

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES



TESIS

“La actitud laboral y la identidad corporativa de los colaboradores de la
Zofra Tacna en el periodo 2020”

PARA OPTAR:

**TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTAD\$ POR:

Bach. Iván Gómez Calderón

ASESOR:

0Dg. Ximena Gómez Valente

TACNA – PERÚ

2021

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES



TESIS

“La actitud laboral y la identidad corporativa de los colaboradores de la
Zofra Tacna en el periodo 2020

PARA OPTAR:

**TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR:

Bach. Iván Gómez Calderón

ASESOR:

Ing. Ximena Gómez Valente

TACNA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico a mis padres, Javier y Patricia, quienes con fruto de su amor y sacrificio, han sabido darme lo mejor día a día, ustedes me enseñaron con su ejemplo a ser fuerte y no rendirme nunca, pero esta vez junto a mi hermano pudimos cumplirles un sueño, ambos somos profesionales.

La motivación más grande en mi vida está representado en dos personitas que desde que vi sus ojos abrir por primera vez, me han llevado a entregar todo lo mejor de mí sin importar nada, Adriano e Isabella mis amados hijos este logro también es para ustedes.

Mi amada esposa Alessandra, contigo comparto el amor más puro, gracias por ser incondicional en todos los momentos, este logro es de ambos, y como mencione el día que nos casamos: sigamos haciendo los sueños de nuestros hijos realidad.

¡Gracias a ustedes soy Profesional!

RECONOCIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien es mi guía en mi camino, su bendición siempre está en mi vida y en la de toda mi familia.

Agradecimiento total a los colaboradores de Zofratacna, por brindarme las facilidades y permitirme poder realizar todo el proceso de investigación.

De la misma manera, un enorme agradecimiento a mi querida Universidad Privada de Tacna, a mi Facultad de Ciencias Empresariales, profesores y compañeros las invaluable enseñanzas y las grandes amistades nunca se olvidarán, los años más hermosos de mi vida como estudiante y deportista, han sido el empuje en conseguir este logro.

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a la Ing. Ximena Gómez Valente, principal apoyo en todo este proceso, gracias a su dirección, conocimiento, enseñanza y colaboración me permitió el desarrollo de este trabajo.

RESUMEN

El trabajo de tesis *La actitud laboral y la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna en el periodo 2020*, tiene como objetivo determinar la influencia de la actitud laboral en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna. Para ello la investigación propone una metodología de tipo básica, con un diseño no experimental y de nivel explicativo, cuya población de estudio estuvo conformada por 137 trabajadores, calculando una muestra de 101, siendo la técnica empleada la encuesta, e instrumento el cuestionario. La investigación concluyó que la actitud laboral influye de forma significativa sobre la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna, lo que se determinó en función del valor de significancia calculado menor de 0.05 y un R-cuadrado que explica que la actitud laboral tiende a influenciar sobre la identidad corporativa en un ...%. Ello es indicador que la actitud laboral en función de sus componentes cognitivo, afectivo y conductual, tiende a generar inferencia directa sobre el compromiso de los trabajadores a nivel de continuidad, normativo, y afectivo en referencia a la institución.

Palabras clave: Actitud laboral, identidad corporativa, componente cognitivo, componente afectivo, componente conductual, continuidad, normatividad, afectividad

ABSTRACT

The thesis work *The work attitude and corporate identity of the Zofra Tacna employees in the 2020 period*, aims to determine the influence of the work attitude on the corporate identity of the Zofra Tacna employees. For this, the research proposes a basic type methodology, with a non-experimental design and an explanatory level, whose study population was made up of 137 workers, calculating a sample of 101, the technique used being the survey, and the questionnaire instrument. The research concluded that the work attitude significantly influences the corporate identity of the Zofra Tacna employees, which was determined based on the calculated significance value of less than 0.05 and an R-squared that explains that the work attitude tends to influence corporate identity by...%. This is an indicator that the work attitude based on its cognitive, affective and behavioral components, tends to generate direct inference about the commitment of workers at the continuity, normative and affective level in reference to the institution.

Keywords: Work attitude, corporate identity, cognitive component, affective component, behavioral component, continuity, normativity, affectivity

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. Identificación y determinación del problema	2
1.2. Formulación del problema	4
1.2.1. Problema Principal	4
1.2.2. Problemas Específicos.....	4
1.3. Objetivos: Generales y específicos	5
1.3.1. Objetivo General	5
1.3.2. Objetivos Específicos	5
1.4. Justificación de la investigación	6
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes relacionados con la investigación.....	7
2.1.1. Antecedentes internacionales	7
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	9
2.1.3. Antecedentes locales	10
2.2. Bases teóricas científicas	11
2.2.1. Actitud laboral	11
2.2.2. Identidad Corporativa.....	17
2.3. Definición de conceptos básicos.....	28
2.4. Sistema de Hipótesis.....	30
2.4.1. Hipótesis general	30
2.4.2. Hipótesis específicas	30
2.5. Sistema de variables.....	30
2.5.1. Identificación de las variables	30
2.5.2. Operacionalización	31

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	32
3.1. Tipo de investigación.....	32
3.2. Diseño de investigación.....	32
3.3. Nivel de investigación.....	33
3.4. Población y muestra.....	33
3.4.1. Población.....	33
3.4.2. Muestra.....	33
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
3.6. Técnicas de procesamiento de datos.....	35
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	36
4.1. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros.....	36
4.2. Presentación de resultados.....	37
4.2.1. Actitud laboral.....	37
4.2.2. Identidad corporativa.....	45
4.3. Contraste de hipótesis.....	56
4.3.1. Contraste de hipótesis general.....	56
4.3.2. Contraste de hipótesis específicas.....	58
4.4. Discusión de resultados.....	64
CONCLUSIONES.....	66
SUGERENCIAS.....	68
REFERENCIAS.....	70
ANEXOS.....	73

Lista de Tablas

Tabla 1	Componentes de la actitud	13
Tabla 2	Dimensiones del compromiso	21
Tabla 3	Operacionalización de las variables	30
Tabla 4	Análisis general de la actitud laboral	37
Tabla 5	Percepciones	38
Tabla 6	Ideas	39
Tabla 7	Creencias	40
Tabla 8	Opiniones	41
Tabla 9	Sentimientos	42
Tabla 10	Asociación con efectos	43
Tabla 11	Predisposición para actuar	44
Tabla 12	Análisis general de la identidad corporativa	45
Tabla 13	Vínculo laboral	46
Tabla 14	Nivel Remunerativo	47
Tabla 15	Alternativas laborales	48
Tabla 16	Obligación Moral	49
Tabla 17	Sentido de reciprocidad	50
Tabla 18	Beneficios	51
Tabla 19	Características personales	52
Tabla 20	Características estructurales	53
Tabla 21	Características relativas al trabajo	54
Tabla 22	Experiencias profesionales	55
Tabla 23	Resumen del modelo de regresión lineal para la hipótesis general	56
Tabla 24	ANOVA del modelo de regresión lineal para la hipótesis general	57
Tabla 25	Coefficientes del modelo de regresión lineal para la hipótesis general	57

Tabla 26	Resumen del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 1	58
Tabla 27	ANOVA del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 1	59
Tabla 28	Coefficientes del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 1	59
Tabla 29	Resumen del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 2	60
Tabla 30	ANOVA del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 2	61
Tabla 31	Coefficientes del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 2	61
Tabla 32	Resumen del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 3	62
Tabla 33	ANOVA del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 3	63
Tabla 34	Coefficientes del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 3	63

INTRODUCCIÓN

El trabajo de tesis *La actitud laboral y la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna en el periodo 2020*, aborda su desarrollo a partir de cuatro capítulos.

El Capítulo I presenta el planteamiento del problema, en el cual se identifica y determina el problema, seguido por la formulación del problema, objetivos y justificación de la investigación.

En el Capítulo II, se desarrolla el Marco Teórico, en el que se desarrollan los antecedentes internacionales, nacionales y locales, seguido por las bases teóricas científicas de la actitud laboral y la identidad corporativa, y seguido por la definición de conceptos básicos. A ello le sigue el sistema de hipótesis y de las variables.

En el Capítulo III se desarrolla la metodología de la investigación, en el cual se presentan el tipo, diseño y nivel de investigación, además de la población y muestra del estudio, y las técnicas e instrumentos de recolección de datos como el procesamiento de datos.

El Capítulo IV presenta los resultados de la tesis, iniciando con el tratamiento estadístico, seguido por la presentación de resultados, el contrasta de hipótesis general y específicas y la discusión de resultados.

Finalmente se presenta las conclusiones, recomendaciones y anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Identificación y determinación del problema

Las Zonas Francas, desde un punto de vista económico, representan un área extranjera que operan en el país, en cuyo territorio se ubican empresas que no realizan el pago de impuestos sobre la renta, ni aranceles sobre las materias primas o bienes de capital que importan, y tienen el beneficio de libre disposición de divisas. Su actividad está destinada para la exportación.

La importancia de las Zonas Francas además radica en que representan una importante fuente de empleo para parte de la mano de un país, y fomentan el desarrollo debido a que laboran bajo estrictos estándares de calidad debido a la proyección internacional. (La Nación, 1996)

En el mundo, destacan zonas francas como las de Marruecos, China, Estados Unidos, Emiratos Árabes y España, y es DMCC, la Zona Franca de los Emiratos Árabes, reconocida como la de mejor rendimiento mundial, entidad con más de 85,000 trabajadores, quienes son los promotores de dicho logro. (Svensen, 2015)

En el caso peruano, en el sur del territorio se puede ubicar a la Zofra Tacna, entidad que durante los últimos años ha denotado problemas de gestión para su potencialización.

Es por ello, que hacia 2016, el Ministerio de la Producción en conjunto con la Zofra Tacna informó requerir más de S/.146 millones para su repotenciación, y cuyos resultados generarían mayores beneficios a aquellas empresas que procedan a instalarse en la Zofra Tacna, en materia de costos ya que obtendrán un servicio altamente competitivo, además de aprovechar al máximo el potencial de comercio y grandes posibilidades de mercados de la zona del país, además de aprovechar áreas adecuadas para el progreso de dinamismos industriales, de servicios y comerciales, sin olvidar las fortalezas aduaneras y tributarias; y para los secciones a situarse como el campo de fabricación de equipos informáticos, de elaboración de bebidas no alcohólicas, industria textil, industria farmacéutica, agroindustria (frutas, legumbres y hortalizas), y elaboración de enseres odontológicos y médicos. (El Comercio, 2016)

Cabe indicar que la Zona Franca de Tacna viene atravesando un periodo preocupante de pérdidas desde el 2013, y que tienen como responsables a los gestores de la institución, es decir a los propios trabajadores, muchos de los cuales presentan actitudes laborales que demuestran falta de compromiso e identidad para con la organización. Inclusive dichos eventos fueron denunciados por el Sindicato de Trabajadores, dado que las pérdidas generadas ascendieron a más de un millón de soles. (La República, 2013)

Como puede apreciarse, en la organización se detectan factores de comportamiento organizacional negativos y que atentan contra la estabilidad de la organización, y a su vez contra los intereses para el Desarrollo de la región.

Dado ello, se estudiará la actitud laboral de los trabajadores y la identidad de los mismos respecto a la organización.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema Principal

¿Cómo influye la actitud laboral en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cómo influye el componente cognitivo de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna?
- ¿Cómo influye el componente afectivo de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna?
- ¿Cómo influye el componente conductual de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna?

1.3. Objetivos: Generales y específicos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la actitud laboral en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Establecer la influencia del componente cognitivo de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.
- Medir la influencia del componente afectivo de la actitud en la *identidad* corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.
- Evaluar la influencia del componente conductual de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

1.4. Justificación de la investigación

Para la presente investigación podemos justificar que posee un valor teórico en función de los aportes a las teorías que estudian la actitud laboral y la identidad corporativa, dentro del ámbito de la gestión de los Recursos Humanos. Estos hallazgos permitirán generar una ampliación de los principios generales de tales teorías, y servir de base para próximos estudios.

En tanto, la relevancia social del estudio radica en el valor para que los directivos de la Zofra Tacna puedan implementar medidas correctivas respecto a sus procesos relacionados al personal, a fin de generar mayor identidad a partir de una mejoría en la actitud hacia el trabajo.

Así mismo, la utilidad metodológica del estudio se presenta en la propuesta de instrumentalización para resolver problemas de estudio, y que implica también utilizar técnicas estadísticas que resuelvan la relación entre variables.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes relacionados con la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

i. Sandoval (2013), nos presenta la tesis con el título “Relación entre costumbres de vida y actitud laboral en colaboradores de una empresa privada dedicada al ramo de repostería.”, en busca de la obtención del título en la especialidad de Psicología Industrial de la Universidad Rafael Landívar. Se tiene como objetivo de la tesis identificar la relación entre las costumbres de vida y la actitud laboral en colaboradores de una empresa privada. El autor propone, que para la metodología, a usado un diseño de investigación correlacional descriptivo, aplicando como método estadístico el análisis de las medidas de tendencia central, además del coeficiente de correlación de Pearson. Se concluye en base a los resultados obtenidos que, se refleja una relación significativa a nivel de 0.05 entre hábitos de vida y actitud laboral de los trabajadores del área de producción de dicha empresa privada analizada. Ello revelo que a medida que exista un más alto nivel de hábitos saludables de vida, se presenta una mejor actitud laboral en los trabajadores.

ii. Cammarata & Cid (2012), nos presenta el proyecto de tesis con el título; “Desplegar la identidad corporativa de una compañía nueva para posicionarla en el mercado de publicidad caraqueño BTL: Inversiones Tres en Uno”; en busca de la obtención del título en Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. La tesis en mención tiene como objetivo desarrollar la identidad corporativa

de una compañía para posicionarla en el mercado de publicidad caraqueño BTL: Inversiones Tres en Uno. Dicho autor propone, conforme a la metodología que esta investigación aplica la modalidad número cuatro, Estrategias de comunicación, debido a que se dedico la creación de nuevas tácticas comunicacionales amparadas en necesidades reales de una empresa. Se concluye que; el presente trabajo de grado nació para responder una necesidad de desplegar la identidad corporativa de una empresa nueva y lograr posicionarla en el mercado.

iii. Robayo (2012), nos presenta la tesis titulada “Reestructuración de la imagen e identidad corporativa de G.D.S. Colombia LTD. a partir de un estudio Semiótico” en busca de optar el título profesional de Lenguas Modernas en la Universidad EAN. El objetivo de la tesis fue convertir y fortificar los elementos referidos a la identidad corporativa y a la imagen de la compañía a través de análisis semióticos, tomando en cuenta que los cambios generen un impacto persuasivo, competente y positivo, que admita a G.D.S LTD:, destacar en el medio mundial al que pertenece, en tanto se proporciona una imagen mejorada. El autor propone, en relación a la metodología, en la primera fase se realizó un recopilación de información básica, luego se desarrolló una entrevista personal al Gerente Administrativo, a continuación se construye la matriz FODA, finalmente se dio a conocer la conclusiones de la investigación. Se concluye que, el progreso de esta tesis generó conciencia en los directivos de la compañía y en sus empleados, tomando la importancia debida de las bases organizacionales de la compañía para la cual trabajan.

2.1.2. Antecedentes nacionales

i. Conde & Lafora (2014) nos presenta el proyecto de tesis titulado; “La actitud laboral y la gestión administrativa del docente de las Instituciones Educativas del nivel primaria del distrito de Lurín en el periodo 2014”, en donde busco optar el grado de Magister en Administración de la Educación, de la Escuela de Postgrado de la Universidad Cesar Vallejo. Como objetivo esta tesis manifiesta, comprobar la relación que existe entre la actitud laboral y la gestión administrativa de la docencia en las entidades educativas de nivel primario del distrito de Lurín periodo 2014. El autor propone, en relación a la metodología, un diseño no experimental transversal correlacional, indica que, pueden limitarse a establecer relaciones entre variables sin precisar sentido de casualidad, cuando se limitan las relaciones no causales se fundamentan en planteamientos e hipótesis correlacionales. Se concluye que, consta relación positiva y directa entre la actitud laboral y la gestión administrativa de la docencia en las entidades educativas de nivel primario, en concordancia a la rho de Spearman de 0,658, que representa un nivel de correlación moderada una significatividad estadista de 0,000.

ii. Salirrosas (2016), nos manifiesta en el proyecto de tesis titulado; “Propuesta de un programa de relaciones públicas para fortalecer la identidad corporativa de los trabajadores de cosecha en la empresa Agroindustrial Camposol S.A. en el distrito de Chao, 2015”, para optar el grado de Magister en Ciencias de la Comunicación con mención en Relaciones Publicas y Responsabilidad Social, de la Universidad Nacional de Trujillo. El objetivo de la tesis fue proponer un programa de relaciones públicas para fortalecer la identidad corporativa de los trabajadores de

cosecha de la empresa Agroindustrial Camposol S.A, periodo 2015. El autor propone en cuanto a la metodología, un diseño de investigación no experimental, descriptiva, transversal. Se concluye que, no existe un programa de relaciones públicas que fortalezca la identidad corporativa de los trabajadores de cosecha de la empresa Agroindustrial Camposol S.A.

2.1.3. Antecedentes locales

i. Copaja (2008), nos presenta el proyecto de tesis con el título, “Actitud laboral del personal docente de la institución educativa Carlos Armando Laura de Tacna, en el año 2007”, para optar el grado de Magister en Educación de la Universidad Mayor de San Marco. El objetivo de la tesis consto en establecer la relación entre la visión estratégica institucional y la actitud laboral de los docentes de la institución educativa Carlos Armando Laura de Tacna, en el año 2017. El autor propone en relación a lo usado para la metodología, un diseño de investigación descriptivo correlacional. Se concluye que la totalidad de docentes de la institución educativa posee poca noción en referencia a la visión estratégica institucional, y asimismo se sienten comprometido con el futuro; los docentes revelan una actitud laboral algo negativa, con tendencia al rechazo.

2.2. Bases teóricas científicas

2.2.1. Actitud laboral

En relación de García & Dolan (1997) aseguran que las actitudes son resultado de los valores y las normas que las preceden y son tendencias evaluadoras, pudiendo ser positivas o negativas, con respecto a personas hechos o cosas.

En tal sentido, Robbins (2004) señala, que las actitudes y los valores, se obtienen de los padres, maestros, compañeros y son el resultado de una amplia gama de relaciones que sostenemos como humanos; la diferencia está en que las actitudes son menos estables que los valores, es decir, las actitudes son menos estables que los valores, y que también las actitudes son una predisposición aprendida para responder consistentemente de una manera favorable o desfavorable respecto de una persona, objeto o situación, reflejando así el sentir de las personas con respecto a algo, como la actitud de un individuo hacia el trabajo.

Para Guillén & Guil (2000), esta expresión es usada en cualquier entorno, pero es preciso saber comprender las formas para modificarla y desarrollarla, puesto que aquejan directamente nuestra vida laboral y cotidiana. Varios de los profesionales con relación directa al departamento de Gestión de Capital Humano, refieren que el conjunto de cualidades propias tanto del departamento, como de los futuros postulantes ingresantes a la compañía, debido a que es un factor con alta importancia, al igual que el curriculum y la experiencia.

2.2.1.1. *Modelo de Rosenberg y Hovland*

Según Mula & Navas (2011), en su libro titulado “Las Actitudes ante la Inmigración en los Adolescentes y en los Jóvenes” , hace mención que la palabra actitud viene del latín (actitudo) y significa una disposición de ánimo manifestada de algún modo.

También señala la idea de componentes de la actitud ha sido objeto de estudio para diversos autores, destacando Roserberg y Hovland (1960), proponiendo su modelo jerárquico de las actitudes (Modelo Tripartito o Tridimensional de la Actitud), haciendo mención que la actitud no es un elemento básico e irreducible de la personalidad, sino que está integrada por tres dimensiones; la cognición, el afecto y conducta.

Componente Cognitivo

El componente cognitivo de la actitud constaría estar compuesto por las ideas, las creencias, precepciones o las sentires que una persona manifiesta sobre en referencia al objeto de la actitud. Cada actitud implica una forma cognitiva de dicho objeto, sin embargo, no siempre indica que esta búsqueda de información y los resultados de los datos obtenidos sean objetivos y reales, si no podrían ser artificiales y relativos, sin embargo no faltará la representación cognitiva del objeto.

Componente Afectivo

El componente afectivo está referido a los sentimientos, desfavorables o favorables, la cual distingue al individuo con correspondencia al objeto de actitud.

Este mecanismo afectivo tiene el origen por asociación del objeto de la actitud con reacciones negativas o positivas hacia la persona, también es considerado lo más importante que constituye la actitud y reitera el rol que cumplen las cogniciones en conjunto con las respuestas conductuales a elementos comprendidos en él, lo que permite ser objeto de medición.

Componente Conductual

Hace referencia a la voluntad que permite realizar una acción congruente de la mano de los componentes cognitivos y también los afectivos, en síntesis, hacer mención a la destreza de poder desenvolverse o actuar de un modo definitivo con respeto al objeto de la actitud.

Tabla 1

Componentes de la actitud

Componentes de la Actitud			
	Emoción	Cognición	Conducta
Estímulos: Personas, situaciones, grupos, productos sociales y otros objetos actitudinales	Respuestas del Sistema Nervioso	Respuestas perceptuales	Acciones Manifiestas
Actitudes	Declaraciones verbales indicativas de afecto	Declaraciones verbales indicativas creencias y opciones	Declaraciones verbales indicativas de conductas

Nota: Tomado Cognitive Affective and Behavioral Components of Attitudes de Roserberg y Hovland (1960)

2.2.1.2. *Tipos de Actitudes*

En el ámbito laboral los tipos de actitudes se manifiestan de mayor forma en el Comportamiento Organizacional, siendo:

Satisfacción en el Trabajo

Definido como una compilación de emociones y sentimientos desfavorables o favorables con el cual los colaboradores toman en consideración el trabajo que efectúan. Manifiesta a ser la actitud que un colaborador toma en función al trabajo que desarrolla, en síntesis y lógicamente podemos decir que dichas personas obtienen un grado muy alto de satisfacción en relación a sus actividades estableciendo cualidades muy benéficas y muy positivas.

Involucramiento con el Trabajo

Referido al grado medible de entrega de los colaboradores hacia sus labores, donde factores como la inversión de energía y sobre todo el tiempo; son importantes lo que les permite centrar las jornadas laborales como parte de su existencia. También mide la cantidad de valor hacia uno mismo, tomando en cuenta la identificación sociológica que desempeña en su puesto laboral. A estos colaboradores les importa el trabajo que realizan ya que se sienten plenamente reconocidos.

Compromiso Organizacional

Referido al nivel o grado de un colaborador, que demuestra identificación con la compañía y el cual continua participando activamente. En síntesis el colaborador se identifica con la compañía, y está de acuerdo con los objetivos, metas y solo se enfoca en seguir con ello como cualquier otro, es decir está de acuerdo con el servicio ejecuta para la compañía y su fiel compromiso al trabajo.

2.2.1.3. *Tipos de Cambio de Actitud en las Organizaciones - Chiavenato*

Chiavenato (2000), nos ilustra con la muestra de bastantes proyectos dedicados a los Recursos Humanos, los cuales tienen como destino sembrar una actitud propicia del personal hacia su trabajo. Esto daría como efecto un servicio de mayor calidad aunado a un potencial acrecentamiento para la producción. En relación a todo cambio que pueda presentar un individuo o una entidad será lógicamente una marca valiosa, con resultado positivo o negativo, teniendo en cuenta que para vivir bajo ciertas situaciones y mostrar sensibilidad hacia ello, no significa lo peor. Menciona que orientar la atención hacia los cambios de los individuos, expresamente al desarrollo y capacitación de los directivos en reacción a la administración por valores, la cual es una nueva técnica.

Cabe mencionar que dichos cambios pueden venir de diferentes contextos externos, así como desde adentro de las organizaciones o de las personas, puesto que algunas tendencias como en el caso de la Administración por Valores, poseerán implicancias para la mejora en Recursos Humanos. Estas variaciones pueden demostrar muchas formas o fuerzas, pero se debe tratar en la medida de limitar una reacción ante una crisis, ya que dicha forma no sería la más eficaz.

En otro punto de vista, se direcciona en saber la planificar las situaciones de cambio, dictando nuevos objetivos o estableciendo nuevas políticas, acompañado siempre de reformas organizacionales o gestionando un diferente estilo de liderazgo.

En tal sentido, las reformas en las compañías son de suma importancia, ya que agilizan las funciones interiormente, buscando apuntar a una mayor productividad.

Existen cuatro tipos de cambios de adaptación, reforma y renovación, siendo:

Estructurales

Perturban la organización de la compañía, es decir las áreas (pueden sufrir reestructuraciones, fusiones, contratar más personal, reducirse, suprimirse o incluso ser tercerizados con proveedores externos, etc.), también afecta a las líneas de información externas e internas, así como los diferentes niveles jerárquicos (buscando una comunicación horizontal) y las reformas en el proyecto de diferencias contra una integración existente.

Tecnológicos

En medida afectan directamente a los procesos empresariales, equipos, instalaciones, máquinas, en decir la tecnología afectara dependiendo del rango de labores que realizan las empresas, fabricación de productos o si presta servicios.

Productos o Servicios

Modifican constantemente las entradas o salidas de la compañía, principalmente para el tema de alteración de costos, pero siempre con la visión de maximizar la rentabilidad y expansión de mercados.

Culturales

Dirigido directamente a las variaciones en las personas, por ejemplo en sus comportamientos, expectativas, sueños, posibilidades y necesidades. Precisamente en este punto intervendría la administración de valores, puesto que podría ocasionar el cambio de actitud de los empleados, es decir la forma en la que actúa y piensa.

Es por ello, que estas variaciones se desarrollen sin causar problemas, se debe preparar el escenario, tomar decisiones, romper paradigmas, teniendo en cuenta que estos pueden presentarse en varias dimensiones y a diferente velocidad.

2.2.2. Identidad Corporativa

Para Costa (1992), comenta que la identidad corporativa es más que todo el reflejo de la entidad en su todo, es decir, lo que la contrasta de las demás, es un elemento principal para las estrategias de la empresa y en mejoría de su competitividad, donde su producción y aplicación operativa, no solo recae en el diseño y transparencia, sino también por las formas en la que se demuestra medios verbales, culturales y ambientales.

Con Van Riel (1997), la identidad corporativa autorepresenta una compañía; tomando en cuenta la interpretación de los diferentes caracteres que ofrece la misma sobre si, a través del análisis de la conducta, la comunicación y lo significativo, las cuales son sus formas de expresión.

Pizzolante (2004) comenta que, la identidad corporativa es todo lo que permite diferenciar a la organización como único y desemejante de las demás, al grado que si se extingue afectaría contundentemente a la organización; pues es un instrumento que da cabida a desarrollar la confianza y la mejorar la reputación de las empresas, sus atributos y valores que la instruyen, tratando de instaurar en las diferentes gestiones una personalidad notable y única.

En tal sentido Fincowsky & Ceja (2002), considera a la identidad corporativa una sumar valor, con coherencia y fiel a lo que representa, buscando la formas en que se pueda percibir claramente y el detalle cultural con los que la empresa cuenta, además teniendo en cuenta cual es la imagen que se desea proyectar en su campo.

La identidad de una compañía se realiza por una estructura y se muestra como imagen. Su percepción dependerá del enfoque de quien la perciba, permitiéndole sobresalir entre la endoindentidad apreciada, desde los estados propios de la compañía y trabajadores, y la exoindentidad apreciada a través de un observador en el potestad de las interrelaciones.

Méndez & Álvarez (2006), ilustran que el ámbito de la compañía, percibido y producido por la persona están alineada a los contextos con los que se topa durante su interacción social, asimismo como en la estructura de la compañía, donde es expresada por variables como motivación, control, toma de decisiones, relaciones interpersonales, la cooperación, objetivos, liderazgo; todo ello orientado a la percepción, grado de participación, actitud y creencia de la persona, que determina una, satisfacción, comportamiento y nivel de eficiencia.

2.2.2.1. *Modelo de Meyer & Allen*

Meyer & Allen (1993), lo definen como un contexto psicológico que establece un vínculo estrecho con el personal y la compañía, que impacta en el valor del colaborador para persistir en dicha institución. También se pone en manifiesto una deseo, una obligación, mejorando aquel vínculo entre trabajador y empresa.

A. Compromiso de Continuidad

Está referido a que costos se asocian a una posible renuncia en la institución, y a las pocas posibilidades de conseguir un empleo similar, aquellos que están enlazados a ello están comprendidos en este factor. Debemos tener en cuenta que al empleado no lo atraen estrictamente las actividades que realiza, si no la remuneración que percibe a cambio por la actividad que realiza.

- Vínculo Laboral
- Nivel Remunerativo.
- Pocas alternativas laborales

B. Compromiso Normativo

Reflejado en un sentimiento de obligación de continuar en el empleo, ello hace referencia a las normas sociales que deben seguir para que una organización marche bien. También hace referencia a la creencia de lealtad hacia la organización, partiendo del sentido moral, ello porque les nace un sentido de reciprocidad a todo los beneficios que la organización les brinda.

- Obligación moral desarrollada por el trabajador.
- Sentido de reciprocidad.
- Beneficios que le brinda la organización.

C. Compromiso Afectivo

Definido como el lazo de emociones que manifiesta el trabajador a la compañía, determinada por estar identificado e implicado con la misma, además del deseo y convicción de continuar permaneciendo en ella. Dicho vínculo es que promueve a los trabajadores disfruten y sientan placer al trabajar. Finalmente podemos mencionar que esta relación va acorde a su expectativas y a la satisfacción de necesidades.

- Características personales: edad, sexo educación
- Características estructurales: relación empleado/empleador, el puesto que desempeña, el grado del puesto.
- Características relativas al trabajo: es el componente en la toma de decisiones y expresa los valores
- Experiencias profesionales.

Tabla 2

Dimensiones del compromiso

<i>Dimensiones del Compromiso</i>		
<i>De Continuidad</i>	<i>Afectivo</i>	<i>Normativo</i>
Los individuos se comprometen al valorar el coste de oportunidad de dejar de hacerlo	Un estado mental caracterizado por el deseo de comprometerse (p.ej. mantener el empleo, conseguir metas para la empresa, etc.)	Sienten la obligación moral de comprometerse

Nota: Basado en "Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three component model" de Meyer & Allen (1993).

2.2.2.2. *Modelo de Capriotti*

Para Capriotti, (2008) asemeja dos elementos importantes de la identidad corporativa, permitiendo darle una operatividad al concepto, siendo la cultura corporativa y la filosofía corporativa.

Cultura Corporativa

Capriotti (2008), define a la cultura corporativa hacia un acumulado de pautas de conducta, valores y creencias, compartida pero no escritas, que sirve como régimen para los miembros de una compañía, reflejándose en sus comportamientos.

- **Creencias Compartidas**

Definidas como aquellas estructuras invisibles, inconscientes y pensadas como preestablecida, las cuales en su conjunto, harán que los que pertenezcan

formen parte innata de la compañía, asumiendo como principales criterios fundamentales en la toma de decisiones de diversos aspectos y situación.

- **Valores Compartidos**

Hace mención a todos aquellos elementos demostrados en el día a día de la reciprocidad de colaboradores y la compañía. Referente a su transparencia, este es el mayor elemento que las creencias compartidas, sin embargo, no involucran una expresión notoria.

- **Pautas de Conducta**

Son patrones de comportamiento para observar en la mayoría de los colaboradores de la compañía. Básicamente expresan visiblemente y evidentemente los creencias y valores de la compañía.

Filosofía Corporativa

Capriotti (2008), proyecta que, la filosofía corporativa como la principal idea global de la compañía, que viene expresada desde la mayor jerarquía orientada con el objetivo de conseguir lo propuesto por la compañía. En definitiva, se podría definir como la búsqueda de convertirlo en perpetuo a través del tiempo y en definitiva es lo que anhela alcanzar la compañía, sin olvidar que lo haga única.

Deduciendo los criterios anteriores, la filosofía corporativa correspondería responder tres cuestiones en la organización: ¿Qué hacer?; ¿Cómo hacerlo?; y

¿Hasta dónde se desea llegar? Siendo esto así se constituirían en tres elementos como base:

- **Misión Corporativa**

Referido netamente al rubro o tipo de negocio en el que se desenvuelve la compañía, indicando a que se dedica la empresa y a la razón de su existencia. Este concepto está basado en satisfacer a la compañía, definir claramente las ventajas que puede ofrecer, así como las respuestas que podría plantear en sus diferentes gestiones.

- **Visión Corporativa**

Instituye al objetivo concluyente para la compañía (¿A dónde se quiere llegar?). Influye directamente para motivar a los miembros de la compañía para que puedan llegar a la meta instituida; la cual debe ser realista y lograble, pero ciertamente estimulante.

- **Valores Corporativos**

Manifiesta la forma en que la compañía realiza sus actividades o negocio. Identificándose especialmente en los principios y valores que mantengan fuerte relación hacia el producto ofertado o servicio; asimismo se promueve directamente con las gestiones directas de la compañía y las interacciones entre sus miembros.

2.2.2.3. *Componentes de la Identidad - Modelo de Chiavenato*

La identidad en una compañía se entiende mejor, gracias al pensamiento dinámico que sale de la combinación de 3 partes determinantes; la historia, el propósito empresarial y la cultura de la compañía, concurriendo en que esta última parte es lo primordial para conservar la identidad corporativa entre todos los órganos.

Historia de la Organización

La historia se transforma en un componente necesario hacia el entendimiento de la identidad corporativa. Este es inalterable puesto que hace referencia en principio desde la primera posesión y desde su fundación, como también los aspectos más sobresalientes logrados en su trayectoria, como pueden ser adecuaciones, cambios generacionales, grandes expansiones, entre otros, que se realizaron a lo largo de la vida de la compañía.

Proyecto Empresarial

El proyecto empresarial tiene tendencia a cambiar, por el simple hecho de que la compañía necesita adecuarse a los diferentes entornos que se presenten buscando poder seguir desarrollándose. Al proyecto empresarial lo definen tres hechos concretos:

- Filosofía Corporativa; en referencia a la misión, visión y los valores establecidos por la compañía.

- Sugerencias Estratégicas; orientadas a las bases de operación que administran la actividad empresarial.
- Políticas de Acción; son las que envuelven instrucciones de gestión para todos los grupos de la compañía.

Cultura Corporativa

A. Definición

Chiavenato (2009), hace mención que la forma en que interactúan los individuos, sus cualidades predominantes, los supuestos subyacentes, los sueños, deseos y las cosas más relevantes de las interacciones humanas, las cuales juegan un rol importante para la cultura de la compañía.

Podemos decir que la cultura corporativa refiere a un asunto inquebrantable, el cual aporta al desarrollo del sentimiento de pertenencia, es algo que les puede proporcionar tranquilidad, estabilidad y modelos que ayuden a su dirección en la organización.

También menciona que el componente emocional provoca firmeza en los elementos y fortifica la confianza entre empleado y empleador. En tal sentido, para que ello se constituya es preciso un lazo emocional y de identidad con la compañía. El escritor plantea tres tipos de confianza.

- Confianza por situación: alineado en base al temor e interactúa cuando se asuman claramente las consecuencias de un castigo o el retiro total.

- Confianza por conocimiento: Establecida tras un largo tiempo de análisis, desarrollando la capacidad de predecir o concebir la conducta.
- Confianza por identificación: Es generada desde el lazo de valores y emocional en el que participan las partes.

B. Características

Chiavenato, denota que existen seis tipologías significativas para la cultura corporativa, las cuales permiten a la compañía un mayor desenvolvimiento en sus rubros.

- La regularidad de las conductas observadas; refiriéndose a que para la existencia de información entre los individuos, se necesita que posean una expresión en común, términos propios y protocolos referentes a las conductas y desigualdades.
- Las normas; enuncian la forma de proceder a cada situación que se suscite. Son modelos que tutelan la conducta, enunciados netamente en escritos de la compañía como lo son sus políticas, lineamientos, etc.
- Valores dominantes; tener precisos sus manuales, debiendo ser puesto de conocimiento a sus miembros. Si esto no sucede, es poco probable ordenar a la compañía con las metas propuestas puesto que será complicado identificar en concreto, las formas necesarias internas de lograrlo.
- La filosofía; referido a las políticas que expresa las creencias, referente al trato que deben adoptar los individuos o los clientes de la compañía.
- Las reglas; sencillamente son pautas que buscan regir la conducta adentro de la compañía, las cuales deben ser aprobadas por el conjunto.
- El clima de la organización; mecanismo de las personas para interrelacionarse,

desde la intimidad entre órganos de la compañía, clientes y proveedores.

C. Tipos

- **Cultura Conservadora**

Algunas organizaciones adoptan tradiciones, costumbres y valores, las cuales son difíciles de modificar con el pasar tiempo, aún así se actualice el entorno.

- **Cultura Adaptable**

Existen organizaciones flexibles y versátiles, lo que podría ocasionar problemas con respecto a su identificación, por las constantes variaciones en cuanto a sus ideas, costumbres y valores de la misma, debilitando las características principales. Para evitar ello debe buscarse que persista un tope de permanencia la cual pueda garantizar la absorción de costumbres y valores.

- **Cultura Tradicional**

En mención a las compañías que se despliegan en una guía burocrática, cuentan con un modo apegado a una manera formal, concentrada y moderada, haciendo que la compañía sea más ordenada y algo impositiva. Este tipo de cultura presenta entre sus individuos una severidad a nuevos lineamientos, así como estrés y rápido agotamiento, la duda ante toma de decisiones, la necesidad de mando y dirección, sin olvidar que pueda haber poca comunicación entre sus líneas, abarca constante incertidumbre, para lograr alto desempeño, además de las metas y a lo que apunta la compañía.

- **Cultura Participativa**

Este tipo muestra una manera de cultura equivalente, con índices de ser colaborativa, informal y descentralizada, presentándose como piloto democrático, basándose en la innovación pero carece del sistema para hacerlo. Contar con una cultura participativa permite sentimiento de orgullo de sus miembros, confiados y siempre con actitud de apertura en sí mismos, son muy predispuestos a los cambios, trabajan en equipo, con el poder de decidir y sugerir para lograr objetivos.

2.3. Definición de conceptos básicos

- Actitud; para el registro de la RAE, esta describe actitud como “1. Postura del cuerpo, especialmente cuando expresa un estado de ánimo y 2. Disposición de ánimo manifestada de algún modo”. (RAE, Real Academia Española).
- Identidad; lo encontrado en el diccionario de la RAE, se tiene como definición de identidad como “1. Cualidad de idéntico, 2. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás, 3. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás, 4. Hecho de ser alguien o algo el mismo que se supone o se busca. y 5. Igualdad algebraica que se verifica siempre, cualquiera sea el valor de sus variables (RAE, Real Academia Española).

- Zofratacna; es un espacio privilegiado dentro del territorio nacional, que ofrece una serie de beneficios tributarios, y aduaneros para las empresas que desarrollen actividades industriales, agroindustriales, ensamblaje, maquila y servicios, dentro de los cuales se incluyen el almacenamiento, distribución, embalaje desembalaje, envasado y rotulado, clasificación, exhibición; además de actividades de reparación, mantenimiento y/o reacondicionamiento de maquinarias, motores y equipos para la actividad minera; actividades de call center y desarrollo de software (Zofratacna).
- Zona Franca; visto el registro del glosario de términos de la Aduana del Perú, está definido como porción del territorio nacional justamente demarcada en mercancías, puesto que al introducirse son consideradas como si no conformasen parte en el territorio de aduanas en referencia a los tributos aduaneros y de importación, las mismas no están sometidas a un constante control de Aduanas (Aduanet).
- Actitud Laboral; Son los supuestos y sentimientos que establecen en la mayoría de casos la perfección de los colaboradores en lo que concierne en su medio, además de la responsabilidad con las acciones presentadas y, para en definitiva tomar en cuenta el comportamiento Davis & Newstrom (1999).
- Identidad Corporativa; para Oviedo (2002) se define como una autoimagen, que en concreto es la propia apreciación de lo que compone a la organización, es decir lo que son y lo que quieren hacer.

2.4. Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La actitud laboral influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

2.4.2. Hipótesis específicas

- El componente cognitivo de la actitud influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.
- El componente afectivo de la actitud influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.
- El componente conductual de la actitud influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

2.5. Sistema de variables

2.5.1. Identificación de las variables

Variable independiente: Actitud laboral

Variable dependiente: Identidad corporativa

2.5.2. Operacionalización

Tabla 3

Operacionalización de las variables

<i>Variable</i>	<i>Dimensión</i>	<i>Indicador</i>	<i>Escala de medición</i>	
Variable independiente: Actitud laboral	Componente cognitivo	Percepciones	Ordinal	
		Ideas	Ordinal	
		Creencias	Ordinal	
		Opiniones	Ordinal	
	Componente afectivo	Sentimientos	Ordinal	
		Asociación con efectos	Ordinal	
	Componente conductual	Predisposición para actuar	Ordinal	
	Variable dependiente: Identidad corporativa	Compromiso de continuidad	Vínculo laboral	Ordinal
			Nivel Remunerativo	Ordinal
Alternativas laborales			Ordinal	
Compromiso normativo		Obligación Moral	Ordinal	
		Sentido de reciprocidad	Ordinal	
		Beneficios	Ordinal	
Compromiso afectivo		Características personales	Ordinal	
		Características estructurales	Ordinal	
		Características relativas al trabajo	Ordinal	
		Experiencias profesionales	Ordinal	

Nota. Elaboración propia

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

La actual investigación es tipificada como básica. Ello se debe a que el estudio permitirá descubrir la relación entre las variables de estudio, determinando las causas del fenómeno expuesto, y que permitirá ampliar las teorías previamente delimitadas.

3.2. Diseño de investigación

En cuanto al diseño, la investigación es no experimental, debido a que no se implementará alguna experimentación que modifique las condiciones y características de la unidad de estudio. Del mismo modo, es transversal en función del periodo a analizar, el cual será en un único momento en el tiempo.

Por otro lado, el diseño es explicativa, debido a que se analizará la relación de causa-efecto entre la actitud laboral y la identidad corporativa, en la cual, la primera variable, en calidad de independiente, genera variabilidad sobre la segunda variable dependiente.

3.3. Nivel de investigación

Respecto al nivel que presenta la investigación correspondería a ser explicativo, el cual plantea la existencia de una relación de causa-efecto entre las variables de estudio, siendo el caso, estableciendo la influencia de la actitud laboral sobre la identidad corporativa.

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

La población de estudio está conformada por un total de 90 trabajadores de la entidad Zofra Tacna.

3.4.2. Muestra

Considerando que la población es de carácter conocido, el cálculo de la muestra es hallado por medio de la fórmula para poblaciones conocidas. De este modo:

$$n = \frac{Z^2_{\alpha/2} \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1) e^2 + Z^2_{\alpha/2} \cdot p \cdot q}$$

Los valores correspondientes son:

n	:	Tamaño de la muestra
N	:	Tamaño de la población (90 trabajadores)
p	:	Probabilidad de éxito (0,5)
q	:	Probabilidad de fracaso (0,5)
$Z^2_{\alpha/2}$:	Nivel de confianza (95% = constante K: 1,96)
e	:	Margen de error (5% = 0,05)

Para la cual, se reemplazan los valores:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (90)}{(90 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{(86.436)}{(1.1829)} = 73.07$$

Por ende, la muestra es de 90 trabajadores de la Zofratacna, cuya segmentación es: 74 trabajadores nombrados y 16 contratados.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se precisa para recolectar información es la encuesta. Su instrumento es el cuestionario y se compone de una serie de preguntas que permiten resolver el estudio de las variables en análisis.

3.6. Técnicas de procesamiento de datos

El procesamiento y análisis de datos se realizará aplicando instrumentos de tipo estadísticos. En este caso se utilizará el programa SPSS Windows Versión XXI, con el cual se calcularán los coeficientes de correlación que explicarán la relación entre variables. Dichos coeficientes inician con el cálculo del Valor-P, a un nivel de significancia de 0.05, y los coeficientes R-cuadrado con la finalidad de explicar al detalle cual es la variabilidad de la variable dependiente dada la variable independiente, y el Coeficiente de Pearson que permitirá dar medición a la fortaleza de la relación.

Con el programa estadístico también será posible elaborar las figuras y tablas que representan la información de una manera mucho más ilustrativa.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros

El tratamiento estadístico se hizo en uso del programa SPSS Windows Versión XXI, el cual permitió, dada la tabulación de datos, presentar los hallazgos en forma de tablas descriptivas, cuyo hallazgo se presenta en el siguiente orden:

- Análisis de la variable Actitud laboral
- Resultados por dimensiones
 - Dimensión 1: Componente cognitivo
 - Dimensión 2: Componente afectivo
 - Dimensión 3: Componente conductual
- Análisis de la variable Identidad corporativa
- Resultados por dimensiones
 - Dimensión 1: Compromiso de continuidad
 - Dimensión 2: Compromiso normativo
 - Dimensión 3: Compromiso afectivo

Los hallazgos se presentan a continuación.

4.2. Presentación de resultados

4.2.1. Actitud laboral

4.2.1.1. Análisis general

La actitud laboral de los trabajadores de la Zofra Tacna presentó percepciones mayormente altas. Ello indica que a nivel cognitivo, afectivo y conductual los trabajadores de la Zofra Tacna encuentran que la entidad cumple con las expectativas laborales y logran una opinión favorable respecto a la institución.

Esto se debe al 47.5% de trabajadores que calificaron la actitud hacia la entidad de forma positiva y un 42.6% con niveles de percepción muy altas.

Por otro lado, también se tiene registro de percepciones regulares con un 6.9%.

Tabla 4

Análisis general de la actitud laboral

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
Actitud Laboral	Muy bajo	0	0.00%
	Bajo	3	3.00%
	Regular	7	6.90%
	Alto	48	47.50%
	Muy alto	43	42.60%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.1.2. Dimensión 1: Componente cognitivo

4.2.1.2.1. Percepciones

El indicador Percepciones, forma parte de la medición de la dimensión Componente Cognitivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Actitud Laboral.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que tienen una percepción positiva respecto a su lugar de Trabajo, encontrando que es un lugar bastante adecuado para poder laborar.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 53.5% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 28.7% de trabajadores que sostienen estar Totalmente de acuerdo en cuanto al ítem. Los hallazgos se exponen en la siguiente tabla de resultados.

Tabla 5

Percepciones

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
1. Mi percepción respecto a mi lugar de Trabajo es positiva, encuentro que es un lugar bastante adecuado para poder laborar.	Totalmente en desacuerdo	4	4.00%
	En desacuerdo	5	5.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	8.90%
	De acuerdo	54	53.50%
	Totalmente de acuerdo	29	28.70%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.1.2.2. Ideas

El indicador Ideas, forma parte de la medición de la dimensión Componente Cognitivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Actitud Laboral.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que tienen una percepción positiva respecto a las ideas y procedimientos impuestos en la organización para el cumplimiento de sus operaciones.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 63.40% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 16.80% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 6

Ideas

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
2. Comparto las ideas y procedimientos impuestos en la organización para el cumplimiento de sus operaciones.	Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
	En desacuerdo	7	6.90%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	12.90%
	De acuerdo	64	63.40%
	Totalmente de acuerdo	17	16.80%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.1.2.3. Creencias

El indicador Creencias, forma parte de la medición de la dimensión Componente Cognitivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Actitud Laboral.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que, existe una percepción positiva respecto a los valores organizacionales de la entidad.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 53.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 31.70% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 7

Creencias

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
3. Comparto los valores organizacionales de la entidad (mision, vision, objetivos)	Totalmente en desacuerdo	1	1.00%
	En desacuerdo	1	1.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	12.90%
	De acuerdo	54	53.50%
	Totalmente de acuerdo	32	31.70%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.1.2.4. Opiniones

El indicador Opiniones, forma parte de la medición de la dimensión Componente Cognitivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Actitud Laboral.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que existe una opinión favorable respecto al lugar de trabajo.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 52.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 30.70% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 8

Opiniones

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
4. Tengo una opinión favorable respecto a mi lugar de trabajo	Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
	En desacuerdo	4	4.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	12.90%
	De acuerdo	53	52.50%
	Totalmente de acuerdo	31	30.70%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.1.3. Dimensión 2: Componente afectivo

4.2.1.3.1. Sentimientos

El indicador Sentimientos, forma parte de la medición de la dimensión Componente Afectivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Actitud Laboral.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que tiene un especial sentimiento hacia la organización

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 47.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 42.60% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 9

Sentimientos

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
5. Tengo un especial sentimiento hacia la organización	Totalmente en desacuerdo	2	2.00%
	En desacuerdo	1	1.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	6.90%
	De acuerdo	48	47.50%
	Totalmente de acuerdo	43	42.60%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.1.3.2. Asociación con efectos

El indicador Asociación con afectos, forma parte de la medición de la dimensión Componente Afectivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Actitud Laboral.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que la organización genera efectos positivos en la vida personal y laboral.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 59.40% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 18.80% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 10

Asociación con efectos

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
6. La organización genera efectos positivos en mi vida personal y laboral.	Totalmente en desacuerdo	1	1.00%
	En desacuerdo	6	5.90%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	14.90%
	De acuerdo	60	59.40%
	Totalmente de acuerdo	19	18.80%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.1.4. Dimensión 3: Componente conductual

4.2.1.4.1. Predisposición para actuar

El indicador Predisposición para Actuar, forma parte de la medición de la dimensión Componente Conductual, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Actitud Laboral.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que se sienten comprometidos con la organización, mostrando disposición permanente para actuar a favor de ella.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 54.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 41.60% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem. Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 11

Predisposición para actuar

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
7. Me siento comprometido con la organización, mostrando disposición permanente para actuar a favor de ella.	Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
	En desacuerdo	0	0.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	4.00%
	De acuerdo	55	54.50%
	Totalmente de acuerdo	42	41.60%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2. Identidad corporativa

4.2.2.1. Análisis general

La identidad corporativa de los trabajadores de la Zofra Tacna presentó niveles mayormente altos. Ello es indicador los trabajadores de la Zofra Tacna consideran tener un alto grado de identidad respecto a su disposición y deseo de continuar en la institución,

Esto se debe al 79.2% de trabajadores que calificaron la identidad corporativa en niveles altos y un 18.8% con niveles de percepción muy altas.

En tanto, también se tiene registro de percepciones regulares con un 1%.

Tabla 12

Análisis general de la identidad corporativa

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
Identidad Corporativa	Muy bajo	0	0.00%
	Bajo	1	1.00%
	Regular	1	1.00%
	Alto	80	79.20%
	Muy alto	19	18.80%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.2. Dimensión 1: Compromiso de continuidad

4.2.2.2.1. Vínculo laboral

El indicador Vínculo Laboral, forma parte de la medición de la dimensión Compromiso de Continuidad, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran estar conformes con el vínculo laboral a nivel contractual que mantienen con la organización.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 54.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 22.80% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem. Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 13

Vínculo laboral

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
8. Estoy de acuerdo con el vínculo laboral a nivel contractual que mantengo con la organización.	Totalmente en desacuerdo	2	2.00%
	En desacuerdo	3	3.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	17.80%
	De acuerdo	55	54.50%
	Totalmente de acuerdo	23	22.80%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.2.2. Nivel Remunerativo

El indicador Nivel Remunerativo, forma parte de la medición de la dimensión Compromiso de Continuidad, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento negativo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que no estar acorde con el salario asignado según el puesto de trabajo y funciones.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 36.60% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar en desacuerdo, seguido por el 22.80% de trabajadores que sostienen estar de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 14

Nivel remunerativo

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
9. Estoy de acuerdo con el salario asignado según mi puesto de trabajo y funciones	Totalmente en desacuerdo	17	16.80%
	En desacuerdo	37	36.60%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	15.80%
	De acuerdo	23	22.80%
	Totalmente de acuerdo	8	7.90%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.2.3. Alternativas laborales

El indicador Alternativas Laborales, forma parte de la medición de la dimensión Compromiso de Continuidad, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento neutral positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que, trabajar en la organización es una buena alternativa a nivel laboral

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 46.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 26.70% de trabajadores que sostienen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 15

Alternativas laborales

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
10. Considero que trabajar en la organización es una buena alternativa a nivel laboral	Totalmente en desacuerdo	1	1.00%
	En desacuerdo	5	5.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	26.70%
	De acuerdo	47	46.50%
	Totalmente de acuerdo	21	20.80%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.3. Dimensión 2: Compromiso normativo

4.2.2.3.1. Obligación moral

El indicador Obligación Moral, forma parte de la medición de la dimensión Compromiso Normativo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que, sienten una obligación moral por trabajar en la institución

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 53.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 24.80% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 16

Obligación moral

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
11. Siento una obligación moral por trabajar en la institución.	Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
	En desacuerdo	3	3.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	18.80%
	De acuerdo	54	53.50%
	Totalmente de acuerdo	25	24.80%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.3.2. *Sentido de reciprocidad*

El indicador Sentido de Reciprocidad, forma parte de la medición de la dimensión Compromiso Normativo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que, es importante entregarse a la institución y responder su esfuerzo con reciprocidad.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 51.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 33.70% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 17

Sentido de reciprocidad

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
12. Considero que es importante entregarme a la institución y responder mi esfuerzo con reciprocidad.	Totalmente en desacuerdo	2	2.00%
	En desacuerdo	1	1.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	11.90%
	De acuerdo	52	51.50%
	Totalmente de acuerdo	34	33.70%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.3.3. Beneficios

El indicador Beneficios, forma parte de la medición de la dimensión Compromiso Normativo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que laborar en la institución es beneficioso para su persona.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 52.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 22.80% de trabajadores que sostienen estar totalmente de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 18

Beneficios

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
13. Siento que laborar en la institución es beneficioso para mi persona.	Totalmente en desacuerdo	1	1.00%
	En desacuerdo	1	1.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	22.80%
	De acuerdo	53	52.50%
	Totalmente de acuerdo	23	22.80%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.4. Dimensión 3: Compromiso Afectivo

4.2.2.4.1. Características personales

El indicador Características Personales, forma parte de la medición de la dimensión Compromiso Afectivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que sus características personales se acoplan, favorablemente a las exigencias del puesto de trabajo.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 50.50% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 24.80% de trabajadores que sostienen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto al ítem. Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 19

Características personales

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
14. Mis características personales se acoplan favorablemente a las exigencias en mi puesto de trabajo.	Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
	En desacuerdo	1	1.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	24.80%
	De acuerdo	51	50.50%
	Totalmente de acuerdo	24	23.80%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.4.2. Características estructurales

El indicador Características Estructurales forma parte de la medición de la dimensión Componente Afectivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento imparcial y positiva respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que estar en parte de acuerdo con la distribución orgánica según puestos de trabajo y líneas jerárquicas.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 35.60% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, seguido por el 28.70% de trabajadores que sostienen estar de acuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 20

Características estructurales

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
15. Estoy de acuerdo con la distribución orgánica de los puestos, según puestos de trabajo y líneas jerárquicas.	Totalmente en desacuerdo	2	2.00%
	En desacuerdo	27	26.70%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	35.60%
	De acuerdo	29	28.70%
	Totalmente de acuerdo	7	6.90%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.4.3. Características relativas al trabajo

El indicador Características Relativas al Trabajo, forma parte de la medición de la dimensión Componente Afectivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran estar de acuerdo con las funciones asignadas al puesto de trabajo.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 67.30% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 12.90% de trabajadores que sostienen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 21

Características relativas al trabajo

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
16. Estoy de acuerdo con las funciones asignadas a mi puesto de trabajo	Totalmente en desacuerdo	0	0.00%
	En desacuerdo	10	9.90%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	12.90%
	De acuerdo	68	67.30%
	Totalmente de acuerdo	10	9.90%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.2.2.4.4. Experiencias profesionales

El indicador Experiencias Profesionales forma parte de la medición de la dimensión Componente Afectivo, la misma que está evaluando en la investigación a la variable Identidad Corporativa.

Los hallazgos denotan que existe una tendencia de un cumplimiento positivo respecto al indicador, por tanto, se tiene que los trabajadores de la Zofra Tacna consideran que laborar en la entidad les permite lograr experiencias favorables para su crecimiento profesional.

Estos resultados tienen como mayor frecuencia al 57.40% de calificaciones correspondientes a trabajadores que indicaron estar de acuerdo, seguido por el 18.80% de trabajadores que sostienen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en cuanto al ítem.

Los hallazgos se exhiben a continuación en la tabla de resultados.

Tabla 22

Experiencias profesionales

Ítem	Alternativas	Recuento	Porcentaje
17. Trabajar en la entidad me permite lograr experiencias favorables para mi crecimiento profesional.	Totalmente en desacuerdo	2	2.00%
	En desacuerdo	4	4.00%
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	18.80%
	De acuerdo	58	57.40%
	Totalmente de acuerdo	18	17.80%
	Total	101	100.00%

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

4.3. Contraste de hipótesis

4.3.1. Contraste de hipótesis general

Se plantea la siguiente hipótesis general:

H0: La actitud laboral no influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

H1: La actitud laboral influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

Para comprobar la hipótesis se ejecuta la prueba de regresión lineal estadística, siendo los resultados los siguientes:

Resumen del modelo:

Tabla 23

Resumen del modelo de regresión lineal para la hipótesis general

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	.743(a)	.552	.547	.37254

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

ANOVA del modelo:

Tabla 24

ANOVA del modelo de regresión lineal para la hipótesis general

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	16.918	1	16.918	121.895	.000(a)
	Residual	13.740	99	.139		
	Total	30.658	100			

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

Coefficientes del modelo:

Tabla 25

Coefficientes del modelo de regresión lineal para la hipótesis general

Modelo		Coefficientes no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	(Constante)	.798	.268		2.982	.004
	ACTITUD	.714	.065	.743	11.041	.000
	LABORAL					

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

Debido a que el valor de significancia es menor de 0.05, se denota que existe relación significativa entre las variables. Por otro lado, el R-cuadrado indica una influencia de un 55.2% sobre la identidad corporativa.

De esta forma se decide aprobar la hipótesis específica formulada.

4.3.2. Contraste de hipótesis específicas

4.3.2.1. Contraste de hipótesis específica 1

La hipótesis específica 1 formula:

H0: El componente cognitivo de la actitud no influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

H1: El componente cognitivo de la actitud influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

Para comprobar la hipótesis se ejecuta la prueba de regresión lineal estadística, siendo los resultados los siguientes:

Resumen del modelo:

Tabla 26

Resumen del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 1

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	.690(a)	.476	.471	.40266

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

ANOVA del modelo:

Tabla 27

ANOVA del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 1

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	14.606	1	14.606	90.090	.000(a)
	Residual	16.051	99	.162		
	Total	30.658	100			

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

Coefficientes del modelo:

Tabla 28

Coefficientes del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 1

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	(Constante)	1.281	.260		4.921	.000
	Componente cognitivo	.606	.064	.690	9.492	.000

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

Puesto que el valor de significancia es menor de 0.05, se explica que existe relación significativa entre las variables. Por otro lado, el R-cuadrado indica una influencia de un 47.6% sobre la identidad corporativa.

Es así que se decide aprobar la hipótesis específica formulada.

4.3.2.2. *Contraste de hipótesis específica 2*

La hipótesis específica 2 indica que:

H0: El componente afectivo de la actitud no influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

H1: El componente afectivo de la actitud influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

Con el fin de contrastar la hipótesis se ejecuta la prueba de regresión lineal estadística, siendo los resultados los siguientes:

Resumen del modelo:

Tabla 29

Resumen del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 2

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	.656(a)	.430	.424	.42025

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

ANOVA del modelo:

Tabla 30

ANOVA del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 2

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	13.174	1	13.174	74.593	.000(a)
	Residual	17.484	99	.177		
	Total	30.658	100			

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

Coefficientes del modelo:

Tabla 31

Coefficientes del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 2

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados		
		B	Error típ.	Beta	t	Sig.
1	(Constante)	1.697	.238		7.121	.000
	Componente afectivo	.496	.057	.656	8.637	.000

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

Debido a que el valor de significancia es menor de 0.05, se denota que existe relación significativa entre las variables. Por otro lado, el R-cuadrado indica una influencia de un 43.0% sobre la identidad corporativa.

De esta manera se decide aprobar la hipótesis específica planteada

4.3.2.3. *Contraste de hipótesis específica 3*

La tercera hipótesis específica indica:

H1: El componente conductual de la actitud no influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

H0: El componente conductual de la actitud influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofra Tacna.

Con el fin de contrastar la hipótesis se ejecuta la prueba de regresión lineal estadística, siendo los resultados los siguientes:

Resumen del modelo:

Tabla 32

Resumen del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 3

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado corregida	Error típ. de la estimación
1	.527(a)	.278	.271	.47288

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

ANOVA del modelo:

Tabla 33

ANOVA del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 3

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	8.520	1	8.520	38.099	.000(a)
	Residual	22.138	99	.224		
	Total	30.658	100			

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

Coefficientes del modelo:

Tabla 34

Coefficientes del modelo de regresión lineal para la hipótesis específica 3

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error típ.	Beta		
1	(Constante)	1.454	.371		3.924	.000
	Componente conductual	.518	.084	.527	6.172	.000

Nota. Elaborado en función de la encuesta aplicada

Considerando que el valor de significancia es menor de 0.05, se denota que existe relación significativa entre las variables. En tanto, el R-cuadrado indica una influencia de un 27.8% sobre la identidad corporativa.

De esta forma se decide aprobar la hipótesis específica formulada.

4.4. Discusión de resultados

En la investigación los resultados de han demostrado que en la Zofratacna existen percepciones favorables en cuanto a la actitud laboral del personal, como también indicadores que reflejan una identidad corporativa positiva respecto a la organización.

Por otro lado, también se denota que existe una relación significativa entre la actitud laboral, la misma que infiere de forma significativa sobre la identidad corporativa.

De esta forma se puede establecer que a medida que la actitud laboral hacia la institución es adecuada, en consecuencia, permite que la identidad corporativa presente mejoras.

Estos resultados guardan relación con estudios previos. Se puede citar a Sandoval (2013), el mismo que evaluó la actitud laboral, de forma similar a la investigación, pero denotando una relación directa con los hábitos de vida, estableciendo que a medida que existen hábitos saludables también existirá una actitud laboral adecuada, y ello, en cuanto a la investigación realizada, permitiría determinar mejoras en la identidad corporativa.

Así mismo, lograr una identidad corporativa en los trabajadores es un elemento que contribuye a mejorar también el rendimiento de una organización, tal como sostienen Cammarata & Cid (2012), indicando que liderar la identidad

corporativa permite mejorar en el posicionamiento en el mercado. Así mismo, Robayo (2012), explica que la identidad corporativa también trae consigo mejoras significativas sobre la imagen de una organización.

Estos hallazgos a nivel nacional también encuentran relación con lo determinado por Conde & Lafora (2014), en el sentido que la actitud laboral guarda relación no solo con las mejoras de la identidad corporativa, sino también con efectos sobre la propia gestión de la institución, por lo que se puede determinar, en función de la investigación, que a medida que existe una adecuada actitud laboral, es posible que se logre a su vez mejorar la gestión administrativa.

Por otro lado, es preciso que la identidad corporativa de los trabajadores sea acompañada por programas de relaciones públicas en las que se fomente los valores institucionales y en consecuencia se mejore la actitud laboral, tal como lo demostró Salirrosas (2016) en su investigación.

Para lograr una actitud laboral adecuada es preciso que se promueva el conocimiento sobre la visión estratégica institucional y valores institucionales, lo que permite generar mayor identidad corporativa y tal como indica Copaja (2008) debe de permitir que se genere tendencias de mayor aceptación hacia la institución.

CONCLUSIONES

1. La actitud laboral influye de forma significativa sobre la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna, lo que se determinó en función del valor de significancia calculado menor de 0.05 y un R-cuadrado que explica que la actitud laboral tiende a influenciar sobre la identidad corporativa en un 55.20%. Ello es indicador que la actitud laboral en función de sus componentes cognitivo, afectivo y conductual, tiende a generar inferencia directa sobre el compromiso de los trabajadores a nivel de continuidad, normativo, y afectivo en referencia a la institución.
2. Se ha establecido que el componente cognitivo de la actitud laboral influye de forma significativa sobre la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna, lo que se demostró según el valor de significancia menor de 0.05, y cuyo R-cuadrado indica que el componente cognitivo de la actitud laboral influye en un 47.60% sobre la identidad corporativa, es decir, las percepciones, ideas, creencias y opiniones del personal respecto a la institución, infiere de forma directa sobre la identidad corporativa.
3. Se determinó que el componente afectivo de la actitud influye de forma significativa sobre la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna, lo que se demostró de acuerdo al valor de significancia menor de 0.05, y cuyo R-cuadrado indica que el componente afectivo influye en un 43.00% sobre la identidad corporativa, lo que explica que, los sentimientos del personal y la

asociación del logro de efectos positivos a partir del trabajo, permite que la identidad corporativa se vea mejorada.

4. Se determina que el componente conductual de la actitud influye de forma significativa sobre la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna, lo que se comprobó según el valor de significancia menor de 0.05, y cuyo R-cuadrado indica que el componente conductual de la actitud laboral influye en un 27.80% sobre la identidad corporativa, es decir que, la predisposición del personal para actuar a favor de la organización permite que exista mayor identidad corporativa.

SUGERENCIAS

1. Se sugiere que, mediante el Área de Gestión de Talento Humano, la institución promueva prácticas laborales en las que se invite al personal, mediante reuniones de trabajo, a brindar libremente su opinión respecto al funcionamiento de la empresa, a fin que ello permita lograr mayor aceptación de las diferentes opiniones y recomendaciones, a fin que se mejore la actitud hacia la organización y con ello también se refuerce la identidad corporativa.
2. Se sugiere que se establezca la conformación de un comité de buenas prácticas laborales, liderada por el Área de Gestión de Talento Humano, y que tenga razón en implementar un buzón de sugerencias, el cual sea revisado mediante reuniones quincenales, en las que se haga lectura y tome nota de las necesidades laborales, y estas sean elevadas mediante un informe a la Oficina de Administración y Finanzas, y posteriormente presentada a la Gerencia General para lograr sus debidas implementaciones, mejorando con ello también la identidad organizacional.
3. Mediante el Área de Gestión de Talento Humano, se sugiere que se programe reuniones laborales en las que se haga reconocimiento de los logros del personal, como también se ejecute la celebración de fechas especiales mediante días dedicados al personal, que permita compartir, socializar y mejorar los lazos afectivos institucionales.

4. Es preciso que el Área de Gestión de Talento Humano incluya anualmente un Programa de Capacitaciones activo, donde aparte de tocar temas netamente del rubro laboral, también encierre capacitar al personal a través de talleres de trabajo en equipo y/o concursos donde los trabajadores participen de forma mucho más dinámica, participativa buscando fortificar en ellos la importancia de su trabajo para el desarrollo de la cultura organizacional, en base a los valores, reglamentos y manuales organizacionales, llevando el mensaje transparente para lograr los objetivos de la Zofratatna.

REFERENCIAS

- Aduanet, P. (s.f.). *Aduanet*. Obtenido de Aduanet Web Site: <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/glosario>
- Allen, M. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three component model. *Journal of Applied Psychology*.
- Alvarez, M. y. (2006). *Productividad Laboral*. Mexico: Crisma.
- Capriotti, P. (2008). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona, España: Ariel S.A.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración del Recurso Humano*. Colombia: Quinta Edición - Editorial Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional. La Dinámica del éxito en las Organizaciones*". México: McGraw Hill.
- Cid, C. (2012). *Desarrollar la identidad corporativa de una empresa nueva para posicionarla en el mercado caraqueño de publicidad BTL: Inversiones Tres en Uno*. Caracas: Universidad Católica Andres Bello.
- Conde, J., & Lafora, M. (2014). *La actitud laboral y la gestión administrativa del docente de las Instituciones Educativas del nivel de primaria del distrito de Lurín en el periodo 2014*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Copaja, R. (2008). *Actitud laboral del personal docente de la institución educativa Carlos Armando Laura de Tacna*. Tacna: Universidad Mayor de San Marcos.
- Costa, J. (1992). *Identidad corporativa y estrategia de empresa 25 casos prácticos*. Barcelona: Ediciones Ceac, S.A.
- Davis, K., & Newstrom, J. (1999). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. México: Mc Graw Hill.
- El Comercio. (3 de Noviembre de 2016). Zofratacna requiere S/146 millones para su repotenciación. *Diario El Comercio*.
- Fincowsky, F., & Guillermo, G. (2002). *Organización y métodos: un enfoque competitivo*. México: Mc Graw Hill.
- García, S., & Dolan, S. (1997). *La Dirección por Valores*. Santa Fe de Bogotá, Colombia: 1era Edición. McGraw-Hill,.

- Guillén, C., & Guil, R. (2000). *Psicología del trabajo para relaciones laborales*. Madrid, España: Mc Graw Gill 2000.
- La Nación. (22 de Setiembre de 1996). Importancia de las zonas francas. *Diario la Nación*.
- La República. (3 de Diciembre de 2013). Pérdidas de ZofraTacna superan el millón de soles. *Diario La República*.
- Mula, A., & Navas, L. (2011). *Las Actitudes ante la Inmigracion en los Adolescentes y en los Jóvenes*. San Vicente del Raspeing, España: Universidad de Alicante - Editorial Club Universitario.
- Oviedo, V. (2002). *Las esferas de la comunicacion en las organizaciones*. Lima, Perú: Jaime Campodónico.
- Pizzolante, I. (2004). *El Poder de la Comunicación Estratégica*. Bogotá, Colombia: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, pp.282.
- RAE, R. A. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española Web Site: <http://www.rae.es>
- RAE, R. A. (s.f.). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española Web Site: <http://www.rae.es>
- Robayo, Y. (2012). *Reestructuración de la imagen e identidad corporativa de G.D.S. Colombia LTD. a partir de un estudio Semiotico*. Bogota: Universidad EAN.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional, conceptos, controversias y aplicaciones*. México, D.F.: Otava edición, Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Rosenberg, M., & Hovland, C. (1960). "Cognitive Affective and Behavioral Components of Attitudes". In *Attitude Organization and Change: An Analysis of Consistency among Attitude Components*. New Haven: Yale University Press.
- Salirrosas Flores, C. (2016). *Propuesta de un programa de relaciones públicas para fortalecer la identidad corporativa de los trabajadores de cosecha en la empresa Agroindustrial Camposol S.A. en el distrito de Chao, 2015*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.

- Sandoval, M. (2013). *Relación entre hábitos de vida y actitud laboral en trabajadores de una empresa privada dedicada al ramo de repostería*. Guatemala de Asunción: Universidad Rafael Landívar.
- Svensen, H. (12 de Octubre de 2015). DMCC reconocida como LA mejor zona franca del mundo. *PR News Wire*.
- Van Riel, C. (1997). *Comunicación Corporativa*. Madrid, España: Prentice Hall.
- Zofratakna. (s.f.). *Zofratakna*. Obtenido de Zofratakna Web Site: <http://www.zofratakna.com.pe>

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

La actitud laboral y la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna en el periodo 2020.

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	Variable	Dimensión	Indicadores		
<i>Problema General</i>	<i>Objetivo General</i>	<i>Hipótesis General</i>	Variable independiente: Actitud laboral	Componente cognitivo	Percepciones		
¿Cómo influye la actitud laboral en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna?	Determinar la influencia de la actitud laboral en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna.	La actitud laboral influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna.			Variable dependiente: Identidad corporativa	Compromiso de continuidad	Ideas
							Creencias
							Opiniones
				Sentimientos			
<i>Problemas específicos</i>	<i>Objetivos específicos</i>	<i>Hipótesis específicas</i>		Componente afectivo	Asociación con efectos		
• ¿Cómo influye el componente cognitivo de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna?	• Establecer la influencia del componente cognitivo de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna.	• El componente cognitivo de la actitud influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna.		Componente conductual	Predisposición para actuar		
					Vínculo laboral		
• ¿Cómo influye el componente afectivo de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna?	• Medir la influencia del componente afectivo de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna.	• El componente afectivo de la actitud influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna.		Compromiso normativo	Nivel Remunerativo		
					Alternativas laborales		
• ¿Cómo influye el componente conductual de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna?	• Evaluar la influencia del componente conductual de la actitud en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna.	• El componente conductual de la actitud influye en la identidad corporativa de los colaboradores de la Zofratacna.	Compromiso afectivo	Obligación Moral			
				Sentido de reciprocidad			
				Beneficios			
				Características personales			
				Características estructurales			
				Características relativas al trabajo			
				Experiencias profesionales			
METODO Y DISEÑO		POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS			
Tipo de investigación:	Básica	Población:	118 trabajadores	Técnica:	Encuesta		
Nivel de investigación:	Explicativo	Muestra:	90 trabajadores	Instrumentos:	Cuestionario		
Diseño de investigación:	No experimental y Transversal			Tratamiento estadístico:	IBM SPSS Windows XXI		

Anexo 2. Instrumentos de Investigación

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA ACTITUD LABORAL Y LA IDENTIDAD CORPORATIVA DE LOS COLABORADORES DE LA ZOFRA TACNA

El presente cuestionario tiene como finalidad evaluar su percepción como trabajador de la Zofra Tacna en relación a su actitud laboral y la identidad corporativa. Para ello se solicita que marque con una "X" sobre el recuadro que presente un mejor acercamiento a su valoración en relación a los siguientes ítems, por lo cual se solicita que marque con la mayor precisión posible:

Considere las siguientes valoraciones:

- 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo
3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4: De acuerdo 5: Totalmente de acuerdo

DATOS GENERALES:

Edad: _____ Sexo: Masculino () Femenino ()

Modalidad contractual: Contratado () Nombrado ()

Dedicación: Tiempo completo () Tiempo parcial ()

ÍTEMS:

ACTITUD LABORAL						
Componente cognitivo						
Percepciones	Mi percepción respecto a mi lugar de trabajo es positiva, encuentro que es un lugar bastante adecuado para poder laborar	1	2	3	4	5
Ideas	Comparto las ideas y procedimientos impuestos en la organización para el cumplimiento de sus operaciones	1	2	3	4	5
Creencias	Comparto los valores organizacionales de la entidad (misión, visión, objetivos)	1	2	3	4	5
Opiniones	Tengo una opinión favorable respecto a mi lugar de trabajo	1	2	3	4	5
Componente afectivo						
Sentimientos	Tengo un especial sentimiento hacia la organización	1	2	3	4	5
Asociación con efectos	La organización genera efectos positivos en mi vida personal y laboral.	1	2	3	4	5
Componente conductual						
Predisposición para actuar	Me siento comprometido con la organización, mostrando disposición permanente para actuar a favor de ella	1	2	3	4	5
IDENTIDAD CORPORATIVA						
Compromiso de continuidad						
Vínculo laboral	Estoy de acuerdo con el vínculo laboral a nivel contractual que mantengo con la organización	1	2	3	4	5
Nivel Remunerativo	Estoy de acuerdo con el salario asignado según mi puesto de trabajo y funciones	1	2	3	4	5
Alternativas laborales	Considero que trabajar en la organización es una buena alternativa a nivel laboral	1	2	3	4	5

Compromiso normativo						
Obligación Moral	Siento una obligación moral por trabajar en la institución	1	2	3	4	5
Sentido de reciprocidad	Considero que es importante entregarme a la institución y responder con mi esfuerzo con reciprocidad.	1	2	3	4	5
Beneficios	Siento que laborar en la institución es beneficioso para mi persona.	1	2	3	4	5
Compromiso afectivo						
Características personales	Mis características personales se acoplan favorablemente a las exigencias en mi puesto de trabajo.	1	2	3	4	5
Características estructurales	Estoy de acuerdo con la distribución orgánica de los puestos de trabajo, según puestos de trabajo y líneas jerárquicas.	1	2	3	4	5
Características relativas al trabajo	Estoy de acuerdo con las funciones asignadas a mi puesto de trabajo	1	2	3	4	5
Experiencias profesionales	Trabajar en la entidad me permite lograr experiencias favorables para mi crecimiento profesional.	1	2	3	4	5

Muchas gracias