas de la empresa, lo que les permitirá contribuir de manera efectiva a los objetivos y la misión de Machupicchu Reservations.

Tabla 26

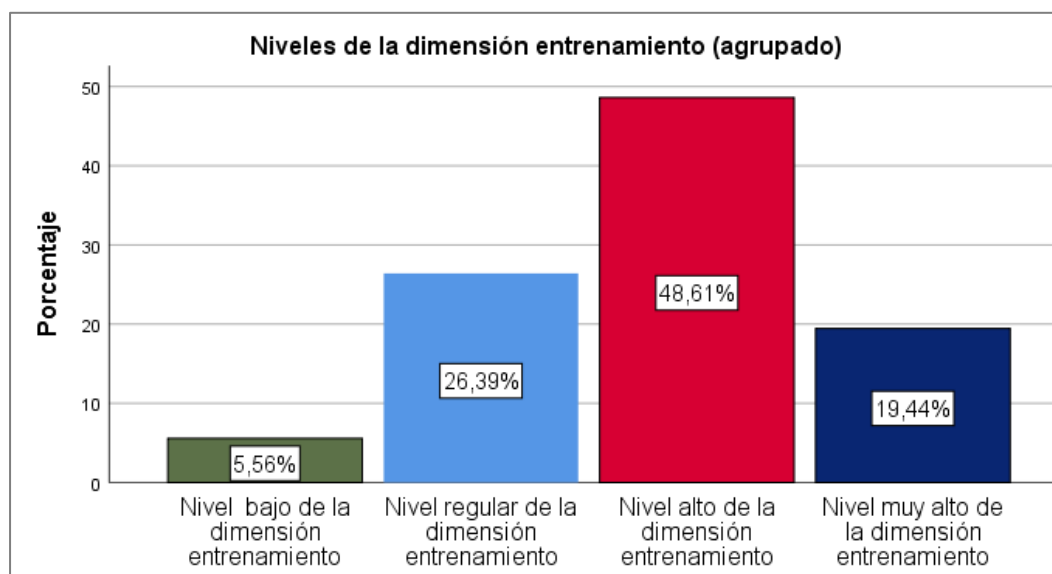
Niveles observados en la dimensión entrenamiento

	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	4	5,6
Nivel regular	19	26,4
Válido Nivel alto	35	48,6
Nivel muy alto	14	19,4
Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 12

Niveles observados en la dimensión entrenamiento



Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la figura 12 se observa que el 48,6% de los encuestados indicaron tener nivel alto, el 26,4% indicaron nivel regular, el 19,4% indicaron nivel muy alto y el 5,6% indicaron nivel muy bajo. Escenario que se presenta debido a que la mayoría de los trabajadores consideran que han recibido optima inducción, capacitación y herramientas necesarias para hacer frente a situaciones diversas o complejas en la organización, lo cual les ha permitido adaptarse a los cambios, desafíos laborales y desempeñar adecuadamente su labor dentro de la empresa.

Tabla 27

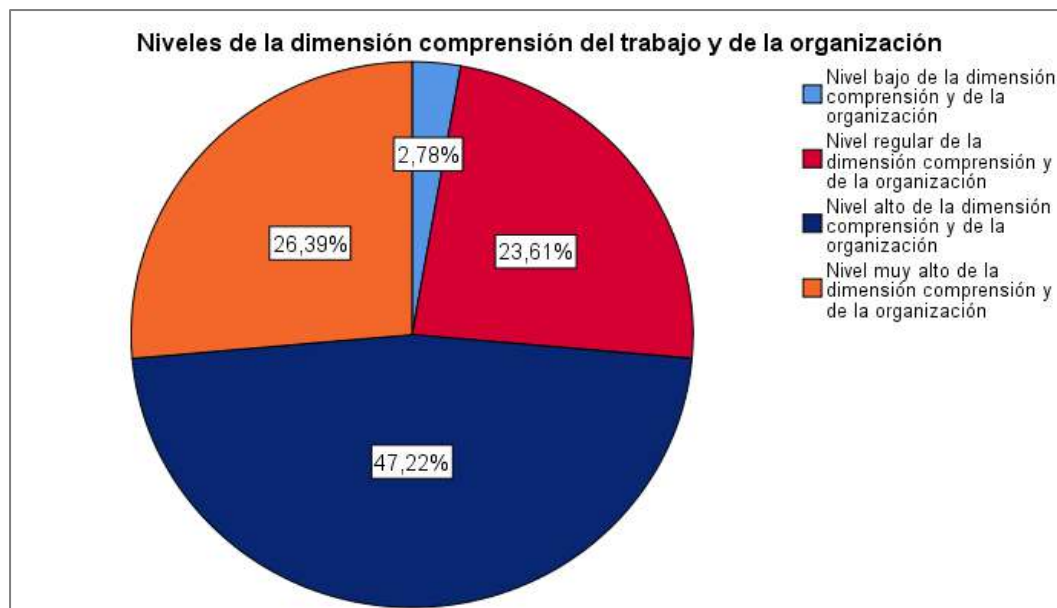
Niveles observados de comprensión del trabajo y de la organización

	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	2	2,8
Nivel regular	17	23,6
Válido Nivel alto	34	47,2
Nivel muy alto	19	26,4
Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 13

Niveles observados de la comprensión del trabajo y de la organización



Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la figura 13 se puede apreciar que un 47,2% de los trabajadores encuestados indicaron tener nivel alto en comprensión del trabajo y de la organización, el 26,4% nivel muy alto, el 23,6% nivel regular y el 2,8% nivel bajo. Escenario que se presenta debido a que la mayoría de los trabajadores consideran que poseen conocimiento de sus responsabilidades, eficiente canal de comunicación, claridad de sus responsabilidades y óptima interacción con sus compañeros, todo ello gestionado por la alta dirección de la empresa.

Tabla 28

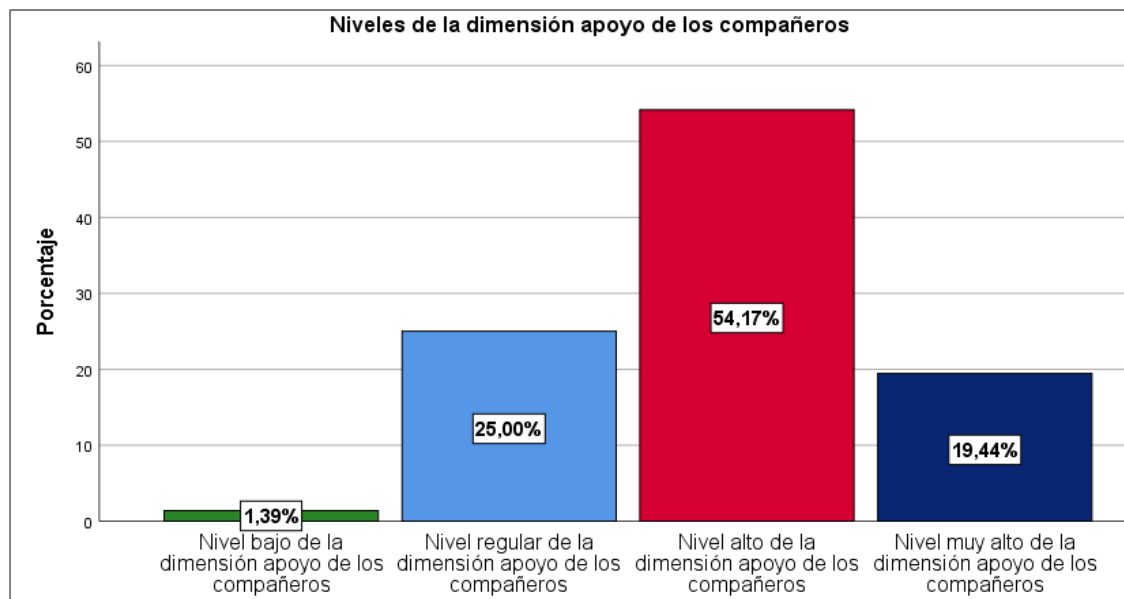
Niveles observados en la dimensión apoyo de los compañeros

	Frecuencia	Porcentaje
Nivel bajo	1	1,4
Nivel regular	18	25,0
Válido Nivel alto	39	54,2
Nivel muy alto	14	19,4
Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 14

Niveles observados en la dimensión apoyo de los compañeros



Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la figura 14 se puede apreciar que el 54,2% de los trabajadores encuestados indicaron que poseen nivel alto en apoyo de compañeros y de la organización, el 25% nivel regular, el 19,4% nivel muy alto y el 1,4% nivel bajo. Escenario que se presenta debido a que la mayoría de los trabajadores consideran que poseen óptima relación interpersonal, buena autoestima, motivación, logro de metas y sostén emocional por parte de la empresa Machupicchu Reservations, de esa forma contribuyen a un ambiente de trabajo positivo y a la consecución de los objetivos organizacionales.

Tabla 29

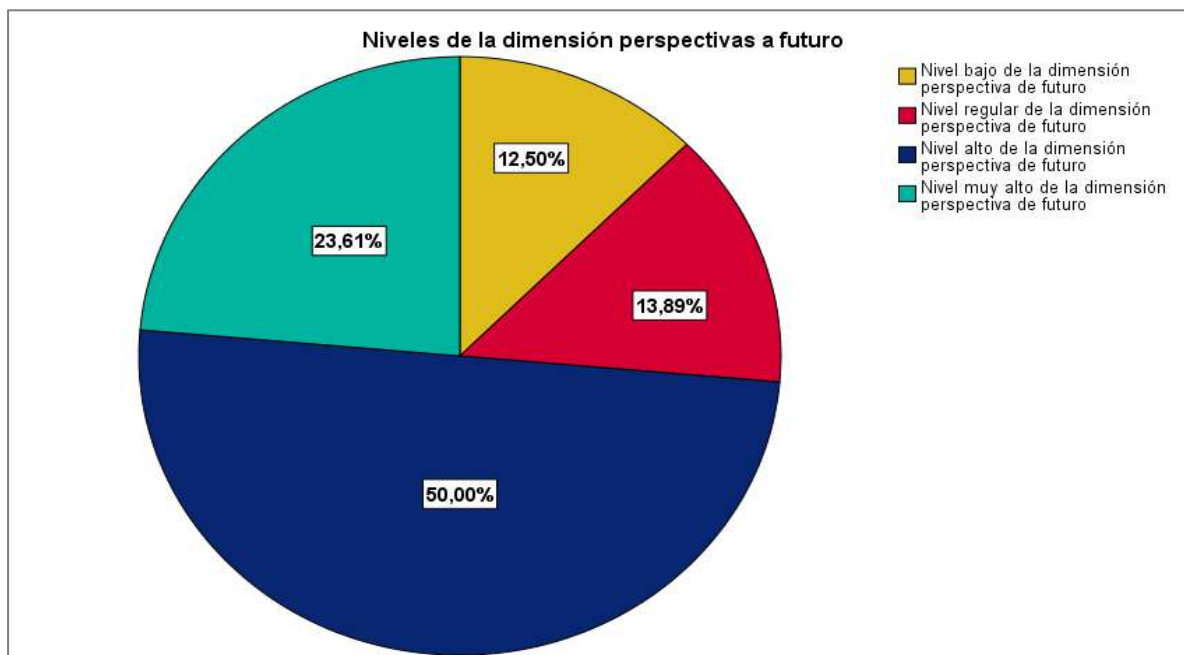
Niveles observados en la dimensión perspectivas a futuro

	Frecuencia	Porcentaje
Nivel muy bajo	9	12,5
Nivel bajo	10	13,9
Válido Nivel regular	36	50,0
Nivel alto	17	23,6
Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 15

Niveles de la dimensión perspectivas a futuro



Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

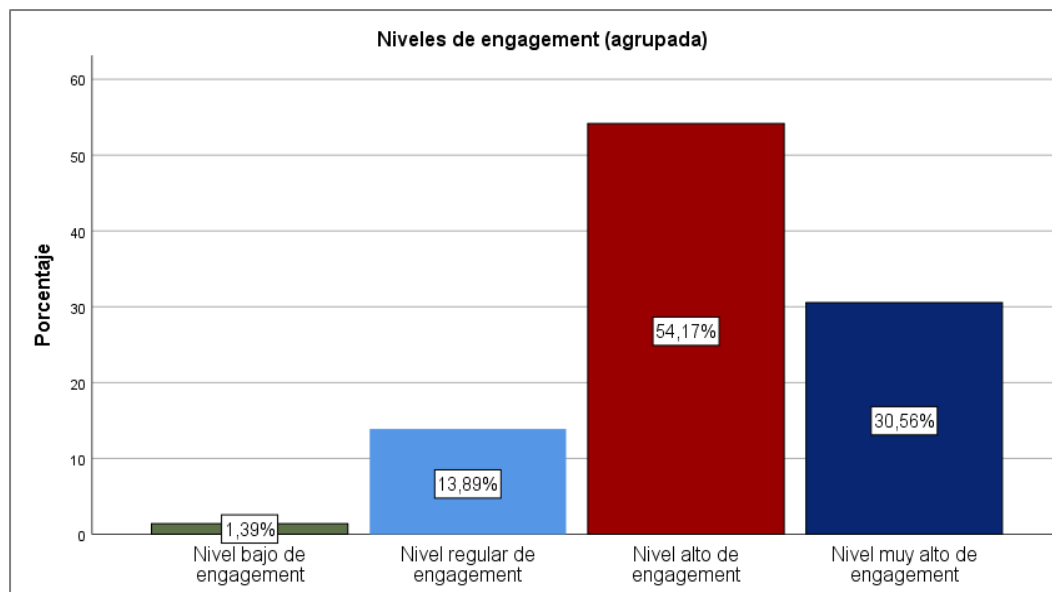
En la figura 15 se observa que, el 50% de los trabajadores encuestados indicaron que presentan nivel alto en perspectiva de futuro, el 23,6% nivel muy alto, un 13,9% nivel regular y el 12,5% nivel muy bajo. Escenario que se presenta debido a que la mayoría de los empleados consideran que poseen oportunidades, reconocimientos y línea de carrera al pertenecer a la agencia de viajes Machupicchu Reservations.

Tabla 30

Niveles observados en la variable engagement

	Frecuencia	Porcentaje
	1	1,4
	10	13,9
Válido	39	54,2
	22	30,6
Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 16*Niveles de la variable engagement*

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

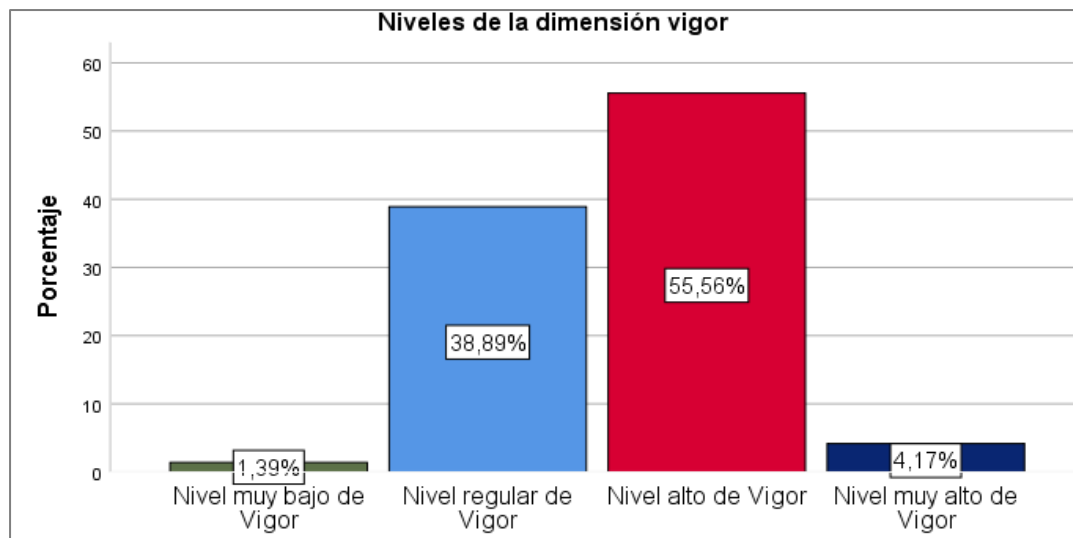
Interpretación y análisis

En la figura 16 se observa que, el 54,2% de los colaboradores encuestados indicaron que presentan nivel alto en engagement, el 30,6% nivel muy alto, el 13,8% nivel regular y el 1,4% nivel bajo. Escenario que se presenta debido a que la mayoría de los encuestados consideran que poseen altos niveles de energía, entusiasmo, dedicación, persistencia, inspiración y compromiso emocional al realizar sus labores en la empresa. Todo ello conlleva a que los trabajadores, busquen activamente formas de contribuir al éxito de la organización, satisfacción laborales y creación de un excelente clima laboral.

Tabla 31*Niveles observados en la dimensión vigor*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel muy bajo	1	1,4
	Nivel regular	28	38,9
	Nivel alto	40	55,6
	Nivel muy alto	3	4,2
	Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 17*Niveles de la dimensión vigor*

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la figura 17 se observa que el 55,6% de los trabajadores encuestados indicaron que poseen nivel alto en vigor, el 38,9% nivel regular, el 4,2% nivel muy alto y el 1,4% nivel muy bajo. Situación que se presenta debido a que un gran porcentaje del total de los encuestados indicaron que poseen buen nivel de energía, esfuerzo y resistencia mental cuando realiza sus labores en la empresa, lo cual lleva consigo que los trabajadores estén física y emocionalmente saludables en su desempeño laboral, tengan la capacidad para enfrentar y superar los obstáculos propios del trabajo.

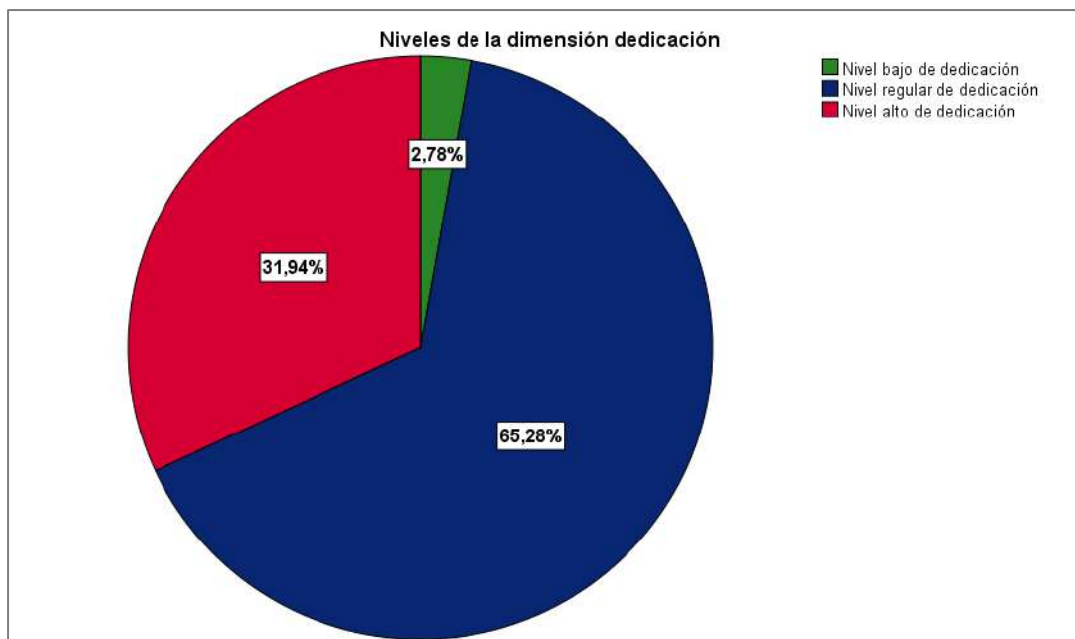
Tabla 32*Niveles observados en la dimensión dedicación*

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel bajo	2	2,8
	Nivel regular	47	65,3
	Nivel alto	23	31,9
	Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 18

Niveles observados en la dimensión dedicación



Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

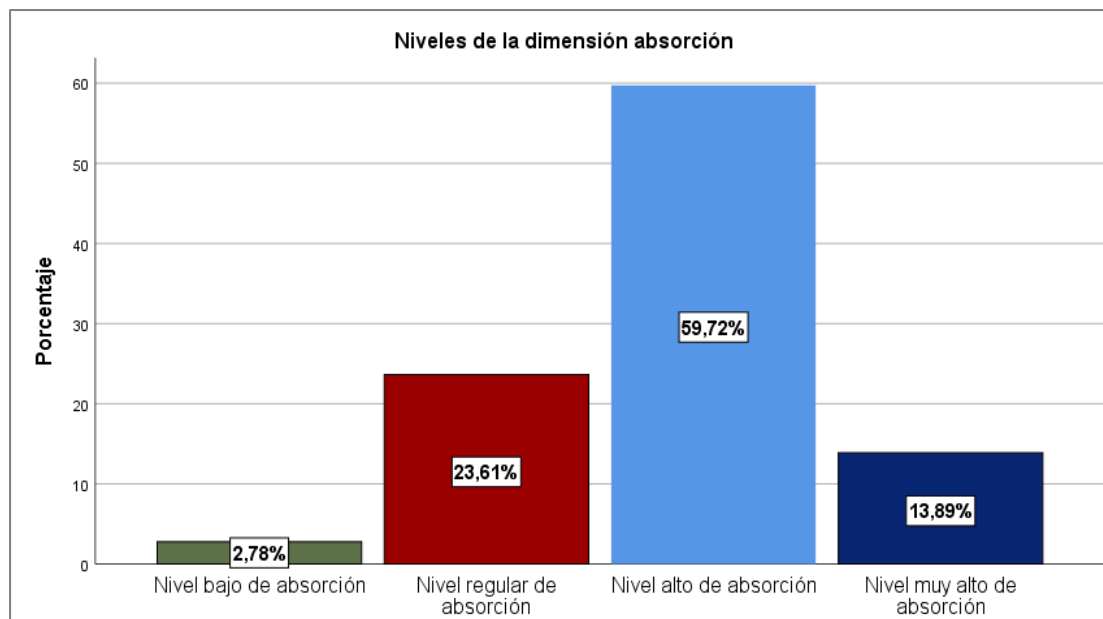
En la figura 18 se observa que el 65,3% de los trabajadores encuestados afirmaron que presentan nivel regular en dedicación, el 31,9% nivel alto y el 2,8% nivel baja en dedicación. Situación que se presenta debido a que la mayoría de los encuestados consideran que sienten orgullo, persistencia, reto y significado de manera consistente al pertenecer y realizar sus responsabilidades laborales en la agencia de viajes. Lo que conlleva a que los trabajadores están más comprometidos con su trabajo, tengan mayor disposición para esforzarse y dar lo mejor de sí mismo.

Tabla 33

Niveles observados en la dimensión absorción

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Nivel bajo	2	2,8
Válido Nivel regular	17	23,6
Válido Nivel alto	43	59,7
Válido Nivel muy alto	10	13,9
Total	72	100,0

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Figura 19*Niveles de la dimensión absorción*

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la figura 19 se observa que el 59,7% de los trabajadores encuestados afirmaron que presentan nivel alto, el 23,6% nivel regular, el 13,9% nivel muy alto y el 2,8% nivel bajo. Situación que se presenta debido a que la mayoría de los encuestados consideran que sienten inspiración y felicidad al realizar las labores encomendadas en la agencia de viajes Machupicchu Reservations. Lo cual conlleva que los trabajadores tengan la capacidad de sumergirse y concentrarse en su labor de manera total e inmersiva, llevando consigo una mayor eficiencia y calidad en el trabajo realizado.

Tabla 34*Prueba de normalidad KMS*

	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
V1: Socialización organizacional	0,335	72	0,000
V1D1: Dimensión entrenamiento	0,270	72	0,000
V1D2: Dimensión comprensión del trabajo y org.	0,432	72	0,000
V1D3: Dimensión apoyo de los compañeros	0,321	72	0,000
V1D4: Dimensión perspectivas a futuro	0,246	72	0,000
V2: Engagement	0,375	72	0,000
V2D1: Dimensión vigor	0,325	72	0,000
V2D2: Dimensión dedicación	0,395	72	0,000
V2D3: Dimensión absorción	0,324	72	0,000

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

En la tabla 34, se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov, dado que la muestra es superior a los 50 sujetos. Tras el análisis, se concluye que, en todos los casos analizados, tanto variables y sus respectivas dimensiones, no siguen una distribución normal (Sig. $\leq 0,05$), por lo cual se indica que para la comprobación correcta de los supuestos de investigación se deberá hacer uso de la estadística no paramétrica.

5.2 Análisis inferencial de los resultados

a) Contraste de la hipótesis general de la investigación

H_0 = No existe relación positiva entre la socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

H_1 = Existe relación positiva entre la socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

La regla de decisión es la siguiente:

Si $p \leq 0,05$; entonces se acepta la H_1

Si $p > 0,05$; entonces se acepta la H_0

Por ser dos variables ordinales (cualitativas): Socialización organizacional y engagement, el estadístico de prueba determinado fue Tau-b de Kendall.

Tabla 35*Escala de valor de "Tau-b de Kendall"*

0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,59	Correlación positiva moderada
0,6 a 0,79	Correlación positiva alta
0,8 a 1	Correlación positiva muy alta

Tabla 36*Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la hipótesis general*

		Niveles de la Socialización organizacional	Niveles de engagement
Tau-b de Kendall	Niveles de la Socialización organizacional	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,717**
		N	. 72
	Niveles de engagement	Coeficiente de correlación	0,717**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	. 72

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la tabla 36, se observa que la significación bilateral obtenida es de 0,000, por lo que se evidencia que existe relación positiva entre la socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. En resumen, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 puesto que existe relación positiva entre las ambas variables como se puede apreciar el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall es de 0,717, lo cual indica que la relación es positiva alta.

b) Contraste de la primera hipótesis específica

H_0 = No existe relación positiva entre el entrenamiento y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

H_1 = Existe relación positiva entre el entrenamiento y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

La regla de decisión es la siguiente:

Si $p \leq 0,05$; entonces se acepta la H_1

Si $p > 0,05$; entonces se acepta la H_0

Tabla 37

Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la primera hipótesis específica

			Niveles de engagement	Nivele de entrenamiento
Tau-b de Kendall	Niveles de engagement	Coeficiente de correlación	1,000	0,617**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	72	72
	Niveles de la dimensión entrenamiento	Coeficiente de correlación	0,617**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	72	72

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la tabla 37, se puede apreciar que la significación bilateral obtenida es de 0,000, por lo que se evidencia que existe relación positiva entre la dimensión entrenamiento y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Es decir, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 puesto que existe relación positiva entre la dimensión entrenamiento y el engagement dado que el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall es de 0,617, lo cual indica que la relación es positiva alta.

c) Contraste de la segunda hipótesis específica

H_0 = Existe relación positiva entre la comprensión del trabajo y la organización y el engagement en los trabajadores de la agencia de viajes Machupicchu Reservations, cusco, 2022.

H_1 = Existe relación positiva entre la comprensión del trabajo y organización y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

La regla de decisión es la siguiente:

Si $p \leq 0,05$; entonces se acepta la H_1

Si $p > 0,05$; entonces se acepta la H_0

Tabla 38*Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la segunda hipótesis específica*

			Niveles de engagement	Niveles de la dimensión comprensión del trabajo y de la organización
Tau-b de Kendall	Niveles de engagement	Coeficiente de correlación	1,000	0,741**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	72	72
	Niveles de la dimensión comprensión del trabajo y de la organización	Coeficiente de correlación	0,741**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	72	72

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

De la tabla 38, se puede apreciar que la significación bilateral obtenida es de 0,000, por lo que se evidencia que existe relación positiva entre comprensión del trabajo y de la organización y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. En concreto, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 puesto que existe relación positiva entre la dimensión comprensión del trabajo y de la organización y el engagement debido a que el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall es de 0,741, lo cual indica que la relación es positiva alta.

d) Contraste de la tercera hipótesis específica

H_0 = No existe relación positiva entre el apoyo de los compañeros y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

H_1 = Existe relación positiva entre el apoyo de los compañeros y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

La regla de decisión es la siguiente:

Si $p \leq 0,05$; entonces se acepta la H_1

Si $p > 0,05$; entonces se acepta la H_0

Tabla 39

Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la tercera hipótesis específica

		Niveles de engagement	Niveles de la dimensión apoyo de los compañeros
Tau-b de Kendall	Niveles de engagement	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,749**
		N	72
Niveles de la dimensión apoyo de los compañeros		Coeficiente de correlación	0,749**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	72

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la tabla 39, se puede observar que la significación bilateral obtenida es de 0,000, por lo que se evidencia que existe relación positiva entre apoyo de los compañeros y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. En resumen, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 puesto que existe relación positiva entre apoyo de los compañeros y el engagement en vista de que el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall es de 0,749, lo que indica que la relación es positiva alta.

e) Contraste de la cuarta hipótesis específica

H_0 = No existe relación positiva entre las perspectivas de futuro y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

H_1 = Existe relación positiva entre las perspectivas de futuro y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.

La regla de decisión es la siguiente:

Si $p \leq 0,05$; entonces se acepta la H_1

Si $p > 0,05$; entonces se acepta la H_0

Tabla 40*Prueba de Tau-b de Kendall aplicada a la cuarta hipótesis específica*

			Niveles de engagement	Niveles de la dimensión perspectivas a futuro
Tau_b de Kendall	Niveles de engagement	Coefficiente de correlación	1,000	0,692**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	72	72
	niveles de la dimensión perspectivas a futuro	Coefficiente de correlación	0,692**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	72	72

Nota. Elaborado a partir de los cuestionarios aplicados.

Interpretación y análisis

En la tabla 40, se puede apreciar que la significación bilateral obtenida es de 0,000, por lo que se evidencia que existe relación positiva entre niveles de la dimensión perspectivas a futuro y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. En concreto, se rechaza la H_0 y se acepta la H_1 puesto que existe relación positiva entre la dimensión perspectivas a futuro y el engagement debido a que el coeficiente de correlación de Tau-b de Kendall es de 0,692, lo cual indica que la relación es positiva alta.

Discusión de resultados

Los resultados socio demográficos encontrados indicaron que el 90,3% del personal que labora en la agencia de viajes Machupicchu Reservations son de género masculino, asimismo el 90,3 % de los trabajadores encuestados sostuvieron que tienen un promedio de edad entre 26 a más de 45 años. Resultados similares fueron observados por Vianco y Wengrovsky (2017), donde se encontró que un gran porcentaje de los encuestados eran varones (73,5%), asimismo la edad de todos los trabajadores oscilaba entre los 25 a 56 años de edad. A su vez en el estudio realizado por Herrera y Álvarez (2019), donde se encontró que la edad promedio de los empleados era de 45 años. En el estudio de Vargas (2018) donde se encontró que el 56% de trabajadores eran varones, otro 44% era mujer.

Todas estas observaciones indican que hay una predominancia del sexo masculino sobre el femenino. Las investigaciones anteriores fueron realizadas con una muestra de diferentes rubros mientras que mi investigación se basó netamente en agencia de viaje. Sin embargo, siempre predomina el sexo masculino, dado que es posible que las damas en función a su edad y presumiblemente a su rol de madres, optan por empleos con una menor exigencia física y lo otro puede ser a las diferencias en las preferencias ocupacionales y elección de carreras entre hombres y mujeres.

Los resultados obtenidos en la presente investigación referente a la variable socialización organizacional se observó un nivel alto, puesto que el 55,6% de los trabajadores encuestados consideran tener alto grado de esa variable. Resultados similares fueron observados por Calderón et al., (2019), donde se concluyó que había existencia de socialización unidireccional en las organizaciones estudiadas. Así mismo en el estudio realizado por Trang et al., (2020). Se encontró que las tácticas de socialización organizacional, ejercen un efecto diferencial en los comportamientos proactivos de los empleados de las organizaciones estudiadas. En tal sentido bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados confirmamos que la mayoría de los trabajadores indican que ellos han adquirido buena inducción, soporte emocional y conocimiento necesario para poder desempeñarse adecuadamente dentro de la empresa.

A su vez, en lo referido a la variable engagement, el 54,2% de los encuestados consideran tener altos niveles de engagement. Resultados similares fueron hallados por Gómez et al., (2019), donde se encontró que los encuestados tenían altos niveles de engagement (0,97), a su vez en el estudio realizado por Vargas (2018), se constató que el 15% de los trabajadores indicaron nivel alto de engagement, 13% nivel muy alto y 29% nivel promedio. En el estudio de Alvarado (2018), donde se encontró que el 48,4% encuestados indicaron tener work engagement normal y el 20,5% nivel alto. En tal sentido bajo lo referido anteriormente se constata que los trabajadores están emocionalmente comprometidos y entusiasmados con su trabajo. Esto puede llevar a una mayor motivación y productividad en sus tareas diarias. Los empleados comprometidos tienden a esforzarse más, ser más

dedicados, buscan activamente formas de contribuir al éxito de la organización y experimentan un mayor nivel de satisfacción laboral. Esto puede conducir a una mayor retención de talento y a una mayor estabilidad en la fuerza laboral.

En cuanto a la dimensión entrenamiento, el 48,6% de los trabajadores indicaron niveles altos, y otro 26,4% niveles regulares. En tal sentido se confirma que los trabajadores consideran que las pautas y herramientas proporcionadas por la empresa Machupicchu Reservations es significativo. En cuanto a la dimensión comprensión del trabajo y de la organización, se observó que el 47,2% de los encuestados indicaron niveles altos. Resultados similares fueron hallados en el estudio de Vianco y Wengrovsky (2017), donde se concluyó que el gran porcentaje de encuestados indicaron tener nivel significativo y positivo de esa dimensión ($\bar{X} = 3,85$). En tal sentido se confirma que la mayoría de los trabajadores consideran que poseen conocimiento sobre las responsabilidades y canal de comunicación, poseen óptima interacción con sus compañeros, todo ello gestionado por la alta dirección de la organización. En la dimensión, apoyo de los compañeros, un 54,2% de los trabajadores encuestados indicaron tener alto niveles de esta dimensión. Resultado similar fue hallados por Vianco y Wengrovsky (2017), en donde se encontró que la mayoría de los encuestados tenían nivel positivo y significados en apoyo de los compañeros y la organización ($\bar{X} = 3,85$). Se confirma que el escenario se presenta, debido a que los empleados de las organizaciones consideran que reciben apoyo y comprensión por parte de sus colegas y la corporación. Por último, para la dimensión perspectiva a futuro, el 50% de los trabajadores, indicaron niveles altos. Escenario que se presenta debido a que la mayoría de los encuestados consideran tener oportunidades y línea de carrera al pertenecer a la agencia de viajes Machupicchu Reservations.

En lo referido a las dimensiones del engagement, se observa que, para el vigor, el 55,6% de encuestados presentaron niveles altos, y otro 38,9% niveles regulares. Resultados similares fueron hallados en los estudios realizados por (Gómez et al., 2019), en donde se encontró que la mayoría de los encuestados tenían altos niveles de vigor (4.40;1.01). Situación que se presenta debido a que los trabajadores sienten que poseen

energía, resistencia mental y esfuerzo, al realizar su labor en una empresa. Por su parte para la dedicación el 65,3% de los trabajadores encuestados indicaron tener nivel regular. Resultados similares fueron hallados por (Vargas, 2018), donde se encontró que el 40% de los encuestados tenían un nivel promedio de dedicación. Situación que se presenta debido a una posible falta de motivación intrínseca y responsabilidades externas de los trabajadores. Finalmente, para la dimensión absorción, se aprecia que el 59,7% de los encuestados poseen niveles altos, lo cual indica que los trabajadores se sienten altamente inspirado por la labor que desempeña dentro de la agencia.

En cuanto a los resultados inferenciales, se planteó como hipótesis general la posible existencia de una relación positiva entre la socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022y tras el análisis se observa que existe relación positiva alta entre la socialización organizacional y el engagement ($p=0,000$; $Tau-b=0,717$), lo cual indica que las acciones que realiza la organización como, por ejemplo: gestión del capital humano, asistencia emocional y social, reconocimientos, inducción al nuevo personal, trabajo en equipo y soporte emocional repercute en las acciones y el estado psicológico de los trabajadores. Es decir, cuanto mejor gestión de socialización tenga la organización mejor nivel de engagement tendrán sus trabajadores. Del mismo modo, estos hallazgos son similares a los logrados por Vianco y Wengrovsky (2017), quienes en su investigación llegaron a concluir que todas las dimensiones de socialización organizacional correlacionan de manera positiva y significativa con el engagement. Así también el estudio realizado por Calderón et. al. (2020) en su estudio se concluyó que las escalas de socialización organizacional y el work engagement correlacionan de manera positiva lo que se dedujo que la apropiada socialización del personal por parte de la empresa, puede repercutir de manera positiva, puesto que logrará optimizar el nivel de engagement. Por su parte Alvarado (2018), al intentar contrastar la posibilidad de una posible relación entre el compromiso organizacional y el work engagement, encontró que existe relación positiva entre las variables estudiadas en los docentes encuestados ($r=0,422$; $p=0,000$).

Del mismo modo en el estudio de Vargas (2018), se confirmó la existencia de una relación significativa y positiva entre la cultura organizacional y el engagement en los trabajadores encuestados. Finalmente, estos resultados no concuerdan con los hallazgos de Herrera y Álvarez (2019), dado que, en su estudio desarrollado en un municipio de Ecuador, que contó con la participación de 180 personas, se concluye que es complicado mantener buenos niveles de engagement, en las instituciones estatales dado que siempre hay un constante cambio en su dinámica interna. En resumen, los resultados inferenciales indican que existe una relación positiva alta entre la socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations. Esto implica que una mejor socialización organizacional se relaciona con niveles más altos de engagement por parte de los empleados.

Conclusiones

Primera, con un 96% de confiabilidad se establece que existe relación positiva alta entre las variables de socialización organizacional y engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022 ($Tau-b=0,717$; $p=0,000$). Esta relación pudo darse gracias a que la agencia de viaje Machupicchu Reservations puede haber implementado estrategias efectivas de socialización organizacional, lo que significa que brindaron a los empleados una experiencia de integración positiva desde el momento en que se unieron a la organización, lo cual indica que existe un ambiente de trabajo favorable y agradable

Segunda, se ha determinado con un 96% de confiabilidad que, existe relación positiva alta entre la dimensión entrenamiento de la variable socialización organizacional con la variable engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022 ($Tau-b=0,617$; $p=0,000$). Esto significa que el entrenamiento proporcionado por la organización tiene un impacto positivo en el engagement de los empleados. Es posible que la agencia de viaje haya implementado programas de capacitación efectivos que brinden a los trabajadores las habilidades necesarias para realizar su trabajo de manera exitosa y satisfactoria.

Tercera, se ha logrado comprobar que existe relación positiva alta entre la dimensión comprensión del trabajo de la variable socialización organizacional con la variable engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Dicha relación es positiva y de una intensidad alta ($Tau_b: 0,741$; $p=0,000$). Esto implica que los empleados tienen una comprensión clara y adecuada de su trabajo dentro de la organización, se relaciona positivamente con su nivel de engagement, lo cual les permite tener una visión clara de cómo su trabajo contribuye al éxito de la organización. Además, cuando los empleados comprenden bien su trabajo, es más probable que se sientan competentes y confiados en su desempeño, lo que puede aumentar su nivel de compromiso y satisfacción laboral.

Cuarta, al 96% de confiabilidad se acepta que existe relación positiva alta entre la dimensión apoyo de los compañeros de la variable socialización organizacional y la variable engagement en los trabajadores la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022 ($Tau-b=0,749$; $p=0,000$). Esto implica que en la empresa estudiada existe el compañerismo, buena relación interpersonal y asistencia social de parte en el transcurso del desarrollo de sus responsabilidades en la empresa lo que conlleva satisfacción laboral.

Quinta, se logró determinar una relación positiva alta entre la dimensión las perspectivas de futuro de la variable socialización organizacional con la variable engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022 ($Tau-b=0,692$; $p=0,000$). Esta relación indica que las perspectivas de futuro que se presentan y fomentan dentro de la organización tienen un impacto positivo en el nivel de engagement de los trabajadores. Es decir, los empleados perciben que hay claras perspectivas de futuro dentro de la organización, se sienten más motivados y comprometidos con su trabajo. Las perspectivas de crecimiento y desarrollo les brindan un sentido de dirección y propósito, lo que aumenta su nivel de engagement.

Recomendaciones

Primera, a la gerencia de la agencia de viaje Machupicchu Reservations para que tome acciones respectivas para continuar mejorando la socialización organizacional, ya que como se ha versado en la investigación es necesaria desarrollarla de manera adecuada para que el trabajador mentalmente se sienta satisfecho con el rol y todo lo que implica las labores desarrolladas en la agencia de viaje. Se recomienda también que reformule sus políticas internas, de tal manera que pueda darse de mejor manera los procesos de integración.

Segunda, se recomienda a los investigadores interesados en continuar investigando acerca de las variables abordadas en la presente investigación; centren sus esfuerzos en expandir el tamaño muestral presentado, esta ampliación podrá facilitar el desarrollo de estudios comparativos incluso del tipo causal, además que, con ayuda de los instrumentos adecuados, se podría tener una mejor confianza en eventuales generalizaciones de los resultados alcanzados.

Tercera, la comprensión del trabajo es parte fundamental de todo trabajo, y no es la excepción en la agencia de viaje Machupicchu Reservations, sin embargo, se debe hacer también el esfuerzo de implementar nuevas formas de realizar las tareas diarias, ya que ello puede resultar más atractiva tanto para los turistas como para los trabajadores, ya que se sale de lo que ya era “costumbre”.

Cuarta, A los trabajadores de la agencia de viajes Machupicchu Reservations, que no descuiden las prácticas solidarias que han demostrado hasta el momento, ya que tales actos por muy simples que parezcan refuerzan los vínculos laborales generando un clima laboral de confianza y respeto.

Quinta, la gerencia de la agencia de viajes, debe dejar en claro a los trabajadores cuáles son sus perspectivas a futuro, es decir, a donde se pretende llegar tras determinado periodo de tiempo. Esta acción a su vez, generará en los trabajadores la necesidad de establecerse metas a mediano y largo plazo, actuando a base a objetivos claros.

Referencias

- Alvarado , G. (2018). Compromiso organizacional y su relación con work engagement en instituciones públicas. *Tesis posgrado*. Universidad Nacional De Educacion, Peru. Recuperado el 10 de Noviembre de 2022, de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/4200/Tesis%20ALVARADO%20ROMERO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Beléndez, M. (2007). Psicología del trabajo relaciones laborales. En M. Beléndez. España: Ualicante. Recuperado el 15 de Diciembre de 2022, de https://www.academia.edu/5459573/Guia_TEMA_SOCIALIZACION_ORGANIZACIONAL
- Betanzos, N., & Paz, F. (Diciembre de 2007). Análisis psicométrico del compromiso organizacional como variable actitudinal. *Anales de Psicología, XXIII(2)*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/167/16723205.pdf>
- Blanco, C., & Lobato, F. (2011). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. Madrid, España: Macmillan Iberia. Recuperado el 5 de Octubre de 2022, de <https://elibro.net/es/ereader/unsaac/52802?page=10>.
- Buchanan, B. (1974). Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations. *Administrative Science Quarterly, XIX(4)*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2022, de <http://www.jstor.org/stable/2391809>
- Caeiro, J., Cerezo, E., García, C., Molero, F., Montero, A., Moriano, J., & Orbis, C. (2015). *Formación para la función directiva en centros docentes*. Madrid: Uned. Recuperado el 15 de Diciembre de 2022, de https://books.google.com.pe/books?id=RuWUEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Formaci%C3%B3n+para+la+funcion+directiva+en+centros+docentes&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Formaci%C3%B3n%20para%20la%20funcion%20directiva%20en%20centros%20docentes&f=false

- Calderon , G., Gomez , H., Alvarez , C., & Naranjo , C. (2019). Sentido y significado de la socialización organizacional. *Revista Espacio*, 1-15. Recuperado el 22 de Noviembre de 2022, de <https://ww.revistaespacios.com/a19v40n03/a19v40n03p08.pdf>
- Calderón, J., & Galán, J. (2022). Validación del inventario de socialización en México. *Psicogente*, 1-26. Recuperado el 3 de Noviembre de 2022, de <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/psicogente/article/view/5723/5847>
- Calderón, J., Laca, F., Pando, M., & Pedroza, F. (2015). Relación de la Socialización Organizacional y el Compromiso Organizacional en Trabajadores Mexicanos*. *Scielo - Scientific Electronic Library Online*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2022, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-01372015000200002#:~:text=La%20socializaci%C3%B3n%20organizacional%20es%20el,las%20normas%20de%20una%20organizaci%C3%B3n.
- Calderón, J., Pando, M., Preciado, M. d., & Colunga, C. (1 de Enero de 2020). Efecto de la Socialización Organizacional en el Engagement de Trabajadores Mexicanos: Claridad y Futuro. *Psicogente*, 23(43), 8-14.
doi:<https://doi.org/10.17081/psico.23.43.3084>
- Camejo, A. (2018). *La emergente ética y responsabilidad social en las relaciones laborales en el siglo XXI*. Bogotá, Colombia: Politécnico Grancolombiano. Recuperado el 8 de Noviembre de 2022, de <https://elibro.net/es/ereader/unsaac/127360?page=2>.
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración* (Sétima ed.). México: Mc Graw Hill. Recuperado el 6 de Diciembre de 2022, de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20Idalberto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de recursos humanos* (Novena ed.). México, México: McGraw Hill. Recuperado el 26 de Setiembre de 2022, de https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humanos_-_chiavenato.pdf

- Chiavenato, I. (2017). *Planeación estratégica* (Tercera ed.). México: Mc Graw Hill.
Recuperado el 20 de Diciembre de 2022, de <https://www.remex-accion.com.ar/wp-content/uploads/2021/04/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf>
- Chiavetano, I. (2008). *Gestion de talento humano* (Tercera ed.). (P. Mascaró, Ed.) Mexico: McGraw hill education. Recuperado el 25 de Nobiembre de 2022, de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1143/1/Chiavenato-Talento%20humano%203ra%20ed.pdf>
- Coromoto, D., & Morillo, M. (2016). *Influencia de la comunicación directa de las agencias de viaje en el turismo emisivo Merideño*. Venezuela. Recuperado el 5 de Agosto de 2023, de <http://ve.scielo.org/pdf/saber/v28n1/art13.pdf>
- Coulter, M., & Robbins, S. (2005). *Administracion*. Pearson educación. Recuperado el 17 de Diciembre de 2022, de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15549/mod_resource/content/0/Robbins-Administracion.pdf
- Cruz, W. (2017). *Estudio comparativo de la satisfacción laboral entre las empresas ferroviarias PERURAIL e INCA RAIL, Cusco - 2016*. Universidad Andina del Cusco, Cusco, Perú. Recuperado el 15 de Agosto de 2023, de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/1510/Walter_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Diéz, A. (Junio de 2005). Aproximación a una teoría pragmática de la conducta psicótica. *Asociación Española de Neuropsiquiatría*, XXXIV(94), 28-30. Recuperado el 5 de Abril de 2023, de <https://scielo.isciii.es/pdf/neuropsiq/n94/v25n2a04.pdf>
- Fernández, I. (2015). *Felicidad Organizacional*. Chile: Ediciones B. Recuperado el 20 de Diciembre de 2022, de https://ignaciofernandez.cl/wp-content/uploads/Fernandez-2015_Cap-4_Modelo-Felicidad-Org.pdf
- Fincowsky, E. (2009). *Organizacion de empresas* (Tercera ed.). Mexico: McGraw hill education. Recuperado el 29 de Diciembre de 2022, de

https://www.researchgate.net/profile/Enrique-Franklin/publication/260410687_Organizacion_de_Empresas/links/5c27f9a0299bf12be3a1a095/Organizacion-de-Empresas.pdf

Galimberti, U. (2002). *Diccionario de psicología*. México, México: Siglo XXI Editores.

Recuperado el 23 de Diciembre de 2023, de

<https://saberespsi.files.wordpress.com/2016/09/galimberti-umberto-diccionario-de-psicologc3ada.pdf>

Gomez , L., Labarthe , J., Ferreira , A., & Chiminelli , V. (2019). Evaluación del engagement en trabajadores de la salud en Uruguay a través de la escala Utrecht de engagement en el trabajo (UWES)”,. *Ciencias Psicológicas*, 305 – 316. Recuperado el 18 de Noviembre de 2022, de <http://www.scielo.edu.uy/pdf/cp/v13n2/1688-4221-cp-13-02-305.pdf>

Gómez, J., Villasís, M., & Miranda, M. (Junio de 2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Alergia Mexico*, 63(2), 201-203. Recuperado el 27 de Diciembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Gonzáles, E. S., & Ali, L. (2015). *Burnout consecuencias y soluciones*. México: Manual moderno. Recuperado el 27 de Octubre de 2022, de https://books.google.com.pe/books?id=zrqsCgAAQBAJ&printsec=frontcover&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Green Jr, P. I., Finkel, E. J., Fitzsimons, G. M., & Gino, F. (2017). The energizing nature of work engagement: Toward a new need-based theory of work motivation. *Research in Organizational Behavior*, 5-8. Recuperado el 10 de Diciembre de 2022, de https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/NeedsWorkEngagement%20in%20press_5e180b72-74f5-4463-841b-fee0607da310.pdf

Hernández, B., Ruiz, A., Ramírez, V., Sandoval, S., & Méndez, L. (Junio de 2018). Motivos y factores que intervienen en el compromiso organizacional. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, VIII(16). Recuperado el 3 de Enero de 2023, de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-

- Juyumaya, J. (2018). Work engagement, satisfacción y rendimiento laboral: el rol de la cultura organizacional. *Universidad Santo Tomas*, 33-35. Recuperado el 9 de Diciembre de 2022, de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/sisib,+Journal+editor,+art3.pdf>
- Lisbona, A., Morales, F., & Palací, F. (1 de Marzo de 2009). El engagement como resultado de la socialización organizacional. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 93-95. Recuperado el 21 de Febrero de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/560/56012876007.pdf>
- Madrigal, B., Baltazar, A., Franco, R., González, H., Ocho, A., Madrigal, R., . . . Gómez, O. (2009). *Habilidades directivas* (Segunda ed.). Mexico: Mcgraw hill education. Recuperado el 18 de Diciembre de 2022, de <http://sedboyaca.gov.co/wp-content/uploads/2020/05/habilidades-directivas.pdf>
- Maidalíz. (7 de Octubre de 2013). *Instalaciones físicas de una empresa*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2022, de clubensayos.com: <https://www.clubensayos.com/Negocios/Instalaciones-f%C3%ADsicas-De-Una-Empresa/1112675.html>
- Mercer Marsh. (12 de Junio de 2022). *Portafolio*. Recuperado el 12 de Mayo de 2023, de <https://www.portafolio.co/economia/empleo/colombia-el-pais-con-mas-estres-laboral-en-america-latina-566778>
- Moreno, M., & Coromoto, M. (18 de Agosto de 2010). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Vision gerencial*.(1), 141-143. Recuperado el 28 de Diciembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- NTT DATA. (05 de Julio de 2022). *América Retail*. Recuperado el 3 de Enero de 2023, de <https://www.america-retail.com/estudios/de-agile-hacia-agility-la-evolucion-de-la-transformacion-en-las-organizaciones-de-america-latina/>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de investigación* (Quinta ed.). Ediciones de la U. Recuperado el 8 de Diciembre de 2022, de

https://edicionesdelau.com/wp-content/uploads/2018/09/Anexos-Metodologia_%C3%91aupas_5aEd.pdf

- OMT. (5 de Marzo de 2018). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 15 de Agosto de 2023, de <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms#:~:text=Tourism%20is%20a%20social%2C%20cultural,personal%20or%20business%2Fprofessional%20purposes>.
- Peña, C., Díaz, G., Chávez, G., & Sánchez, E. (2016). El compromiso organizacional como parte del comportamiento de los trabajadores de las pequeñas empresas. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, IX(5), 95-195. Recuperado el 25 de Febrero de 2023, de <https://docplayer.es/55152315-Resumen-the-organizational-commitment-as-part-of-the-behavior-of-workers-in-small-businesses-abstract.html>
- Porter, L., & Lawler, E. (1965). Properties of organization structure in relation to job attitudes and job behavior. *Psychological Bulletin*, LXIV(1), 23-51. Recuperado el 1 de Febrero de 2023, de <https://sci-hub.se/https://doi.org/10.1037/h0022166>
- Pujol, L. J., & Dabos, G. (2018). Satisfacción laboral: Una revisión de la literatura acerca de sus principales determinantes. *Estudios Gerenciales*, XXXIV(146), 4-6. Recuperado el 5 de Agosto de 2023, de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v34n146/0123-5923-eg-34-146-00003.pdf>
- Raimundi, M., Molina, F., Gimenez, M., & Minichiello, C. (Diciembre de 2014). ¿Qué es un desafío? Estudio cualitativo de su significado subjetivo en adolescentes de Buenos Aires. *Latinoamericana de Ciencias Sociales*. Recuperado el 6 de Enero de 2023, de <https://www.redalyc.org/pdf/773/77331488001.pdf>
- Revista gana mas. (30 de Abril de 2022). *Revista gana mas*. Recuperado el 25 de Octubre de 2022, de <https://revistaganamas.com.pe/el-65-de-peruanos-se-siente-motivado-para-ir-a-trabajar-pese-a-coyuntura-politica-y-economica/>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración* (Décimo segundo ed.). Mexico: Pearson. Recuperado el 15 de Diciembre de 2022, de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Anexo%209.%20Stephen%20P.%20Robbins_

%20Mary%20K.%20Coulter%20-%20Administraci%C3%B3n-
Pearson%20Educa%C3%B3n%20(2017)_repaired.pdf

Robbins, S., & Coulter, M. (2018). *Administración*. México: Pearson. Recuperado el 10 de Octubre de 2022, de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/administracion-13-edicion-13-ed-0133910296-9780133910292.pdf

Rosas, J., Lozano, O., Cruz, S., & Arturo, H. (2016). *El Análisis Organizacional En México Y América Latina* (Primera ed., Vol. I). México, México: HESS S.A. Recuperado el 23 de Setiembre de 2022, de <http://www.remineo.org/repositorio/libros/aomal/tomo2/Docs/analisisorganizacionalenmexicoyamericalatinatomo2.pdf>

Rubió, T. (2014). *Recursos Humanos: Dirección y gestión de personas en las organizaciones* (Primera ed.). Barcelona, España: Octaedro. Recuperado el 26 de Setiembre de 2022, de <https://elibro.net/es/ereader/unsaac/113888?page=82>

Salanova, M., & schaufeli, w. (2004). El engagement de los empleados un reto emergente para la direccion de los recursos humanos. *Estudios financieros*, 114-116. Recuperado el 8 de Diciembre de 2022, de https://www.want.uji.es/wp-content/uploads/2017/03/2004_Salanova-Schaufeli.pdf

Salanova, M., & Schaufeli, w. (2009). *El engagement en el trabajo*. España: Alianza editorial. Recuperado el 6 de Enero de 2021, de https://www.want.uji.es/wp-content/uploads/2017/11/2009_Salanova-Schaufeli.pdf

Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., & Salanova, M. (Agosto de 2006). The Measurement of Work Engagement With a Short Questionnaire. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), 704-706. Recuperado el 10 de Diciembre de 2022, de <https://www.nccmt.ca/organizational-change/results/70#:~:text=The%20Utrecht%20Work%20Engagement%20Scale,%3A%20vigour%2C%20dedication%20and%20absorption.>

- Schaufeli, W., Salanova, M., González, R., & Bakker, A. (Marzo de 2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Revista de estudios de felicidad*, 73-75. doi:<https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>
- Silva, J. (2018). *Gestión estratégica de la felicidad* (Primera ed.). Santiago, Chile: RIL editores. Recuperado el 26 de Setiembre de 2022, de <https://elibro.net/es/ereader/unsaac/106617?page=83>
- Taormina, R. (Julio de 1994). The organizational socialization inventory. *International Journal of Selection and Assessment*, 2(3), 132-134. Recuperado el 4 de Diciembre de 2022, de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1468-2389.1994.tb00134.x>
- Taormina, R. (Junio de 1997). Organizational Socialization: a Multidomain, Continuous Process Model. *International Journal of Selection and Assessment*, 5(1), 28-30. doi:DOI: 10.1111/1468-2389.00043
- Taormina, R. J. (Febrero de 2004). Convergent validation of two measures of organizational socialization. *The International Journal of Human Resource Management*, 79-81. Recuperado el 28 de Setiembre de 2022, de https://www.researchgate.net/publication/233123893_Convergent_Validation_of_Two_Measures_of_Organizational_Socialization
- Torres, E. (2017). *Persona, personalidad y relaciones interpersonales* (Primera ed.). México, México: Parmenia. Recuperado el 20 de Diciembre de 2022, de <https://elibro.net/es/ereader/unsaac/183496?page=184>.
- Trang, T. N., Thai Bui, T. H., & Hanh Nguyen, T. H. (5 de Noviembre de 2020). Improving employees' proactive behaviors at workplace: The role of organizational socialization. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 1-13. doi:<https://doi.org/10.1080/10911359.2020.1803172>
- Vargas , A. (2018). Cultura organizacional y engagement en los colaboradores de la Universidad Peruana Unión Filial Juliaca, 2017. *Tesis posgrado*. Universidad Peruana Union, Peru. Recuperado el 17 de Noviembre de 2022, de

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1590/Amed_Tesis_Maestro_2018.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencias científicas. *XXXIII*(1), 158-160. Recuperado el 22 de Noviembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Vianco, V., & Wengrovsky, M. (junio de 2017). La importancia de la socialización organizacional para el engagement. (F. Reato, & M. Marozzini, Edits.) *Tiempo de gestion*(23), 25-35. Recuperado el 24 de Febrero de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7130846>

Villoslada, G. (2022). *El engagement y el desempeño laboral de los funcionarios en una entidad pública del distrito de Moro, ancash, 2021*. Universidad privada del norte, Trujillo, Peru. Recuperado el octubre de 2022, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/31173/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Willis Towers Watson. (21 de Julio de 2022). *Encuesta Global de Actitudes de Beneficios, América Latina*. Recuperado el 20 de Octubre de 2022, de <https://www.wtwco.com/es-pe/insights/2022/04/infographic-more-than-half-of-employees-open-to-leaving-employer>

Apéndice

Apéndice A

Tabla 41

Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables y dimensiones	Metodología
<p>Problema general ¿Cuál es el nivel de relación que existe entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022?</p> <p>Problemas específicos ¿De qué manera se relaciona el entrenamiento con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022? ¿Cómo se relaciona comprensión del trabajo y de la organización con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022? ¿De qué manera se relaciona el apoyo de los compañeros con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022? ¿Cómo se relaciona las perspectivas de futuro con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022?</p>	<p>Objetivo general Determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.</p> <p>Objetivos específicos Analizar el nivel de relación entre el entrenamiento con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Determinar el nivel de relación entre comprensión del trabajo con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Analizar el nivel de relación entre el apoyo de los compañeros se relaciona con el engagement en los trabajadores la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Determinar el nivel de relación entre las perspectivas de futuro se relacionan con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.</p>	<p>Hipótesis general Existe relación positiva entre socialización organizacional y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.</p> <p>Hipótesis específicas Existe relación positiva entre el entrenamiento y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Existe relación positiva entre la comprensión del trabajo - organización y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Existe relación positiva entre apoyo de los compañeros y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Existe relación positiva entre las perspectivas de futuro y el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022.</p>	<p>Variable 1 Socialización organizacional</p> <p>Dimensiones -Apoyo de los compañeros - Entrenamiento - Perspectivas de futuro -Comprensión del trabajo y de la organización</p> <p>Variable 2 Engagement</p> <p>Dimensiones -Vigor -Dedicación -Absorción</p>	<p>Enfoque Cuantitativo</p> <p>Nivel Correlacional</p> <p>Tipo Aplicada</p> <p>Diseño No experimental y transversal</p> <p>Población 72</p> <p>Muestra Nivel de confianza 96% Margen de error 4%</p> <p>Técnica Encuesta</p> <p>Instrumento de medición Cuestionario</p>

Apéndice B

Tabla 42

Análisis FODA de Machupicchu Reservations

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • La empresa posee ideas nuevas • Se encuentra ubicada en un lugar estratégico de la ciudad del Cusco. • Cuenta con personal especializado en agencias de viaje. • Uso de redes sociales para el marketing. • Buenas relaciones con los proveedores y socios • 10 años de experiencia en el ámbito turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cusco, una de las regiones que posee mayor diversidad cultural y natural país • Escenificación del Inti Raymi • Machu Picchu, una de las 7 maravillas del mundo, situado en Cusco, Perú. • Apoyo de las municipalidades y del sector privado para la promoción turística. • Uso de la tecnología y marketing para promoción de paquetes turísticos. • Perú, uno de los países con un gran potencial de recursos naturales y culturales.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Deficiente gestión de talento humano • Falta de sucursales a nivel nacional e internacional. • Bajo desempeño laboral de sus trabajadores. • Escasa capacitación a sus trabajadores. • Deficiente trabajo en equipo de los empleados. • Escaso reconocimiento a sus empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos competidores en el mercado • Precios bajos de los tours en la temporada baja. • Aparición de algún tipo de enfermedad, virus o pandemia. • Problemas sociales en el estado peruano • Desastres naturales • La falta de seguridad para el turista • Constante deterioro de las zonas naturales y centros arqueológicos. • Competencia agresiva

Apéndice C

Cuestionario que mide la socialización organizacional y el engagement

Cuestionario que mide la socialización organizacional

Apreciados colaboradores:

Por favor, concédeme unos minutos para responder el siguiente cuestionario, cuya finalidad es determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Se garantiza que su participación se trata de carácter confidencial, sus respuestas solo serán utilizadas para fines académicos.

Datos demográficos

Género	Masculino			<input type="checkbox"/>	Femenino			<input type="checkbox"/>
Estado civil	Soltero	<input type="checkbox"/>	Casado	<input type="checkbox"/>	Divorciado	<input type="checkbox"/>	Viudo	<input type="checkbox"/>
Edad	19 a 25 años	<input type="checkbox"/>	26 a 35 años	<input type="checkbox"/>	36 a 45 años	<input type="checkbox"/>	46 a más años	<input type="checkbox"/>
Grado de instrucción	Secundaria completa		<input type="checkbox"/>	Superior universitario		<input type="checkbox"/>	Estudios técnicos	

A continuación, encontrará unos ítems relacionados a la socialización organizacional, se le solicita su opinión sincera al respecto. Marque con una "X" lo que corresponda su opinión, en base al siguiente criterio

Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					

Cuestionario que mide el engagement

A continuación, encontrará unos ítems relacionados al engagement, se le solicita su opinión sincera al respecto. Marque con una "X" lo que corresponda su opinión, en base al siguiente criterio

ítems		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	En la agencia de viajes donde laboro me siento lleno de energía					
2	Me levanto cada día para ir a trabajar a la empresa con el mismo ánimo que la primera vez					
3	En la agencia de viajes puedo trabajar bajo presión					
4	En la empresa puedo realizar jornadas laborales largas y horarios de trabajo no habitual					
5	Doy todo mi esfuerzo y dedicación en mi jornada laboral en la empresa					
6	Me esfuerzo para aprender cosas nuevas en Machupichu Reservations					
7	El trabajo duro y la persistencia son cualidades que me caracteriza de los demás en la empresa					
8	Mi trabajo en la agencia de viajes está lleno de significado y propósito					
9	Demuestro actitud positiva y entusiasmo en mi círculo laboral en la empresa					
10	Estoy orgulloso de formar parte de la empresa Machupicchu Reservations					
11	Considero que los labores que me delegan son retadores					
12	Me siento motivado en la empresa por el salario, horarios flexibles y planes de carrera que posee					
13	La empresa reconoce el esfuerzo y el trabajo bien realizado por sus trabajadores					
14	Machupicchu Reservations posee un clima laboral agradable					
15	Me siento muy feliz cuando estoy enfocado en mi trabajo					
16	Estoy muy contento con mi puesto de trabajo en la agencia de viajes					
17	Soy feliz brindando un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros en la empresa Machupicchu Reservations					

Apéndice D

Baremación de las dimensiones de socialización organizacional

Tabla 43

Baremación de entrenamiento

Niveles	5. Muy alto en entrenamiento 4. Alto en entrenamiento 3. Regular en entrenamiento 2. Bajo en entrenamiento 1. Muy bajo en entrenamiento
Dimensiones	1/ Total = 6 ítems
Escalas	5 es igual a totalmente de acuerdo 4 es igual a de acuerdo 3 es igual a neutral 2 es igual a desacuerdo 1 es igual a totalmente en desacuerdo
Descripción	Con el uso del software SPSS: Respuestas altas: valor de escala por total de ítems = $6 \times 5 = 30$ Respuestas bajas: valor de escala por total de ítems = $6 \times 1 = 6$ Rango es igual a valor máximo menos valor mínimo = $30 - 6 = 24$ La constante = Rango entre número de niveles = $24 / 5 = 4.8 = 5$
Baremación	Nivel muy alto de socialización organizacional = 30 - 35 Nivel alto de socialización organizacional = 24 - 29 Nivel regular de socialización organizacional = 18 - 23 Nivel bajo de socialización organizacional = 12 - 17 Nivel muy bajo de socialización organizacional = 6 - 11

Tabla 44

Baremación de comprensión del trabajo y de la organización

Niveles	5. Muy alto en Comprensión del trabajo y de la organización 4. Alto en Comprensión del trabajo y de la organización 3. Regular en Comprensión del trabajo y de la organización 2. Bajo en Comprensión del trabajo y de la organización 1. Muy bajo en Comprensión del trabajo y de la organización
Dimensiones	2 / Total = 5 ítems
Escalas	5 es igual a totalmente de acuerdo 4 es igual a de acuerdo 3 es igual a neutral 2 es igual a desacuerdo 1 es igual a totalmente en desacuerdo
Descripción	Con el uso del software SPSS: Respuestas altas: valor de escala por total de ítems = $5 \times 5 = 25$ Respuestas bajas: valor de escala por total de ítems = $5 \times 1 = 5$ Rango es igual a valor máximo menos el valor mínimo = $25 - 5 = 20$ La constante = Rango entre número de niveles = $20 / 5 = 4$
Baremación	Nivel muy alto de Comprensión del trabajo y de la organización = 29 - 34 Nivel alto de Comprensión del trabajo y de la organización = 23 - 28 Nivel regular de Comprensión del trabajo y de la organización = 17 - 22 Nivel bajo de Comprensión del trabajo y de la organización = 11 - 16 Nivel muy bajo de Comprensión del trabajo y de la organización = 5 - 10

Tabla 45*Baremación de poyo de los compañeros*

Niveles	5. Muy alto en apoyo de los compañeros 4. Alto en apoyo de los compañeros 3. Regular en apoyo de los compañeros 2. Bajo en apoyo de los compañeros 1. Muy bajo en apoyo de los compañeros
Dimensiones	3/ Total = 6 ítems
Escalas	5 es igual a totalmente de acuerdo 4 es igual a de acuerdo 3 es igual a neutral 2 es igual a desacuerdo 1 es igual a totalmente en desacuerdo
Descripción	Con el uso del software SPSS: Respuestas altas: valor de escala por total de ítems = $6 \times 5 = 30$ Respuestas bajas: valor de escala por total de ítems = $6 \times 1 = 6$ Rango es igual a valor máximo menos el valor mínimo = $30 - 6 = 24$ La constante = Rango entre número de niveles = $24 / 5 = 4.8 = 5$
Baremación	Nivel muy alto de Apoyo de los compañeros= 30 - 35 Nivel alto de Apoyo de los compañeros= 24 - 29 Nivel regular de Apoyo de los compañeros = 18 - 23 Nivel bajo de Apoyo de los compañeros= 12 - 17 Nivel muy bajo de Apoyo de los compañeros= 6 - 11

Tabla 46*Baremación de perspectivas de futuro*

Niveles	Niveles 5. Muy alto en perspectivas de futuro 4. Alto en perspectivas de futuro 3. Regular en perspectivas de futuro 2. Bajo en perspectivas de futuro 1. Muy bajo en perspectivas de futuro
Dimensiones	4 / Total = 5 ítems
Escalas	5 es igual a totalmente de acuerdo 4 es igual a de acuerdo 3 es igual a neutral 2 es igual a desacuerdo 1 es igual a totalmente en desacuerdo
Descripción	Con el uso del software SPSS: Respuestas altas: valor de escala por total de ítems = $5 \times 5 = 25$ Respuestas bajas: valor de escala por total de ítems = $5 \times 1 = 5$ Rango igual a valor máximo menos el valor mínimo = $25 - 5 = 20$ La constante = Rango entre número de niveles = $20 / 5 = 4$
Baremación	Nivel muy alto de perspectivas de futuro= 29 - 34 Nivel alto de perspectivas de futuro 23 - 28 Nivel regular de perspectivas de futuro= 17 - 22 Nivel bajo de perspectivas de futuro= 11 - 16 Nivel muy bajo de perspectivas de futuro= 5 - 10

Apéndice E

Baremación de las dimensiones de engagement

Tabla 47

Baremación de vigor

Niveles	5. Muy alto en Vigor 4. Alto en Vigor 3. Regular en Vigor 2. Bajo en Vigor 1. Muy bajo en vigor
Dimensiones	1/ Total = 6 ítems
Escalas	5 es igual a totalmente de acuerdo 4 es igual a de acuerdo 3 es igual a neutral 2 es igual a desacuerdo 1 es igual a totalmente en desacuerdo
Descripción	Con el uso del software SPSS: Respuestas altas: valor de escala por total de ítems = $6 \times 5 = 30$ Respuestas bajas: valor de escala por total de ítems = $6 \times 1 = 6$ Rango es igual a valor máximo menos el valor mínimo = $30 - 6 = 24$ La constante = Rango entre número de niveles = $24 / 5 = 4.8 = 5$
Baremación	Nivel muy alto de Vigor = $30 - 35$ Nivel alto Vigor = $24 - 29$ Nivel regular de Vigor = $18 - 23$ Nivel bajo de Vigor = $12 - 17$ Nivel muy bajo de Vigor = $6 - 11$

Tabla 48

Baremación de dedicación

Niveles	5. Muy alto en dedicación 4. Alto en dedicación 3. Regular en dedicación 2. Bajo en dedicación 1. Muy bajo en dedicación
Dimensiones	1/ Total = 5 ítems
Escalas	5 es igual a totalmente de acuerdo 4 es igual a de acuerdo 3 es igual a neutral 2 es igual a desacuerdo 1 es igual a totalmente en desacuerdo
Descripción	Con el uso del software SPSS: Respuestas altas: valor de escala por total de ítems = $5 \times 5 = 25$ Respuestas bajas: valor de escala por total de ítems = $5 \times 1 = 5$ Rango es igual a valor máximo menos el valor mínimo = $25 - 5 = 20$ La constante = Rango entre número de niveles = $20 / 4 = 5$
Baremación	Nivel muy alto de dedicación = $33 - 38$ Nivel alto de dedicación = $23 - 28$ Nivel regular de dedicación = $17 - 22$ Nivel bajo de dedicación = $11 - 16$ Nivel muy bajo de dedicación = $5 - 10$

Tabla 49*Baremación de absorción*

Niveles	5. Muy alto en absorción 4. Alto en absorción 3. Regular en absorción 2. Bajo en absorción 1. Muy bajo en absorción
Dimensiones	1 / Total = 6 ítems
Escalas	5 es igual a totalmente de acuerdo 4 es igual a de acuerdo 3 es igual a neutral 2 es igual a desacuerdo 1 es igual a totalmente en desacuerdo
Descripción	Con el uso del software SPSS: Respuestas altas: valor de escala por total de ítems = $6 \times 5 = 30$ Respuestas bajas: valor de escala por total de ítems = $6 \times 1 = 6$ Rango es igual a valor máximo menos el valor mínimo = $30 - 6 = 24$ La constante = Rango entre número de niveles = $24 / 5 = 4.8 = 5$
Baremación	Nivel muy alto de absorción = 30 - 35 Nivel alto absorción = 24 - 29 Nivel regular de absorción = 18 - 23 Nivel bajo de absorción = 12 - 17 Nivel muy bajo de absorción = 6 - 11

Apéndice F

Base de datos de Excel

SOCIALIZACION ORGANIZACIONAL																										
ENTRENAMIENTO(D1)							EXTENSION DEL TRABAJO Y DE LA ORGANIZACION					APOYO DE LOS COMPAÑEROS (D3)							PERSPECTIVAS . (D4)							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22				
E1	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	24	4	4	4	2	2			16
E2	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5			25
E3	3	4	4	4	4	5	24	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4			21
E4	4	5	4	5	5	5	28	4	3	5	4	21	5	5	5	4	4	27	5	4	5	5	4			23
E5	1	3	4	4	4	3	19	4	3	3	4	18	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4			20
E6	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	20	4	5	3	4	4	22	3	2	3	1	1			10
E7	3	3	4	3	4	4	21	4	4	4	3	18	3	3	3	3	3	19	4	4	4	4	3			19
E8	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	27	4	4	4	2	2			16
E9	3	3	3	3	4	4	20	4	4	3	3	18	3	3	5	4	1	20	3	4	3	3	1			14
E10	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5			25
E11	4	3	4	4	4	3	22	4	3	4	3	19	5	4	4	5	4	24	4	4	3	4	4			19
E12	4	5	4	5	4	3	25	4	3	4	4	19	3	4	5	5	4	23	3	3	4	3	5			18
E13	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	22	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	4			24
E14	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	22	5	5	5	4	4	26	4	4	4	3	3			18
E15	3	3	3	3	3	3	18	5	5	3	4	21	4	4	4	4	3	22	3	3	3	3	3			15
E16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	26	5	5	4	1	1			16
E17	5	5	5	5	4	4	28	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	26	5	5	5	1	1			17
E18	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	4	20	4	5	5	5	1	25	5	5	5	1	1			17
E19	4	4	4	4	4	3	23	5	5	5	4	23	4	4	5	4	5	26	5	5	4	4	1			19
E20	4	4	5	4	5	4	26	5	5	3	4	20	4	3	4	5	4	23	4	3	4	3	5			19
E21	4	4	5	4	4	5	26	5	4	4	5	23	5	5	4	4	4	26	5	5	4	4	5			23
E22	3	3	3	3	3	4	19	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	24	3	4	3	3	1			14
E23	3	3	2	4	2	4	18	4	4	4	3	19	3	4	4	4	3	21	3	4	3	3	4			17
E24	4	3	3	3	5	5	23	5	5	5	3	22	4	4	4	5	3	23	4	4	3	3	3			17
E25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	21	5	5	5	1	1			17
E26	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	5	22	5	5	4	4	4	24	4	4	4	2	2			16
E27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	20	4	4	4	3	1			16
E28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	20	3	3	4	4	5	23	5	5	5	1	1			17
E29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	21	4	4	4	1	1			14
E30	4	5	5	4	4	4	26	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	21	5	5	5	1	1			17
E31	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	21	4	4	4	2	2			16
E32	3	2	3	1	2	3	14	5	5	3	4	22	5	5	4	5	5	26	3	5	5	5	4			22

41	E38	3	1	4	5	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	29	5	4	4	4	4	21
42	E39	4	4	4	4	3	4	23	5	4	4	3	5	21	3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	3	4	16
43	E40	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	2	2	16
44	E41	4	5	3	3	4	4	23	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	4	28	5	4	5	5	5	24
45	E42	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	3	3	23	4	4	4	4	3	19
46	E43	4	3	3	3	3	3	19	5	4	3	4	5	21	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	3	3	18
47	E44	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	3	3	18
48	E45	3	3	3	3	3	3	18	5	4	3	5	5	22	5	5	5	5	4	3	27	4	4	4	3	4	19
49	E46	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	2	21	3	2	3	3	3	14
50	E47	3	5	4	4	4	4	24	5	5	4	4	5	23	4	4	3	4	4	3	22	3	3	3	3	3	15
51	E48	3	4	2	3	2	2	16	5	4	4	5	5	23	4	4	3	4	4	2	21	4	4	3	3	1	15
52	E49	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	25
53	E50	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	1	21	4	4	4	1	1	14
54	E51	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	1	22	4	4	4	1	1	14
55	E52	4	4	4	3	3	4	22	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	4	28	4	4	4	4	4	20
56	E53	2	2	3	3	2	3	15	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	4	1	22	3	3	3	3	2	14
57	E54	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	2	22	4	4	4	4	2	18
58	E55	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	5	5	28	5	5	5	5	3	23
59	E56	2	3	2	2	2	2	13	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	2	25	3	3	3	3	3	15
60	E57	3	3	3	3	3	3	18	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	3	2	20	2	4	4	3	1	14
61	E58	3	3	4	4	3	3	20	4	3	4	5	5	21	5	5	4	4	3	2	23	2	4	3	3	2	14
62	E59	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	4	1	20
63	E60	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	24
64	E61	3	3	4	4	4	3	21	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
65	E62	3	4	4	4	3	5	23	5	5	3	3	5	21	4	3	2	4	3	2	18	3	3	4	3	4	17
66	E63	5	4	4	4	4	4	25	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
67	E64	5	5	4	4	5	4	27	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	24
68	E65	3	3	4	4	4	3	21	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	3	18	3	4	4	4	5	20
69	E66	4	5	4	5	5	5	28	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	5	4	28	5	4	5	4	5	23
70	E67	2	5	4	3	5	3	22	3	3	2	5	5	18	5	5	3	3	3	3	22	3	3	4	4	5	19
71	E68	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	5	20	5	5	4	4	4	1	23	3	4	3	3	1	14
72	E69	3	2	3	3	3	3	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	3	3	21	2	4	3	3	3	15
73	E70	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	2	22	4	4	4	2	1	15
74	E71	4	5	4	5	4	3	25	5	4	3	4	4	20	4	5	4	5	5	4	27	3	3	4	3	4	17
75	E72	1	2	3	4	4	4	18	5	4	4	4	3	20	3	3	4	4	4	4	22	5	4	4	4	4	21

1	Id	ENGAGEMENT																			
		VIGOR						DEDICACION						ABSORCION							
2		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL	P7	P8	P9	P10	P11	TOTAL	P12	P13	P14	P15	P16	P17	TOTAL
3																					
4	E1	5	5	3	3	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
5	E2	5	5	3	5	5	5	28	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
6	E3	3	3	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
7	E4	5	5	5	4	5	4	28	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	4	5	28
8	E5	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	23
9	E6	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24
10	E7	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	3	3	17	3	4	4	4	4	3	22
11	E8	4	5	4	4	4	5	26	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	4	27
12	E9	5	5	4	3	4	4	25	4	4	4	4	5	21	5	4	5	5	5	5	29
13	E10	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	5	5	26
14	E11	4	3	3	4	3	4	21	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	4	23
15	E12	4	3	4	4	4	5	24	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	4	5	26
16	E13	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	5	4	28
17	E14	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	4	24
18	E15	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	4	22	4	4	5	4	4	4	25
19	E16	5	5	2	2	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30
20	E17	4	4	2	2	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	23
21	E18	5	4	3	3	4	4	23	4	5	5	5	5	24	5	5	5	4	4	4	27
22	E19	4	4	4	2	4	3	21	5	3	3	3	3	17	4	4	4	4	4	5	25
23	E20	4	4	3	5	4	5	25	4	3	4	5	4	20	3	3	4	4	5	5	24
24	E21	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	5	30
25	E22	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	5	5	25
26	E23	4	2	4	4	4	4	22	3	4	4	3	3	17	3	4	4	4	3	4	22
27	E24	5	5	3	2	5	4	24	3	4	4	4	4	19	4	4	5	5	5	5	28

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V
9	E46	4	3	3	3	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	24
0	E47	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	3	4	4	21
1	E48	5	4	5	4	4	3	25	4	3	4	4	4	19	4	5	4	4	5	4	4	26
2	E49	5	5	4	3	5	5	27	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	30
3	E50	4	4	2	2	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	24
4	E51	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	24
5	E52	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	5	30
6	E53	4	2	4	2	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	5	5	26
7	E54	4	4	2	2	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	4	4	26
8	E55	5	5	3	5	5	5	28	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	5	5	5	28
9	E56	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	5	5	25
0	E57	4	4	4	3	4	4	23	4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	4	4	4	25
1	E58	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	4	4	4	28
2	E59	5	5	3	4	5	5	27	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	5	5	29
3	E60	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	24
4	E61	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	24
5	E62	4	3	4	3	4	5	23	3	3	3	3	2	14	3	4	4	3	3	4	4	21
6	E63	5	5	1	1	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	24
7	E64	5	5	4	4	5	5	28	4	5	4	5	4	22	5	4	4	4	4	4	4	25
8	E65	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	4	4	25
9	E66	5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	30
0	E67	5	5	3	3	5	4	25	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	5	5	5	29
1	E68	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	5	29
2	E69	3	3	5	4	4	4	23	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	3	4	4	21
3	E70	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	23
4	E71	4	4	3	4	5	5	25	5	5	5	3	4	22	4	3	3	4	4	5	5	23
5	E72	3	3	4	4	3	4	21	3	4	3	4	3	17	3	4	3	3	4	3	4	20

Nota. Elaborado en el mes de abril del 2023

Base de datos de SPSS

Apéndice G

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda														
23 : V2 61 Visible: 22 de 22 variables														
	GEN	ESCI	EDAD	GRAIN	V1	V2	D1V1	D2V1	D3V1	D4V1	V2D1	V2D2	V2D3	V1_niveles_socialización
1	1	1	3	3	83	68	24	19	24	16	24	20	24	
2	1	1	1	3	110	83	30	25	30	25	28	25	30	
3	1	1	2	2	91	66	24	22	24	21	22	20	24	
4	1	1	2	3	99	79	28	21	27	23	28	23	28	
5	1	1	1	1	80	65	19	18	23	20	22	20	23	
6	1	1	2	3	78	66	26	20	22	10	22	20	24	
7	1	2	4	1	77	62	21	18	19	19	23	17	22	
8	1	1	2	3	98	75	30	25	27	16	26	22	27	
9	2	1	2	2	72	75	20	18	20	14	25	21	29	
10	1	1	2	1	103	75	25	23	30	25	26	23	26	
11	2	1	2	2	84	63	22	19	24	19	21	19	23	
12	1	1	1	1	85	71	25	19	23	18	24	21	26	
13	1	1	2	3	97	74	24	22	27	24	25	21	28	
14	1	1	2	3	90	73	24	22	26	18	24	25	24	
15	1	1	2	3	76	71	18	21	22	15	24	22	25	
16	1	1	2	3	97	79	30	25	26	16	24	25	30	
17	1	1	2	2	94	63	28	23	26	17	20	20	23	
18	1	1	2	2	89	74	27	20	25	17	23	24	27	
19	2	1	2	2	91	63	23	23	26	19	21	17	25	
20	1	1	1	3	88	69	26	20	23	19	25	20	24	
21	2	1	3	2	98	77	26	23	26	23	25	22	30	
22	1	1	1	3	76	66	19	19	24	14	22	19	25	

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda															
45 : V2D3 23 Visible: 22 de 22 variabl															
	GEN	ESCI	EDAD	GRAIN	V1	V2	D1V1	D2V1	D3V1	D4V1	V2D1	V2D2	V2D3	V1_niveles_socialización	
23	2	1	2	2	75	61	18	19	21	17	22	17	22		
24	1	1	3	3	85	71	23	22	23	17	24	19	28		
25	1	1	2	3	82	69	24	20	21	17	26	21	22		
26	1	1	2	3	88	85	26	22	24	16	30	25	30		
27	1	2	4	1	80	71	24	20	20	16	24	20	27		
28	1	1	2	3	84	69	24	20	23	17	22	20	27		
29	1	1	2	3	79	80	24	20	21	14	25	25	30		
30	1	1	3	3	87	71	26	23	21	17	20	21	30		
31	1	2	3	3	81	66	24	20	21	16	20	20	26		
32	1	1	2	2	84	79	14	22	26	22	26	24	29		
33	1	1	2	3	57	35	16	18	12	11	11	12	12		
34	1	1	2	3	93	84	22	23	27	21	30	25	29		
35	1	2	3	2	94	65	26	24	24	20	21	20	24		
36	1	1	2	3	68	64	13	19	21	15	23	18	23		
37	2	1	3	3	73	70	19	19	20	15	26	20	24		
38	1	1	3	2	96	84	21	25	29	21	30	24	30		
39	1	1	3	3	80	68	23	21	20	16	26	20	22		
40	1	1	2	3	84	66	24	20	24	16	22	20	24		
41	1	1	2	3	99	83	23	24	28	24	29	25	29		
42	1	2	4	3	87	63	24	21	23	19	24	24	15		
43	1	1	3	3	80	65	19	21	22	18	22	20	23		
44	1	1	3	3	88	69	24	23	23	18	25	21	23		
45	1	1	4	1	86	71	18	22	27	19	26	22	23		
46	1	1	2	3	79	65	24	20	21	14	21	20	24		
47	1	1	3	3	84	64	24	23	22	15	24	19	21		
48	1	1	3	3	75	70	16	23	21	15	25	19	26		
49	1	1	2	3	109	82	30	25	29	25	27	25	30		
50	1	1	3	3	88	64	30	23	21	14	20	20	24		

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda														
29 : V2 80 Visible: 22 de 22 variables														
	GEN	ESCI	EDAD	GRAIN	V1	V2	D1V1	D2V1	D3V1	D4V1	V2D1	V2D2	V2D3	V1_niveles_socialización
50	1	1	3	3	88	64	30	23	21	14	20	20	24	
51	1	1	3	3	87	68	26	25	22	14	24	20	24	
52	1	1	2	3	90	77	22	20	28	20	24	23	30	
53	1	1	2	3	72	66	15	21	22	14	20	20	26	
54	1	1	2	2	79	73	18	21	22	18	22	25	26	
55	1	1	2	3	94	81	18	25	28	23	28	25	28	
56	1	1	2	3	73	77	13	20	25	15	28	24	25	
57	1	1	4	1	71	70	18	19	20	14	23	22	25	
58	2	1	3	3	78	71	20	21	23	14	22	21	28	
59	1	1	3	1	103	81	29	25	29	20	27	25	29	
60	1	1	2	2	101	68	24	23	30	24	24	20	24	
61	1	1	3	3	83	66	21	18	24	20	22	20	24	
62	1	1	1	3	79	58	23	21	18	17	23	14	21	
63	1	2	3	1	88	64	25	19	24	20	20	20	24	
64	1	1	1	3	105	75	27	24	30	24	28	22	25	
65	1	1	3	3	79	76	21	20	18	20	26	25	25	
66	1	1	3	3	103	83	28	24	28	23	29	24	30	
67	1	1	2	3	81	77	22	18	22	19	25	23	29	
68	1	1	3	2	81	78	24	20	23	14	24	25	29	
69	1	1	2	3	72	63	17	19	21	15	23	19	21	
70	1	1	3	3	79	67	23	19	22	15	24	20	23	
71	1	1	2	2	89	70	25	20	27	17	25	22	23	
72	1	1	2	3	81	58	18	20	22	21	21	17	20	
73														

Nota. Elaborado en los meses de abril y mayo del 2023, en donde se aplicó Tau-b de Kendall para medida no paramétrica de la correlación.

Apéndice H

Evidencia del llenado de encuestas



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco
Facultad de Administración y Turismo
Escuela Profesional de Turismo

Cuestionario que mide la socialización organizacional

Apreciados colaboradores:

Por favor, concédeme unos minutos para responder el siguiente cuestionario, cuya finalidad es determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Se garantiza que su participación se trata de carácter confidencial, sus respuestas solo serán utilizadas para fines académicos.

Datos demográficos

Género	Masculino		Femenino	
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Estado civil	Soltero <input checked="" type="checkbox"/>	Casado <input type="checkbox"/>	Divorciado <input type="checkbox"/>	Viudo <input type="checkbox"/>
Edad	19 a 25 años <input checked="" type="checkbox"/>	26 a 35 años <input type="checkbox"/>	36 a 45 años <input type="checkbox"/>	46 a más años <input type="checkbox"/>
Grado de instrucción	Secundaria completa <input type="checkbox"/>	Superior universitario <input type="checkbox"/>	Estudios técnicos <input checked="" type="checkbox"/>	

A continuación, encontrará unos ítems relacionados a la socialización organizacional, se le solicita su opinión sincera al respecto. Marque con una "X" lo que corresponda su opinión, en base al siguiente criterio

Ítems	Totamente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totamente de acuerdo
	1	2	3	4	5
1 Esta empresa realiza capacitaciones exhaustivas para mejorar las habilidades laborales de sus trabajadores				<input checked="" type="checkbox"/>	
2 La formación en esta empresa me ha permitido ser más proactivo y realizar muy bien mi trabajo				<input checked="" type="checkbox"/>	
3 Los entrenamientos dados por parte de la empresa me ayudaron en la forma de afrontar cualquiera situación laboral en la empresa					<input checked="" type="checkbox"/>
4 Las instrucciones dadas por mi supervisor han sido valiosas para mi mejor desempeño en mi trabajo				<input checked="" type="checkbox"/>	
5 La empresa me ha brindado una excelente capacitación laboral					<input checked="" type="checkbox"/>
6 La empresa realiza un adecuado proceso de inducción a los nuevos miembros de la organización				<input checked="" type="checkbox"/>	
7 Tengo conocimiento clara y precisa de mis responsabilidades en esta empresa					<input checked="" type="checkbox"/>
8 Tengo una comprensión completa del manual de organización y funciones de la empresa					<input checked="" type="checkbox"/>
9 La empresa cuenta con canales de comunicación empresarial para intercambiar información entre la dirección de la organización y los trabajadores			<input checked="" type="checkbox"/>		
10 Tengo una interacción amena y agradable con los colaboradores de la empresa				<input checked="" type="checkbox"/>	
11 Sé muy bien cómo hacer las cosas en esta empresa			<input checked="" type="checkbox"/>		
12 Mis relaciones con los demás trabajadores de esta empresa son muy buenas				<input checked="" type="checkbox"/>	
13 Tengo la seguridad en mí misma y la capacidad para llevar acabo mis responsabilidades eficientemente en la empresa			<input checked="" type="checkbox"/>		
14 Mis compañeros de trabajo han hecho mucho para ayudarme a adaptarme a esta organización				<input checked="" type="checkbox"/>	
15 Considero que debo alcanzar un nivel de excelencia en este trabajo					<input checked="" type="checkbox"/>
16 Cada miembro de la organización se identifica y desarrolla un rol que complementa al trabajo efectuado por sus compañeros				<input checked="" type="checkbox"/>	
17 La organización cuenta con el programa de apoyo emocional y psicológico a los trabajadores en el ámbito laboral			<input checked="" type="checkbox"/>		
18 Hay muchas oportunidades para una buena carrera en esta empresa				<input checked="" type="checkbox"/>	
19 Estoy contento con las recompensas que ofrece esta organización			<input checked="" type="checkbox"/>		
20 Las oportunidades de integración y ascenso en esta organización están disponibles para todas las aspirantes				<input checked="" type="checkbox"/>	
21 Puedo anticipar fácilmente mis perspectivas de ascenso en esta empresa			<input checked="" type="checkbox"/>		
22 La empresa me da facilidad para mejorar mi aspecto académico					<input checked="" type="checkbox"/>



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco
Facultad de Administración y Turismo
Escuela Profesional de Turismo

Cuestionario que mide el engagement

A continuación, encontrará unos ítems relacionados al engagement, se le solicita su opinión sincera al respecto. Marque con una "X" lo que corresponda su opinión, en base al siguiente criterio

Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
1 En la agencia de viajes donde laboro me siento lleno de energía				X	
2 Me levanto cada día para ir a trabajar a la empresa con el mismo ánimo que la primera vez				X	
3 En la agencia de viajes puedo trabajar bajo presión			X		
4 En la empresa puedo realizar jornadas laborales largas y horarios de trabajo no habitual					X
5 Doy todo mi esfuerzo y dedicación en mi jornada laboral en la empresa				X	
6 Me esfuerzo para aprender cosas nuevas en Machupicchu Reservations					X
7 El trabajo duro y la persistencia son cualidades que me caracteriza de los demás en la empresa				X	
8 Mi trabajo en la agencia de viajes está lleno de significado y propósito			X		
9 Demuestro actitud positiva y entusiasmo en mi círculo laboral en la empresa				X	
10 Estoy orgulloso de formar parte de la empresa Machupicchu Reservations					X
11 Considero que los labores que me delegan son retadores				X	
12 Me siento motivado en la empresa por el salario, horarios flexibles y planes de carrera que posee			X		
13 La empresa reconoce el esfuerzo y el trabajo bien realizado por sus trabajadores			X		
14 Machupicchu Reservations posee un clima laboral agradable				X	
15 Me siento muy feliz cuando estoy enfocado en mi trabajo				X	
16 Estoy muy contento con mi puesto de trabajo en la agencia de viajes				X	
17 Soy feliz brindando un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros en la empresa Machupicchu Reservations					X



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco
Facultad de Administración y Turismo
Escuela Profesional de Turismo

Cuestionario que mide la socialización organizacional

Apreciados colaboradores:

Por favor, concédeme unos minutos para responder el siguiente cuestionario, cuya finalidad es determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Se garantiza que su participación se trata de carácter confidencial, sus respuestas solo serán utilizadas para fines académicos.

Datos demográficos

Género	Masculino	<input checked="" type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
Estado civil	Soltero	<input checked="" type="checkbox"/>	Casado	<input type="checkbox"/>
			Divorciado	<input type="checkbox"/>
			Viudo	<input type="checkbox"/>
Edad	19 a 25 años	<input type="checkbox"/>	26 a 35 años	<input checked="" type="checkbox"/>
			36 a 45 años	<input type="checkbox"/>
			46 a más años	<input type="checkbox"/>
Grado de instrucción	Secundaria completa	<input checked="" type="checkbox"/>	Superior universitario	<input type="checkbox"/>
			Estudios técnicos	<input type="checkbox"/>

A continuación, encontrará unos ítems relacionados a la socialización organizacional, se le solicita su opinión sincera al respecto. Marque con una "X" lo que corresponda su opinión, en base al siguiente criterio:

Ítems		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	Esta empresa realiza capacitaciones exhaustivas para mejorar las habilidades laborales de sus trabajadores					
2	La formación en esta empresa me ha permitido ser más proactivo y realizar muy bien mi trabajo					
3	Los entrenamientos dados por parte de la empresa me ayudaron en la forma de afrontar cualquiera situación laboral en la empresa					
4	Las instrucciones dadas por mi supervisor han sido valiosas para mi mejor desempeño en mi trabajo					
5	La empresa me ha brindado una excelente capacitación laboral					
6	La empresa realiza un adecuado proceso de inducción a los nuevos miembros de la organización					
7	Tengo conocimiento clara y precisa de mis responsabilidades en esta empresa					
8	Tengo una comprensión completa del manual de organización y funciones de la empresa					
9	La empresa cuenta con canales de comunicación empresarial para intercambiar información entre la dirección de la organización y los trabajadores					
10	Tengo una interacción amena y agradable con los colaboradores de la empresa					
11	Sé muy bien cómo hacer las cosas en esta empresa					
12	Mis relaciones con los demás trabajadores de esta empresa son muy buenas					
13	Tengo la seguridad en mí misma y la capacidad para llevar a cabo mis responsabilidades eficientemente en la empresa					
14	Mis compañeros de trabajo han hecho mucho para ayudarme a adaptarme a esta organización					
15	Considero que debo alcanzar un nivel de excelencia en este trabajo					
16	Cada miembro de la organización se identifica y desarrolla un rol que complementa al trabajo efectuado por sus compañeros					
17	La organización cuenta con el programa de apoyo emocional y psicológico a los trabajadores en el ámbito laboral					
18	Hay muchas oportunidades para una buena carrera en esta empresa					
19	Estoy contento con las recompensas que ofrece esta organización					
20	Las oportunidades de integración y ascenso en esta organización están disponibles para todas las aspirantes					
21	Puedo anticipar fácilmente mis perspectivas de ascenso en esta empresa					
22	La empresa me da facilidad para mejorar mi aspecto académico					



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco
Facultad de Administración y Turismo
Escuela Profesional de Turismo

Cuestionario que mide el engagement

A continuación, encontrará unos ítems relacionados al engagement, se le solicita su opinión sincera al respecto. Marque con una "X" lo que corresponda su opinión, en base al siguiente criterio

Ítems	Totamente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totamente de acuerdo
	1	2	3	4	5
1 En la agencia de viajes donde laboro me siento lleno de energía				X	
2 Me levanto cada día para ir a trabajar a la empresa con el mismo ánimo que la primera vez				X	
3 En la agencia de viajes puedo trabajar bajo presión				X	
4 En la empresa puedo realizar jornadas laborales largas y horarios de trabajo no habitual				X	
5 Doy todo mi esfuerzo y dedicación en mi jornada laboral en la empresa				X	
6 Me esfuerzo para aprender cosas nuevas en Machupicchu Reservations				X	
7 El trabajo duro y la persistencia son cualidades que me caracteriza de los demás en la empresa				X	
8 Mi trabajo en la agencia de viajes está lleno de significado y propósito				X	
9 Demuestro actitud positiva y entusiasmo en mi círculo laboral en la empresa				X	
10 Estoy orgulloso de formar parte de la empresa Machupicchu Reservations				X	
11 Considero que los labores que me delegan son retadores				X	
12 Me siento motivado en la empresa por el salario, horarios flexibles y planes de carrera que posee				X	
13 La empresa reconoce el esfuerzo y el trabajo bien realizado por sus trabajadores				X	
14 Machupicchu Reservations posee un clima laboral agradable				X	
15 Me siento muy feliz cuando estoy enfocado en mi trabajo				X	
16 Estoy muy contento con mi puesto de trabajo en la agencia de viajes				X	
17 Soy feliz brindando un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros en la empresa Machupicchu Reservations				X	

39



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco
Facultad de Administración y Turismo
Escuela Profesional de Turismo

Cuestionario que mide la socialización organizacional

Apreciados colaboradores:

Por favor, concédeme unos minutos para responder el siguiente cuestionario, cuya finalidad es determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco, 2022. Se garantiza que su participación se trata de carácter confidencial, sus respuestas solo serán utilizadas para fines académicos.

Datos demográficos

Género	Masculino				Femenino			
Estado civil	Soltero	<input checked="" type="checkbox"/>	Casado	<input checked="" type="checkbox"/>	Divorciado	<input type="checkbox"/>	Viudo	<input type="checkbox"/>
Edad	19 a 25 años	<input type="checkbox"/>	26 a 35 años	<input type="checkbox"/>	36 a 45 años	<input checked="" type="checkbox"/>	46 a más años	<input type="checkbox"/>
Grado de instrucción	Secundaria completa				Superior universitario		Estudios técnicos	<input checked="" type="checkbox"/>

A continuación, encontrará unos ítems relacionados a la socialización organizacional, se le solicita su opinión sincera al respecto. Marque con una "X" lo que corresponda su opinión, en base al siguiente criterio

Ítems		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	Esta empresa realiza capacitaciones exhaustivas para mejorar las habilidades laborales de sus trabajadores				<input checked="" type="checkbox"/>	
2	La formación en esta empresa me ha permitido ser más proactivo y realizar muy bien mi trabajo				<input checked="" type="checkbox"/>	
3	Los entrenamientos dados por parte de la empresa me ayudaron en la forma de afrontar cualquier situación laboral en la empresa				<input checked="" type="checkbox"/>	
4	Las instrucciones dadas por mi supervisor han sido valiosas para mi mejor desempeño en mi trabajo				<input checked="" type="checkbox"/>	
5	La empresa me ha brindado una excelente capacitación laboral			<input checked="" type="checkbox"/>		
6	La empresa realiza un adecuado proceso de inducción a los nuevos miembros de la organización				<input checked="" type="checkbox"/>	
7	Tengo conocimiento clara y precisa de mis responsabilidades en esta empresa					<input checked="" type="checkbox"/>
8	Tengo una comprensión completa del manual de organización y funciones de la empresa				<input checked="" type="checkbox"/>	
9	La empresa cuenta con canales de comunicación empresarial para intercambiar información entre la dirección de la organización y los trabajadores				<input checked="" type="checkbox"/>	
10	Tengo una interacción amena y agradable con los colaboradores de la empresa			<input checked="" type="checkbox"/>		
11	Sé muy bien cómo hacer las cosas en esta empresa					<input checked="" type="checkbox"/>
12	Mis relaciones con los demás trabajadores de esta empresa son muy buenas			<input checked="" type="checkbox"/>		
13	Tengo la seguridad en mí misma y la capacidad para llevar acabo mis responsabilidades eficientemente en la empresa			<input checked="" type="checkbox"/>		
14	Mis compañeros de trabajo han hecho mucho para ayudarme a adaptarme a esta organización			<input checked="" type="checkbox"/>		
15	Considero que debo alcanzar un nivel de excelencia en este trabajo				<input checked="" type="checkbox"/>	
16	Cada miembro de la organización se identifica y desarrolla un rol que complementa al trabajo efectuado por sus compañeros				<input checked="" type="checkbox"/>	
17	La organización cuenta con el programa de apoyo emocional y psicológico a los trabajadores en el ámbito laboral			<input checked="" type="checkbox"/>		
18	Hay muchas oportunidades para una buena carrera en esta empresa			<input checked="" type="checkbox"/>		
19	Estoy contento con las recompensas que ofrece esta organización			<input checked="" type="checkbox"/>		
20	Las oportunidades de integración y ascenso en esta organización están disponibles para todos los aspirantes			<input checked="" type="checkbox"/>		
21	Puedo anticipar fácilmente mis perspectivas de ascenso en esta empresa			<input checked="" type="checkbox"/>		
22	La empresa me da facilidad para mejorar mi aspecto académico				<input checked="" type="checkbox"/>	



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco
Facultad de Administración y Turismo
Escuela Profesional de Turismo

Cuestionario que mide el engagement

A continuación, encontrará unos ítems relacionados al engagement, se le solicita su opinión sincera al respecto. Marque con una "X" lo que corresponda su opinión, en base al siguiente criterio

Ítems	Totamente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totamente de acuerdo
	1	2	3	4	5
1 En la agencia de viajes donde laboro me siento lleno de energía			X		
2 Me levanto cada día para ir a trabajar a la empresa con el mismo ánimo que la primera vez			X		
3 En la agencia de viajes puedo trabajar bajo presión					X
4 En la empresa puedo realizar jornadas laborales largas y horarios de trabajo no habitual					X
5 Doy todo mi esfuerzo y dedicación en mi jornada laboral en la empresa					X
6 Me esfuerzo para aprender cosas nuevas en Machupicchu Reservations					X
7 El trabajo duro y la persistencia son cualidades que me caracteriza de los demás en la empresa					X
8 Mi trabajo en la agencia de viajes está lleno de significado y propósito			X		
9 Demuestro actitud positiva y entusiasmo en mi círculo laboral en la empresa				X	
10 Estoy orgulloso de formar parte de la empresa Machupicchu Reservations				X	
11 Considero que los labores que me delegan son retadores				X	
12 Me siento motivado en la empresa por el salario, horarios flexibles y planes de carrera que posee				X	
13 La empresa reconoce el esfuerzo y el trabajo bien realizado por sus trabajadores			X		
14 Machupicchu Reservations posee un clima laboral agradable				X	
15 Me siento muy feliz cuando estoy enfocado en mi trabajo				X	
16 Estoy muy contento con mi puesto de trabajo en la agencia de viajes			X		
17 Soy feliz brindando un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros en la empresa Machupicchu Reservations				X	

Apéndice I

Validación de socialización organizacional por los expertos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide a socialización organizacional

Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Entrenamiento							
1	Esta empresa realiza capacitaciones exhaustivas para mejorar las habilidades laborales de sus trabajadores						
2	La formación en esta empresa me ha permitido ser más proactivo y realizar muy bien mi trabajo						
3	Los entrenamientos dados por parte de la empresa me ayudaron en la forma de realizar mis responsabilidades laborales						
4	Las instrucciones dadas por mi supervisor han sido valiosas para mi mejor desempeño en mi trabajo						
5	La empresa me ha brindado una excelente capacitación laboral						
6	La empresa realiza una adecuada proceso de inducción a los nuevos miembros de la organización						
D2: Comprensión							
7	Tengo una comprensión completa de mis deberes en esta empresa						
8	Los objetivos de esta organización son comprendidos por casi todos los que trabajan en la empresa						
9	La empresa cuenta con medios y recursos para el intercambio de mensaje para gestionar responsabilidades laborales						
10	Tengo un buen conocimiento de los objetivos de la organización y la forma de trabajo						
11	Sé muy bien cómo hacer las cosas en esta empresa						
D3: Apoyo de los compañeros							
12	Mis relaciones con los demás trabajadores de esta empresa son muy buenas						
13	La mayoría de mis compañeros de trabajo me han aceptado como miembro de esta empresa						
14	Mis compañeros de trabajo han hecho mucho para ayudarme a adaptarme a esta organización						
15	Otros trabajadores me han ayudado en el trabajo de varias maneras						
16	Para mis compañeros de trabajo es muy importante la cooperación y trabajo en equipo						
17	Mis compañeros de trabajo suelen estar dispuestos a ofrecer su ayuda o consejo						
D4: Perspectiva de futuro							
18	Hay muchas oportunidades para una buena carrera en esta empresa						
19	Estoy contento con las recompensas que ofrece esta organización						
20	Las oportunidades de integración y ascenso en esta organización están disponibles para todas las aspirantes						
21	Puedo anticipar fácilmente mis perspectivas de ascenso en esta empresa						
22	Puedo asegurar que esta organización es mas comprensible en temas académicos						

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: ROSELY VIVERO GIBAJA DNI: 23933226

Especialidad del validador: EN ECONOMIA Y GESTION

Cusco 21 de 02 del 2023

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


 Firma del Experto Informante.
ROSELY VIVERO GIBAJA

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide a socialización organizacional

Ítems		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Entrenamiento								
1	Esta empresa realiza capacitaciones exhaustivas para mejorar las habilidades laborales de sus trabajadores	X		X		X		
2	La formación en esta empresa me ha permitido ser más proactivo y realizar muy bien mi trabajo	X		X		X		
3	Los entrenamientos dados por parte de la empresa me ayudaron en la forma de realizar mis responsabilidades laborales	X		X		X		
4	Las instrucciones dadas por mi supervisor han sido valiosas para mi mejor desempeño en mi trabajo	X		X		X		
5	La empresa me ha brindado una excelente capacitación laboral	X		X		X		
6	La empresa realiza una adecuada proceso de inducción a los nuevos miembros de la organización	X		X		X		
D2: Comprensión		Si	No	Si	No	Si	No	
7	Tengo una comprensión completa de mis deberes en esta empresa	X		X		X		
8	Los objetivos de esta organización son comprendidos por casi todos los que trabajan en la empresa	X		X		X		
9	La empresa cuenta con medios y recursos para el intercambio de mensaje para gestionar responsabilidades laborales	X		X		X		
10	Tengo un buen conocimiento de los objetivos de la organización y la forma de trabajo	X		X		X		
11	Sé muy bien cómo hacer las cosas en esta empresa	X		X		X		
D3: Apoyo de los compañeros		Si	No	Si	No	Si	No	
12	Mis relaciones con los demás trabajadores de esta empresa son muy buenas	X		X		X		
13	La mayoría de mis compañeros de trabajo me han aceptado como miembro de esta empresa	X		X		X		
14	Mis compañeros de trabajo han hecho mucho para ayudarme a adaptarme a esta organización	X		X		X		
15	Otros trabajadores me han ayudado en el trabajo de varias maneras	X		X		X		
16	Para mis compañeros de trabajo es muy importante la cooperación y trabajo en equipo	X		X		X		
17	Mis compañeros de trabajo suelen estar dispuestos a ofrecer su ayuda o consejo	X		X		X		
D4: Perspectiva de futuro		Si	No	Si	No	Si	No	
18	Hay muchas oportunidades para una buena carrera en esta empresa	X		X		X		
19	Estoy contento con las recompensas que ofrece esta organización	X		X		X		
20	Las oportunidades de integración y ascenso en esta organización están disponibles para todas las aspirantes	X		X		X		
21	Puedo anticipar fácilmente mis perspectivas de ascenso en esta empresa	X		X		X		
22	Puedo asegurar que esta organización es mas comprensible en temas académicos	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Roxana Julia Abarca Rumbide DNI: 23908183

Especialidad del validador: Especialista en Turismo

Cusco 25 de 02 del 2023

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide a socialización organizacional

ítems		Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Entrenamiento								
1	Esta empresa realiza capacitaciones exhaustivas para mejorar las habilidades laborales de sus trabajadores	X				X		
2	La formación en esta empresa me ha permitido ser más proactivo y realizar muy bien mi trabajo	X				X		
3	Los entrenamientos dados por parte de la empresa me ayudaron en la forma de realizar mis responsabilidades laborales	X				X		
4	Las instrucciones dadas por mi supervisor han sido valiosas para mi mejor desempeño en mi trabajo	X				X		
5	La empresa me ha brindado una excelente capacitación laboral	X				X		
6	La empresa realiza una adecuada proceso de inducción a los nuevos miembros de la organización	X				X		
D2: Comprensión								
7	Tengo una comprensión completa de mis deberes en esta empresa	X				X		
8	Los objetivos de esta organización son comprendidos por casi todos los que trabajan en la empresa	X				X		
9	La empresa cuenta con medios y recursos para el intercambio de mensaje para gestionar responsabilidades laborales	X				X		
10	Tengo un buen conocimiento de los objetivos de la organización y la forma de trabajo	X				X		
11	Sé muy bien cómo hacer las cosas en esta empresa	X				X		
D3: Apoyo de los compañeros								
12	Mis relaciones con los demás trabajadores de esta empresa son muy buenas	X				X		
13	La mayoría de mis compañeros de trabajo me han aceptado como miembro de esta empresa	X				X		
14	Mis compañeros de trabajo han hecho mucho para ayudarme a adaptarme a esta organización	X				X		
15	Otros trabajadores me han ayudado en el trabajo de varias maneras	X				X		
16	Para mis compañeros de trabajo es muy importante la cooperación y trabajo en equipo	X				X		
17	Mis compañeros de trabajo suelen estar dispuestos a ofrecer su ayuda o consejo	X				X		
D4: Perspectiva de futuro								
18	Hay muchas oportunidades para una buena carrera en esta empresa	X		X		X		
19	Estoy contento con las recompensas que ofrece esta organización	X		X		X		
20	Las oportunidades de integración y ascenso en esta organización están disponibles para todas los aspirantes	X		X		X		
21	Puedo anticipar fácilmente mis perspectivas de ascenso en esta empresa	X		X		X		
22	Puedo asegurar que esta organización es mas comprensible en temas académicos	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: - Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: FRANCISCO ASTETE SAAVEDRA DNI: 23918490

Especialidad del validador: GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS

Cusco 22 de 02 del 2023

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Apéndice J

Validación de engagement por los expertos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide a engagement

Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Vigor							
1 En la agencia de viajes donde yo laboro me siento lleno de energía	X		X		X		
2 Cuando me levanto por las mañanas, tengo ganas de ir a trabajar a la agencia	X		X		X		
3 En la agencia de viajes, incluso cuando las cosas no van bien, puedo continuar trabajando	X		X		X		
4 En la empresa Machupicchu Reservations puedo continuar trabajando durante largos períodos de tiempo	X		X		X		
5 En la agencia de viajes donde laboro soy fuerte y vigoroso	X		X		X		
6 En la agencia donde estoy trabajando soy muy persistente	X		X		X		
D2: Dedicación							
7 Trabajar en Machupicchu Reservations, para mí es una inspiración	X		X		X		
8 Mi trabajo en la agencia de viajes está lleno de significado y propósito	X		X		X		
9 Estoy entusiasmado con mi trabajo en la agencia de viajes	X		X		X		
10 Estoy orgulloso del trabajo que realizo en la empresa Machupicchu Reservations	X		X		X		
11 Mi trabajo en la agencia de viajes es retador	X		X		X		
D3: Absorción							
12 Cuando trabajo en la empresa Machupicchu Reservations siento que El tiempo pasa muy rápido	X		X		X		
13 Cuando estoy trabajando en la agencia olvido todo lo que pasa alrededor de mí	X		X		X		
14 Soy muy feliz trabajando en la agencia de viaje Machupicchu Reservations	X		X		X		
15 Pongo toda mi atención en mis responsabilidades en la agencia de viajes	X		X		X		
16 Cuando trabajo en Machupicchu Reservations me dejo llevar y es una inspiración trabajar	X		X		X		
17 Para mí es difícil desconectarme de mi trabajo en la agencia de viajes	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: ROGER VENERO GIBAJA DNI: 23833226

Especialidad del validador: EP ECONOMIA Y GESTIÓN Cusco 21 de 08 del 2023

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



 Firma del Experto Informante.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide a engagement

Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Vigor							
1	En la agencia de viajes donde yo laboro me siento lleno de energía	X		X		X	
2	Cuando me levanto por las mañanas, tengo ganas de ir a trabajar a la agencia	X		X		X	
3	En la agencia de viajes, incluso cuando las cosas no van bien, puedo continuar trabajando	X		X		X	
4	En la empresa Machupicchu Reservations puedo continuar trabajando durante largos períodos de tiempo	X		X		X	
5	En la agencia de viajes donde laboro soy fuerte y vigoroso	X		X		X	
6	En la agencia donde estoy trabajando soy muy persistente	X		X		X	
D2: Dedicación							
7	Trabajar en Machupicchu Reservations, para mí es una inspiración	X					
8	Mi trabajo en la agencia de viajes está lleno de significado y propósito	X					
9	Estoy entusiasmado con mi trabajo en la agencia de viajes	X					
10	Estoy orgulloso del trabajo que realizo en la empresa Machupicchu Reservations	X					
11	Mi trabajo en la agencia de viajes es retador	X					
D3: Absorción							
12	Cuando trabajo en la empresa Machupicchu Reservations siento que el tiempo pasa muy rápido	X		X		X	
13	Cuando estoy trabajando en la agencia olvido todo lo que pasa alrededor de mí	X		X		X	
14	Soy muy feliz trabajando en la agencia de viaje Machupicchu Reservations	X		X		X	
15	Pongo toda mi atención en mis responsabilidades en la agencia de viajes	X		X		X	
16	Cuando trabajo en Machupicchu Reservations me dejo llevar y es una inspiración trabajar	X		X		X	
17	Para mí es difícil desconectarme de mi trabajo en la agencia de viajes	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg: Roxana Julia Abasco Arambide

DNI: 23 90 51 93

Especialidad del validador: Especialista en Turismo

Cusco 25 de 02 del 2023

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante.

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide a engagement

Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
	Si	No	Si	No	Si	No	
D1: Vigor							
1	En la agencia de viajes donde yo laboro me siento lleno de energía	X		X		X	
2	Cuando me levanto por las mañanas, tengo ganas de ir a trabajar a la agencia	X		X		X	
3	En la agencia de viajes, incluso cuando las cosas no van bien, puedo continuar trabajando	X		X		X	
4	En la empresa Machupicchu Reservations puedo continuar trabajando durante largos periodos de tiempo	X		X		X	
5	En la agencia de viajes donde laboro soy fuerte y vigoroso	X		X		X	
6	En la agencia donde estoy trabajando soy muy persistente	X		X		X	
D2: Dedicación							
7	Trabajar en Machupicchu Reservations, para mi es una inspiración	X		X		X	
8	Mi trabajo en la agencia de viajes está lleno de significado y propósito	X		X		X	
9	Estoy entusiasmado con mi trabajo en la agencia de viajes	X		X		X	
10	Estoy orgulloso del trabajo que realice en la empresa Machupicchu Reservations	X		X		X	
11	Mi trabajo en la agencia de viajes es retador	X		X		X	
D3: Absorción							
12	Cuando trabajo en la empresa Machupicchu Reservations siento que El tiempo pasa muy rápido	X		X		X	
13	Cuando estoy trabajando en la agencia olvido todo lo que pasa alrededor de mí	X		X		X	
14	Soy muy feliz trabajando en la agencia de viaje Machupicchu Reservations	X		X		X	
15	Pongo toda mi atención en mis responsabilidades en la agencia de viajes	X		X		X	
16	Cuando trabajo en Machupicchu Reservations me dejo llevar y es una inspiración trabajar	X		X		X	
17	Para mí es difícil desconectarme de mi trabajo en la agencia de viajes	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: FRANCISCO ASISTE SÁLVEDA

DNI: 23912490

Especialidad del validador: Gestión de Empresas Turísticas

Cusco 22 de 02 del 2023

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.

Apéndice K

Informe sobre los colaboradores de la empresa

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

INFORME

De: SRA. LISBETH BAUTISTA CJUIRO
Gerente de Machupicchu Reservations

Para: Carmen Rosa Huahuasoncco Huamán

Fecha: Cusco, 7 de agosto del 2023

Asunto: Informe sobre los colaboradores de la empresa

De mi especial consideración,

Por medio del presente, y atendiendo la solicitud verbal realizada por la Srta. Carmen Rosa Huahuasoncco Huamán, identificada con DNI N° 62350328, deseo poner en conocimiento lo siguiente:

Nuestra empresa actúa como agencia tour operadora. Para garantizar la prestación eficiente de nuestros servicios, contamos con un equipo diverso que incluye arrieros, cocineros, alta gerencia, conductores, porteadores, guías y personal de oficina. En total, disponemos de 80 trabajadores permanentes; algunos bajo régimen de planilla y otros mediante recibos por honorarios, todos ellos dependen directamente de nuestra organización.

Se emite este documento a petición de la Srta. Carmen Rosa Huahuasoncco Huamán y para los usos que estime conveniente.

Atentamente,



~~Lisbeth Bautista Cuiro~~
LISBETH BAUTISTA CJUIRO
Gerente de Machupicchu Reservations

Apéndice L

Permiso de la empresa para realizar el estudio de campo

"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

SOLICITO: PERMISO PARA LA APLICACIÓN DE
LA ENCUESTA A LOS TRABAJADORES
DE LA AGENCIA DE VIAJE
MACHUPICCHU RESERVATIONS

SEÑOR: LISBETH BAUTISTA CUIRO
Gerente general de la agencia de viaje Machupicchu Reservations

De mi mayor consideración

Por lo presente me dirijo a usted, yo, Carmen Rosa Huahuasoncco Huamán identificada con DNI N° 62350328, bachiller en Turismo perteneciente a la escuela profesional de Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ante usted con el debido respeto me presento y expongo

Que para mi investigación titulada, socialización organizacional y engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations, Cusco 2022, cuyo objetivo principal es determinar el nivel de relación entre la socialización organizacional con el engagement en los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu es necesario realizar la encuesta a un promedio de 72 trabajadores de su empresa, Por tal motivo me dirijo a usted a fin de solicitarle la respectiva autorización.

Sin otro particular y esperando una respuesta favorable me despido con las consideraciones más distinguidas.

Cusco, 1 de marzo del 2023

Atte.

 
Lisbeth Bautista Cuiro
REPRESENTANTE LEGAL


CARMEN R. HUAHUASONCCO H.
Bachiller en Turismo

Apéndice M

Evidencias de estudio de campo

Figura 20

Trabajadores de Machupicchu Reservations en Lucmabamba



Nota. Los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations llenando las encuestas en ruta Salkantay, en el centro poblado de Lucmabamba.

Figura 21

Trabajadores de Machupicchu Reservations en la oficina



Nota. Los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations llenando la encuesta en la oficina en la oficina de la empresa.

Figura 22

Trabajador de Machupicchu Reservations llenando el cuestionario



Nota. Unos de los chefs de la agencia de viaje Machupicchu Reservations llenando las encuestas en ruta Salkantay.

Figura 23

Trabajador de Machupicchu Reservations en ruta Santa Teresa



Nota. Trabajador de la agencia de viaje Machupicchu Reservations llenando la encuesta en ruta Santa Teresa

Figura 24

Trabajadora de Machupicchu Reservations en la oficina



Nota. Trabajadora de la agencia de viaje Machupicchu Reservations llenando la encuesta en la oficina de la agencia de viaje.

Figura 25

Trabajadores de Machupicchu Reservations en Santa Teresa



Nota. Los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations llenando la encuesta en Lucmabamba Santa Teresa.

Figura 26

Trabajadora de la agencia de viaje Machupicchu Reservations



Nota. Trabajadora de la agencia de viaje Machupicchu Reservations llenando la encuesta en el nuevo campamento, en el centro poblado de Lucmabamba.

Figura 27

Trabajadores de Machupicchu Reservations en la oficina



Nota. Los trabajadores de la agencia de viaje Machupicchu Reservations llenando la encuesta en la oficina de la empresa.