



**UNIVERSIDAD  
SEÑOR DE SIPÁN**

**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**Escuela Académica Profesional de Psicología**

**TESIS**

**ENGAGEMENT EN COLABORADORES DE TRES  
EMPRESAS DE COMERCIALIZACION DE BEBIDAS  
Y ALIMENTOS DE LA CIUDAD DE CHICLAYO-  
2015.**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA**

**AUTORA:**

**Bach. Cumpa Romero Mariel Dayana**

**Pimentel, 08 de Julio del 2015**

PRESENTACIÓN DE LA APROBACIÓN  
ENGAGEMENT EN COLABORADORES DE TRES EMPRESAS DE  
COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS Y ALIMENTOS DE LA CIUDAD DE  
CHICLAYO

---

Lic. Toro Reque Rubén

**Asesor metodólogo**

---

Mg. Núñez Untiveros Jesús

**Asesor especialista**

---

Mg. García Ramírez Edwin Martín

**Presidente del jurado de tesis**

---

Mg. Coronado Selem Ysolda

**Secretaria del jurado de tesis**

---

Mg. Saldaña Mendoza Miguel Ángel

**Vocal del jurado de tesis**

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser mi fuente de sabiduría,  
fuerza y dedicación desde  
el inicio de mi vida universitaria.

A mis padres que fueron mis mecenas  
Y coautores de esta investigación,  
Y brindarme su apoyo incondicional.

A cada uno de los docentes  
por sus enseñanzas  
y apoyo incondicional durante  
este proceso de aprendizaje.

## **AGRADECIMIENTO**

A todas las personas que han  
participado en mi formación  
como persona,  
profesional y como estudiante.

## INDICE

<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	7
<b>RESUMEN</b> .....	8
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	10
<b>CAPÍTULO I</b> .....	12
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	12
1.1. Situación problemática.....	13
1.2. Formulación del problema:.....	15
1.3. Delimitación de la investigación .....	15
1.4. Justificación e importancia de la investigación.....	16
1.5 Limitaciones de la investigación.....	17
1.6. Objetivos.....	17
<b>CAPÍTULO II</b> .....	19
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	19
2.1. Antecedentes de estudios:.....	20
2.2. Bases teóricas científicas .....	23
2.3. Definición de la terminología .....	36
<b>CAPÍTULO III</b> .....	37
<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	37
3.1. Tipo y Diseño de la investigación .....	38
3.2. Población y Muestra: .....	39
3.3. Hipótesis .....	40
3.4. Variables .....	40
3.5. Operacionalización .....	41
3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	42
3.7. Procedimiento para la recolección de datos. ....	44
3.8. Análisis estadístico e interpretación de los datos .....	45
3.9. Principios éticos.....	45
3.10.Criterios de rigor científico.....	45
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	46
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b> .....	46
4.1. Resultados en tablas y gráficos.....	47

4.2. Contrastación de hipótesis.....	57
4.3. Discusión de resultados.....	59
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>63</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>63</b>
5.1. Conclusiones:.....	64
5.2. Recomendaciones.....	65
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>66</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>68</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>CAPITULO IV</b> .....	46
Tabla 01 .....	47
Tabla 02 .....	49
Tabla 03 .....	51
Tabla 04 .....	53
Tabla 05 .....	55

## RESUMEN

Actualmente en las organizaciones existen profesionales en diferentes áreas que no se comprometen a totalidad con sus actividades laborales, siendo propensos a un estancamiento laboral o a la búsqueda de nuevos retos, limitándose a seguir la línea de carrera de la organización.

La propuesta de la psicología positiva es crear técnicas alternativas enfocarse en las personas que están comprometidas con su actividad laboral, así identificar los niveles de vigor, dedicación y absorción en emplean diariamente.

Así pues estos niveles conforman lo que es llamado engagement, siendo el tema a tratar en este presente estudio en la ciudad de Chiclayo.

La muestra que participó en el presente estudio estuvo compuesta por los colaboradores de tres empresas de las diferentes áreas, siendo un total de 65 participantes.

El objetivo principal fue detectar los niveles de vigor, dedicación y absorción en las tres diferentes organizaciones. Se utilizó en esta investigación el valor de la prueba chi cuadrado siendo significativo ( $p < 0.05$ ), esto indica que existen diferencias significativas en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

Finalmente se concluye que en los colaboradores de las tres empresas estudiadas se encuentran en un nivel promedio.

Palabras Clave: engagement, psicología positiva.

## **ABSTRACT**

Currently there are professional organizations in different areas that are not entirely committed to their work activities, being prone to stagnation or job search for new challenges, keeping to the racing line of the organization.

The proposal of positive psychology is to create alternative techniques focus on people who are committed to their work and identify levels of vigor, dedication and absorption in daily use.

So these levels make up what is called engagement, with the issue to be addressed in this present study in the city of Chiclayo.

The sample that participated in this study was composed of employees of three companies a from different areas, with a total of 65 participants.

The main objective was to detect levels of vigor, dedication and absorption in the three different organizations. The value of the chi-square test to be significant ( $p < 0.05$ ) was used in this research, it indicates that there are significant differences in engagement between employees of the companies marketing food and beverage city of Chiclayo.

Finally it is concluded that employees of the three companies studied are at an average level.

Key Words: Engagement, positive psychology.

## INTRODUCCIÓN

La mayoría de investigaciones estaban dirigidas a aquellos comportamientos con connotación negativa que pueden presentarse en las organizaciones, por ello surge la necesidad de generar una aproximación positiva y emergente, que se centre en las fortalezas y en el funcionamiento organizacional óptimo, de manera complementaria a la psicología tradicional

Actualmente las organizaciones buscan en sus empleados, personas proactivas, con iniciativa, colaboradores con capacidad para trabajar en equipo, responsables de su desarrollo profesional y comprometidos con un desarrollo impecable, a lo que le podemos llamar una persona “engaged”(enganchados), que permite adaptarse a los cambios con facilidad y sacar provecho de ellos.

Entonces el engagement hace referencia a la disposición, identificación e implicación en el sujeto positivamente en el trabajo, reconociendo sus propios valores y metas de tal forma que posee una confianza básica en las relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo. Dicho aquello, el engagement se considera como un estado psicológico de realización y lo opuesto al síndrome de burnout. Las personas engaged se conectan energéticamente y efectivamente con su trabajo, no lo perciben estresante y demandante, sino retador y posibilitador de realización personal. Además podemos decir que el engagement también puede ser colectivo, ya que se contagia y se comparte entre los miembros de un grupo.

Siendo esta una herramienta que es relativamente nueva en el uso de las organizaciones modernas e investigaciones, denominada Engagement, siendo además el estado psicológico de realización de una persona, que debido a su fuerte dedicación con el trabajo, está comprometido a conseguir la excelencia en su desempeño, generando un sentimiento de conexión energético y efectivo con sus actividades laborales sintiéndose totalmente capaz de responder a las demandas de su puesto de trabajo con absoluta confianza. *Salanova (2002)* lo define como un estado positivo con el trabajo y caracterizado por los niveles de absorción, dedicación y vigor, más que un estado específico y momentáneo, es un

estado afectivo - cognitivo más persistente que no está focalizado en un objeto, evento o situación en particular.

Por último, podemos decir que las intervenciones individuales señalan lo que cada empleado puede hacer para prosperar en su trabajo mientras que las organizaciones se centran en lo que puede hacer la organización a la hora de promover una mejora en su capital humano y promover espirales de ganancias tanto para los empleados como para la organización.

Esta investigación se divide en apartados, el capítulo I, está comprendido por el problema de investigación en la que podemos hallar situación problemática, formulación del problema, delimitación de la investigación, justificación e importancia de la investigación, y objetivos. El capítulo II comprende antecedentes de la investigación, bases teóricas, y definición de la terminología. El capítulo III, se describe el marco metodológico. El capítulo IV, se describe los resultados encontrados en la investigación presentándose los datos recolectados así como la discusión de los resultados. Y por último el capítulo V, donde se describe las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

# **CAPÍTULO I**

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Situación problemática**

En la actualidad en diferentes organizaciones se perciben diversos problemas como bajo rendimiento en las tareas asignadas, bajos niveles de energía mientras se trabaja, desmotivación y actitudes pesimistas e insatisfacción de los logros alcanzados. Debido a ello, resulta que existe un estado afectivo inadecuado para el desenvolvimiento óptimo del desarrollo de las habilidades sociales del trabajador.

Por el contrario, Andrés (2009), señala que al experimentar emociones positivas en el trabajo y en la actividad profesional, éstas se asociarían con una auto-imagen positiva, confianza en el esfuerzo de uno mismo, alto nivel de autonomía personal, independencia, concienciación de las tareas bien hechas, competencia profesional, satisfacción de necesidades, buenas relaciones dentro y fuera de la organización; sin embargo, al experimentar emociones negativas, en los escenarios laborales, se traducen en inseguridad y miedo al fracaso.

Así también vemos la diferencia de aquellos que padecen Burnout: los trabajadores engaged tienen un sentimiento de conexión energética y efectiva con su trabajo, en lugar de ver su trabajo como estresante y demandante lo perciben como retador, para ellos el trabajo es divertido y no una carga. En el engagement existe una sensación de realización en contraste con el vacío de vida que deja en la gente el sentimiento de pérdida característico del síndrome de Burnout. Por ejemplo los trabajadores engaged son proactivos buscan y aceptan responsabilidades relacionadas con su profesión, en el caso que algo les moleste en su trabajo expresan sus quejas, plantean alternativas de solución para mejorar o en última instancia dejan el puesto de trabajo si no hay nada que hacer para mejorar su situación .

Jiménez, (2010, citado en Bravo, 2013), menciona que el engagement es un estado positivo relacionado con el trabajo y caracterizado por el vigor,

dedicación y absorción, tipologías opuestas al síndrome del quemado o burnout: agotamiento, cinismo y falta de eficacia profesional.

Salanova y Schaufeli (2009) caracterizaron al engagement como un factor preciso del proceso motivacional, que tiene un efecto positivo sobre el compromiso organizacional, un desempeño elevado y calidad de servicio.

Además cada organización busca que sus colaboradores muestren un alto nivel de energía, resistencia mental y al esfuerzo en el trabajo. Así lo menciona Pacheco y Duran, (2007, citado en Bravo, 2013) pues indican que con la energía se suma la persistencia y el esfuerzo en la labor que la persona lleva a cabo a pesar de los contratiempos y dificultades. Además de trabajar con alta implicación laboral junto con el entusiasmo, orgullo y desafío por la actividad laboral.

Los trabajadores con un elevado nivel de engagement les resultan positivos a las organizaciones, cuando hay un alto nivel en las demandas del trabajo (recursos laborales) se eleva el engagement. La autoeficacia y los recursos individuales son necesarios para un buen desempeño laboral y buen engagement. El resultado que se establece entre los recursos individuales y el desempeño laboral (proceso dinámico) es la ganancia; es decir un elevado nivel de engagement en las organizaciones mejora el rendimiento laboral de los trabajadores y de las organizaciones.

Por tal motivo, la presente investigación, que se realizó en la ciudad de Chiclayo, estudia la variable engagement, siendo los colaboradores de tres organizaciones diferentes la población objeto de estudio, a quienes se les observa un descontento en las políticas salariales, causando insatisfacción en los colaboradores y por lo tanto una baja en la producción y crecimiento de cada empresa.

En razón de que las empresas Chiclayanas necesitan una mayor atención para mejorar sus niveles de competitividad, a partir de diagnósticos empresariales que sirvan de punto de partida para la planificación de

estrategias de gestión que involucren adecuados niveles de engagement, es que se hace necesario realizar investigaciones que permitan conocer el Engagement en las empresas, lo que será materia fundamental de la presente investigación.

Debe precisarse que sin este aspecto tan importante en la organización empresarial, la labor no se desarrollará con éxito significativo en el que tanto los empresarios como sus trabajadores constituyan un equipo bien cohesionado para el logro de los objetivos empresarial

## **1.2. Formulación del problema:**

¿Existen diferencias en el engagement de los colaboradores de tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo, 2015?

## **1.3. Delimitación de la investigación**

La presente investigación se realizó con una muestra de 65 participantes, siendo un muestreo censal. Teniendo además las siguientes delimitaciones: colaboradores entre edades de 18 a 24 años de la ciudad de Chiclayo, varones y mujeres de todas las áreas respectivas por marca, teniendo además como mínimo un mes de tiempo laborando para la empresa.

Se trabajó en esta investigación aproximadamente durante 1 año desde Setiembre de 2014 hasta Julio del 2015.

#### **1.4. Justificación e importancia de la investigación**

En la era actual hay una gran preocupación por mejorar el entorno laboral de las personas que trabajan, para que estos se encuentren lo más satisfechos posible y sientan que son eficientes y que pueden enorgullecerse del trabajo que realizan. De esta manera serán capaces de adaptarse con mayor éxito a las características y a las exigencias del trabajo, que varían a la par con el desarrollo de la humanidad, emergiendo así nuevos campos laborales y nuevas profesiones, necesarias para satisfacer los requerimientos de la población.

En primer lugar beneficiará a los estudiantes e investigadores, puesto que servirá como antecedente para futuros estudios, al mismo tiempo ampliará el número de investigaciones y de este modo se tendrá un conocimiento científico más profundo de este problema.

Segundo lugar, a partir de la presente investigación, ésta será un punto de partida para la planificación de estrategias dirigidas a ayudar a los colaboradores de la organización, considerando al trabajador con el activo más valorado preocupándonos por su bienestar psicológico, logrando que sea proactivo, muestre iniciativa personal, colabore con los demás, que tome responsabilidades con el propio desarrollo de su carrera y que se comprometa con la excelencia.

En pocas palabras, el comportamiento organizacional enfrenta muchos retos y tiene oportunidades, por lo tanto hoy en día para que el trabajador se encuentre implicado con la organización debe tener las herramientas necesarias para su desarrollo y una buena relación con la organización, para que se logre el crecimiento personal y profesional de los colaboradores, contribuyendo con la productividad y excelencia de la organización. Así pues va a facilitar a los gerentes de todas las organizaciones información acerca de esta variable como base para el planteamiento de técnicas de gestión.

Es por esto que surgió la idea de analizar el término engagement y tener una visión más completa de esta variable que en realidad no es conocida en las organizaciones, o solo lo dejamos pasar sin tomarle la importancia que corresponde y las consecuencias positivas que devienen de conocer más sobre la variable de estudio.

## **1.5 Limitaciones de la investigación**

Durante el desarrollo de esta investigación se mostraron diferentes limitaciones:

Siendo la muestra de tres empresas de comercialización de alimentos de bebidas y alimentos, el número de participantes fue escaso ya que hubo recorte de personal, reduciendo el número de participantes.

Escasa información de antecedentes y bibliografía en nuestro medio, razón por la que se ha revisado información virtualmente.

## **1.6. Objetivos**

Objetivo general:

Determinar las diferencias en el engagement entre los colaboradores de tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo, 2015.

Objetivos específicos:

1. Medir el grado de engagement en los colaboradores de tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo, 2015.

2. Determinar las diferencias en la dimensión “vigor” en el engagement, entre los colaboradores de las tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo, 2015.

3. Determinar las diferencias en la dimensión “dedicación” en el engagement, entre los colaboradores de las tres empresas de comercialización de alimentos y bebidas de la ciudad de Chiclayo, 2015.

4. Determinar las diferencias en la dimensión “absorción” en el engagement, entre los colaboradores de las tres empresas de comercialización de alimentos y bebidas de la ciudad de Chiclayo, 2015.

# **CAPÍTULO II**

## **MARCO TEÓRICO**

## **2.1. Antecedentes de estudios:**

### ***2.1.1. A Nivel Internacional***

Silva (2012), en la universidad Mar de Plata de Argentina; realizó un estudio descriptivo sobre engagement y burnout de trabajadores voluntarios de investigaciones públicas en Ebsco Host, el cual tuvo un diseño de tipo descriptivo. La técnica empleada fue descriptiva, utilizada para el estudio sistemático de la literatura científica encontrada. Donde se analizaron un total de 104 documentos científicos sobre engagement y burnout en trabajadores voluntarios utilizando el portal de bases de datos *EBSCO Host*. Se utilizaron descriptivos simples para presentar resultados sobre el tamaño, crecimiento y distribución de los documentos. Se encontraron publicaciones a partir del año 1983. Estos resultados ponen en evidencia un reciente interés por parte de los investigadores en esta temática específica.

Hakanen, Bakker y Schaufeli (2006), en Finlandia realizaron un estudio correlacional utilizando una amplia muestra representativa de profesores finlandeses. En él se mostró que los cinco recursos utilizados en el estudio (el control, la disponibilidad de información, la supervisión de apoyo, el clima de innovación y el clima social) estuvieron positivamente relacionados con el engagement que a su vez estuvo relacionado con el compromiso de los profesores con la escuela. Estos resultados confirman el proceso de motivación del modelo DRL (el modelo demandas y recursos laborales). Por otra parte, el burnout fue predicho por tres demandas: sobrecarga cuantitativa, la indisciplina de los alumnos y las malas condiciones físicas del trabajo; así como por la falta de los cinco recursos laborales comentados anteriormente.

Lisbona Ana, Morales Francisco y Palací Francisco estudiaron “el engagement como resultado de la socialización organizacional”, donde su objetivo fue determinar los dominios entrenamiento, comprensión y perspectivas de futuro están relacionados positivamente con el engagement. Utilizando como instrumento Organizational Social Inventory para el proceso de socialización Propuesto por Taormina (1994) traducido y validado al español por Bravo, Gómez Jacinto y Montalbán (2004) y para el análisis del engagement se utilizó la versión española de Salanova, Schaufeli, Llorens, Piero y Grau (200) de la Work Engagement Scale. Llegando a la conclusión que las correlaciones indican que existe relación entre las tres dimensiones del engagement y los cinco dominios de la socialización. Además se han encontrado relaciones positivas y significativas entre los cinco dominios de la socialización, con la excepción de perspectivas de futuro y diferencias en función del género, que no ha resultado significativa y entre las dimensiones del engagement.

### ***2.1.2. A Nivel Nacional***

Loli (2006), en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos investiga “compromiso organizacional de los trabajadores de una universidad pública de Lima y su relación con algunas variables demográficas”. Los resultados arrojan una tendencia favorable de los trabajadores hacia el compromiso organizacional y el análisis de los factores. Indica correlación muy significativa y positiva entre satisfacción general con el trabajo y compromiso con el trabajo, compromiso afectivo, jerarquía del puesto y sentimiento de permanencia, mientras que la relación entre el primero y el compromiso de conveniencia es muy significativa pero negativa. Igual ocurre entre el compromiso con el trabajo y compromiso de conveniencia. También se encontró asociación muy significativa y positiva entre el compromiso con el trabajo y el compromiso afectivo, sentimiento de permanencia y jerarquía del puesto.

### **2.1.3. A nivel local**

Rosell (2012), en la universidad Antonio Guillermo Urrelo, investigó satisfacción laboral e implicancia emocional (engagement) de los trabajadores de una tienda Retail de Trujillo, concluyendo que cada uno de los factores de la implicación emocional es decir tanto el vigor, la dedicación, así como la absorción, revelan niveles dentro del rango medio. Así pues, en general se aprecian niveles bajos en vigor y absorción, en tanto que en dedicación hay una tendencia más satisfactoria. Y por último se halló correlación significativa entre la satisfacción laboral y la dedicación del engagement, lo que indicaría que a mayor satisfacción hacia su entorno laboral existe un mayor compromiso y dedicación por el trabajo que realizan.

Salazar (2014), en la universidad Cesar Vallejo de Trujillo, investigó propiedades psicométricas de la escala Utrecht de engagement en el trabajo en empleados del servicio público, utilizando una población de 1230 trabajadores del sector público, la muestra que se consideró para este estudio fue representativa, con un nivel de significancia del 95% con un margen de error del 0.04, dando como resultado una muestra de 404 empleados. Además se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia. Concluyendo que el establecimiento de las propiedades psicométricas del instrumento, fueron válidas y confiables por lo tanto el constructo podría ser usado en la medición del engagement en poblaciones con las características mencionadas. Estos datos obtenidos aportan a las propiedades psicométricas de la escala Utrecht de engagement en el trabajo con el fin de brindar su alcance en la investigación.

## **2.2. Bases teóricas científicas**

### ***2.2.1. Origen del engagement***

En cuanto al Origen y repercusión del término engagement, Webster (1979, citado por Schaufeli y Enzmann, 2004) describe en su diccionario el engagement como una implicación o compromiso emocional, sin embargo a pesar de esta descripción, no existe acuerdo entre los profesionales sobre su significado.

El origen del término engagement del empleado (employee engagement) no está totalmente claro, pero se utilizó por primera vez a finales de los noventa por la organización Gallup, una firma de consultoría líder en su sector (Buckingham y Coffman, 1999). Aunque las frases engagement del empleado y engagement en el trabajo se utilizan como sinónimos, se prefiere la última por ser más específica.

La popularidad actual del engagement en el mundo del trabajo se ha ido incrementando existiendo más de 65.000 artículos relacionados con la variable, según una investigación realizada en internet en mayo del 2008 (Schaufeli, 1999). Así mismo las empresas donde se fomenta el engagement han encontrado pruebas concluyentes de que el engagement en el trabajo aumenta la rentabilidad a través de una mayor productividad, de un mejor historial de seguridad, de más beneficios y de la retención de los empleados.

### ***2.2.2. Definiciones de Engagement***

Diferentes autores mencionan el término engagement de la siguiente manera:

Según Kahn, 1990 (citado en Casuso, 2011) menciona que “engagement es el involucramiento del ego de los miembros de la organización hacia sus roles de trabajo”; así mismo afirma: la gente se emplea y se expresa a sí misma

físicamente, cognitivamente, y emocionalmente durante el desempeño de sus roles” (p, 33).

Britt (1999), define engagement como un sentimiento de responsabilidad y compromiso por el desempeño del trabajo de tal forma que sea importante para el mismo individuo.

Para Schaufeli y Cols (2002), el engagement se define como un estado mental positivo relacionado con el trabajo y caracterizado por vigor, dedicación y absorción. El vigor hace referencia a altos grados de vitalidad y afán de esforzarse en el trabajo diario. La dedicación está vinculada al entusiasmo, inspiración y retos en el trabajo. La absorción denota concentración y sentirse a gusto con lo que uno hace, la sensación de que el tiempo pasa sin darnos cuenta es una característica típica de la absorción.

El engagement ha sido conceptualizado también por Maslach y Leiter (1997) con diversas categorías: energía-vitalidad, implicación-compromiso y eficacia en el lugar donde el sujeto realiza su labor.

Para Salanova, Martínez y Llorens (2005) el engagement puede ser abordado desde una perspectiva de organización y desde una perspectiva colectiva. Con respecto a la perspectiva organizacional se vincula de manera positiva con el desempeño y compromiso organizacional y de manera negativa con la abstención de manera deliberada de asistir al trabajo, es decir con la rotación y propensión a renunciar al mismo. En lo que se refiere a una perspectiva colectiva, el engagement se puede estimar como un proceso psicosocial naciente en los grupos que originan la capacidad grupal o la efectividad colectiva.

Es importante mencionar que Schaufeli y Salanova (2007) sugieren que el engagement puede ser considerado como un fenómeno individual y colectivo, independientemente de la perspectiva bajo la cual se esté estudiando este fenómeno.

### ***2.2.3. Teorías explicativas del engagement***

Desde un punto de vista teórico, el engagement en el trabajo ha sido conceptualizado bajo dos perspectivas. El primer enfoque ha sido propuesto por Maslach y Leiter, 1997 (citados en Prieto, 2012), según éstos, el engagement y el burnout constituyen los polos opuestos de un continuo de “bienestar laboral”. Así, el síndrome de burnout se situaría en el extremo negativo y el engagement en el positivo. Desde esta perspectiva los autores proponen que, al igual que el burnout, el engagement está formado por tres dimensiones a las que denominan “energía”, “implicación” y “eficacia” y que serían directamente opuestas a las dimensiones de agotamiento, cinismo y falta de eficacia profesional del burnout.

En consecuencia, puntuaciones bajas en agotamiento y cinismo y elevadas en eficacia profesional, medidas éstas con el MBI (Maslach, Jackson y Leiter, 1996) serían indicativas de engagement. El segundo enfoque ha sido propuesto por Schaufeli y Bakker (citada en Prieto, 2012) para ellos, el burnout y el engagement se pueden considerar de forma independiente aunque, teóricamente, sean considerados estados psicológicos opuestos.

En este sentido, dichos autores consideran que una limitación del enfoque anterior deriva de la necesidad de evaluar ambos constructos con un único instrumento de medida, esto es, con el MBI (Maslach et al., 1996). Según los mencionados autores, esta postura es susceptible de dos críticas principales.

La primera crítica se relaciona con la imposibilidad de que ambos constructos mantengan una relación negativa perfecta, es decir, aunque un trabajador no se encuentre quemado, tampoco tiene porqué implicar necesariamente que esté “engaged” o ilusionado por el trabajo y viceversa. La segunda crítica tiene que ver con la imposibilidad de estudiar la relación entre los dos constructos utilizando únicamente un instrumento de medida para dar cuenta de ambos. Con objeto de superar estas limitaciones, los autores elaboraron el

Work Engagement Scale (WES, Schaufeli, Taris, et al., 2001). El WES es un instrumento con buenas propiedades psicométricas (Schaufeli y Bakker, 2003) y que permite la evaluación del engagement de manera independiente a su opuesto, el síndrome de burnout. El WES (Schaufeli et al., 2001) mide el engagement de acuerdo con tres dimensiones denominadas “vigor”, “dedicación” y “absorción”. Las dos primeras correlacionan negativamente con las dimensiones del burnout, agotamiento y cinismo, mientras que la tercera dimensión correlaciona positivamente con la de eficacia profesional.

Por tanto, desde esta perspectiva, el engagement se define como un estado mental positivo relacionado con el trabajo y caracterizado por vigor, dedicación y absorción, menciona Schaufeli y Bakker (2003). Salanova, 2009 (citada en Prieto, 2012) menciona que un estado específico y temporal, el engagement se considera un estado cognitivo-afectivo más persistente en el tiempo, no circunscrito a un objeto, evento o situación particular. Pese a que ninguna de las dos perspectivas ha sido unánimemente aceptada, cada vez es más amplio el número de autores que asumen el enfoque propuesto por Schaufeli y Bakker, 2009 (citados en Prieto, 2012) y que consideran el burnout y el engagement como dos conceptos teóricamente opuestos que pueden ser estudiados de forma independiente.

#### **2.2.4 Causas del engagement**

La investigación científica puesto de manifiesto como posibles causas del engagement: los recursos laborales (ej. Autonomía, apoyo social) y personales (ej. Auto eficacia), la recuperación de vida al esfuerzo, y al contagio emocional fuera del trabajo. El engagement parece estar positivamente asociado con características del puesto que puede considerarse como recursos motivadores o vigorizantes de trabajo. Tales recursos son por ejemplo el apoyo social por parte de compañeros y supervisores, el feedback recibido sobre el desempeño laboral, la autonomía laboral, la variedad de las tareas y las facilidades de formación. La investigación

viene a demostrar que cuantos más recursos disponibles en el trabajo aumenta la probabilidad de tener más empleados engaged. En esencia, este resultado ilustra el potencial motivacional de los recursos laborales tal y como se ha formulado tradicionalmente por la teoría de las características del puesto de Hackman Y Olham's (1980)

También la investigación ha demostrado que el engagement está relacionado con existencias recursos personales como son las creencias en otro que eficacia personal u auto eficacia, el cual es otro aspecto importante del funcionamiento organizacional positivo. Es interesante señalar que la auto eficacia es tanto causas como consecuencia del engagement, que apoya la idea de la existencia de espirales positivas hacia arriba: esto es, las creencias a las propias competencias para realizar bien el trabajo, influye positivamente en el engagement (altos niveles de vigor, dedicación y absorción al trabajo) que a su vez influirá en consolidar aún más esas creencias.

Sonnetang (2003) mostró que el ambiente en el nivel de engagement esta positivamente asociado con la medida en que los empleados se recuperan de los esfuerzos (físicos, mentales y emocionales) de la jornada laboral anterior. Los empleados, que se sienten suficientemente recuperados de la tensión generada por el trabajo del día anterior, se sienten al día siguiente con niveles de engagement mucho más altos, que aquellos empleados que no saben recuperarse durante su tiempo libre de estos esfuerzos realizados. Estos niveles altos de engagement ayudan a los empleados a tomar nuevas iniciativas y establecer nuevas metas de trabajo.

En otra línea de trabajos empíricos, se confirma que también los empleados que generalizan emociones positivas desde el trabajo a casa, o viceversa (desde casa al trabajo) tienen niveles más altos de engagement, comparados con aquellos que no generalizan tales experiencias afectivas entre

ambos mundos, el laboral y el familiar. En otras palabras, una conciliación positiva entre el trabajo – familiar se asocia también con el engagement. Esto confirma el fenómeno de “Spill over” de las emociones entre diferentes contextos o situaciones estimulantes. Finalmente en un estudio entre parejas, se observó que los niveles de vigor y dedicación al trabajo por parte de las cosas influyen en los niveles de vigor y dedicación de los esposos, y viceversa. Esto significa que el engagement se “traspasa” entre los dos cónyuges, siendo digámoslo así: contagioso. Esta naturaleza contagiosa del engagement entre una persona y otra, sugiere que pueda existir un proceso de contagio emocional el cual se refiere a la tendencia limitada de forma automática las expresiones emocionales de los demás comunicarse a través de la expresión facial, vocalizaciones, las posturas y movimientos y converger emocionalmente hablando.

#### ***2.2.5. Enfoques del engagement***

Según Macey y Schneider, (2005, citado en Silva, 2013), los dos enfoques de engagement son bastantes diferentes, especialmente porque en la perspectiva académica se enfoca en el constructo psicológico, mientras que la perspectiva industrial tiende a enfocarse en las respuestas del engagement y otros estudios relacionados tales como satisfacción y compromiso.

#### ***2.2.6. Psicología Positiva en las organizaciones***

Desde su inicio, la Psicología se ha centrado en los aspectos negativos de la conducta humana. Este sesgo negativo de la Psicología se ilustra también en la publicación de artículos científicos. Una búsqueda en el *PsycINFO1* de artículos publicados en revistas con revisión de pares, aparece que en los

últimos 100 años (desde 1907 hasta 2007) se han publicado 77.614 artículos sobre 'estrés' y sólo 6.434 sobre 'bienestar'.

Además, profundizando en temas más concretos por ejemplo, se han publicado 44.667 artículos sobre 'depresión' y 24.814 sobre 'ansiedad'. En cambio, aunque sobre 'satisfacción' se han publicado algunos artículos más (14.535) no es tanta la publicación de trabajos sobre 'felicidad' (1.159) o sobre 'disfrute' (304). En cambio la publicación de artículos sobre 'burnout' y 'engagement' (su teóricamente opuesto) es bastante similar (2.140 y 2.809 respectivamente).

En concreto, en el ámbito de la gestión de la salud en el trabajo y las organizaciones, este paradigma tradicional se ha centrado en el lado negativo o el lado 'oscuro' del estrés laboral y está inspirado en el modelo médico. Pero solo cubre la mitad del espectro de la Psicología Organizacional. Por tanto, existe una necesidad creciente de una aproximación positiva, más novedosa y emergente que se centre en las fortalezas del empleado y del funcionamiento organizacional óptimo.

Una perspectiva 'más' positiva en el funcionamiento humano y organizacional puede ofrecer respuestas a demandas emergentes en cuanto a los cambios que están aconteciendo en las sociedades modernas. Las sociedades están cambiando rápidamente, y con ellas, también cambian las organizaciones. Estos cambios organizacionales, a su vez, impactan en los puestos de trabajo y por tanto también influyen en la seguridad, la salud y el bienestar de los empleados. Si no se gestionan bien estos cambios, a la larga puede llevar a la aparición de organizaciones 'enfermas' que se caracterizan por su falta de efectividad y de adaptación al entorno.

La aproximación de una gestión tradicional y desfasada que considera a los empleados como instrumentos para conseguir los fines empresariales, está siendo

reemplazada por una genuina Psicología Organizacional Positiva (PoP) que considera que la salud del trabajador es una meta en sí misma, y un objetivo legítimo que debe incluirse en las políticas organizacionales.

La Psicología Positiva ya fue definida como: *'el estudio científico del funcionamiento humano óptimo'* (Seligman, 1999). En el ámbito del trabajo y de las organizaciones la Psicología Organizacional Positiva (PoP) se ha definido como el estudio científico del funcionamiento óptimo de las personas y de los grupos en las organizaciones, así como su gestión efectiva. El objetivo es pues describir, explicar y predecir el funcionamiento óptimo en estos contextos, así como optimizar y potenciar la calidad de vida laboral y organizacional. El punto de mira está en descubrir las características de la 'buena vida organizacional' o mejor dicho la vida organizacional positiva (Salanova, Martínez y Llorens, 2005; Salanova y Schaufeli, 2004).

Para conseguir estos objetivos, la PoP se debe centrar en los múltiples niveles del funcionamiento óptimo y la vida organizacional positiva, tales como: nivel individual, interindividual, grupal, organizacional y social. Desde esta perspectiva, es importante para la PoP conocer cómo se desarrolla la motivación intrínseca y el *engagement* o vinculación psicológica con el trabajo, qué papel juegan las creencias positivas sobre las propias competencias, cómo conciliar los ámbitos trabajo-familia, en qué se basa el desarrollo de la satisfacción y la felicidad en el trabajo, cómo pueden las organizaciones contribuir al crecimiento y el bienestar psicológico de las personas y los grupos que las componen.

### ***2.2.7. Dimensiones del engagement***

De acuerdo a Schaufeli et al (2002), se muestra tres dimensiones en el engagement.

- a. Vigor: se caracteriza por altos niveles de energía mientras se trabaja, de persistencia y de un fuerte deseo de esforzarse en el trabajo, y buena disposición para invertir esfuerzo en el trabajo, incluso muestra persistencia al enfrentar dificultades en el mismo.
  
- b. Dedicación: la dedicación se manifiesta por altos niveles de significado del trabajo, de entusiasmo, inspiración, orgullo y reto relacionados con el trabajo que uno realiza.
  
- c. Absorción: afirma que la absorción ocurre cuando se está totalmente concentrado en el trabajo y se tiene la sensación de que el tiempo pasa volando. También se relaciona con las dificultades para desconectar de lo que se está haciendo debido a las fuertes dosis de disfrute y concentración experimentadas. Se puede decir que la dedicación va más allá del propio concepto de eficacia ya que los trabajadores que la experimentan se sienten totalmente absorbidos por sus trabajos y experimentan grandes niveles de satisfacción personal.

### ***2.2.8. Factores que propician el engagement***

Schaufeli y Salanova (2007), han sugerido que los posibles factores que propician el engagement incluyen los recursos del trabajo y experiencias positivas en el hogar. Pero además, ellos sugieren que el contagio emocional y la motivación juegan un rol en el engagement individual y grupal. Es obvio que esta última afirmación trae como consecuencia el involucramiento de varios factores, entre ellos el liderazgo.

Shirom, (2002, citado en Silva, 2013), ha sugerido que teniendo líderes que animen a sus empleados a pensar creativamente es un antecedente de uno de los

factores de engagement, vigor, dedicación o absorción, pues afirman que los recursos del trabajo han estado mostrando ser un antecedente de engagement y para algunos trabajos esos recursos pueden ser influenciados por un líder de grupo.

Kahn, (1990, citado en Silva, 2013), inclusive propone que factores contextuales y condiciones ambientales, tales como características del trabajo, apoyo social, y normas organizacionales, influyen la manera en que los individuos se comprometen con su trabajo.

Wefald, (2005, citado en Silva, 2013), cita la teoría de las características de trabajo que postula que la variedad de habilidades, identidad de las tareas, importancia de dichas tareas, autonomía, y retroalimentación son recursos que facilitan el estado emocional y que la presencia de dichos recursos han propiciado la satisfacción en el trabajo, motivación y disminución del absentismo y rotación de personal. Igualmente, la teoría de la conservación de los recursos, según Hobfoll (1989), sugiere que los individuos son motivados tanto por los recursos de trabajo, como por el deseo de mantenerlos e incrementarlos.

### ***2.2.9. El empleado Engaged***

Los empleados “engaged” se dice que son agentes activos, que toman iniciativas personales en su trabajo y que generan su propio feedback sobre el desempeño (Schauféli, Taris, Le Blanc, Peeters, Backer, y De Jonge, 2001).

Estos empleados buscan nuevos retos en su trabajo, y, si llegan a sentir falta de reto profesional, prefieren cambiarlo o reestructurar sus puestos. Debido a su fuerte dedicación al trabajo, están también comprometidos a conseguir la excelencia en su desempeño, lo cual les lleva a generar feedback positivo desde sus supervisores (Ej. Promociones, orgullo por el trabajo bien hecho) y también desde sus clientes o usuarios (Ej. Gratitud, satisfacción, aprecio).

### **2.2.10. Consecuencias del engagement**

Wefald, (1999, citada en Schaufeli y Salanova, 2007) menciona que algunas de las posibles consecuencias de engagement sugeridas incluyen actitudes positivas de trabajo, salud individual, conducta de pertenencia organizacional. Cuando las personas que están más comprometidas con su trabajo son comparadas con las menos comprometidas, las primeras tienen más satisfacción con su trabajo, más responsabilidad con el mismo, y tienen menos ganas de cambiarse de trabajo.

Así mismo, las personas con más engagement, inclusive exhiben más iniciativa, conducta proactiva, y motivación creciente y el engagement puede mediar la relación entre los recursos del trabajo y esas conductas organizacionales positivas, (Salanova y Schaufeli, 2005).

Wefald continúa mencionando que todos esos factores son cosas que todas las organizaciones buscan y fomentan en sus empleados. Además de dichas conductas (iniciativa y conducta proactiva), las personas que tienen engagement permanecen a lo largo del tiempo.

### **2.2.11. Beneficios del engagement**

Schaufeli y Bakker (2004), menciona que un empleado engaged experimenta emociones positivas como la alegría y el entusiasmo, estas funcionan como un detonador del aprendizaje que ayudan a que las personas adquieran nuevas habilidades y amplíen sus recursos personales lo que les ayudara a realizar con mayor eficiencia y eficacia sus tareas.

Así mismo afirma que los empleados engaged poseen un mejor estado de salud física y psicológica. Esto significa que tienen la oportunidad de enfocarse en sus tareas y dedicar toda su energía al trabajo.

El engagement de un empleado le ayuda a buscar y generar sus propios recursos laborales por lo que serán capaces de alcanzar las metas y objetivos que les sean establecidos.

Finalmente se ha observado que los empleados engaged transfieren su compromiso a las personas con las que se encuentran directamente relacionados en su ámbito laboral mejorando de manera indirecta el desempeño del equipo.

### ***2.2.12. El engagement en las organizaciones.***

Claire y Bohrt, (2010, citados en Bravo, 2013) indican que la falta de engagement puede ser un causante en la reducción de la eficacia en las organizaciones, ya que la gente con niveles de engagement podría tener menos posibilidades de renunciar o de aceptar otros empleos evitando gastos y costos por la rotación de personal. Las personas con niveles altos de engagement pueden necesitar menos supervisión ya que entienden o sienten la importancia de cumplir los objetivos empresariales y que lo asimilan en un nivel intrínseco o personal.

Además estos mismos autores señalan que los niveles de engagement pueden ser usados como un predictor del desempeño laboral, pues las personas con engagement se comprometen con facilidad a los objetivos de la empresa, con sus valores y pueden tener ventajas duraderas en el ambiente laboral. Por ejemplo un empleado puede estar insatisfecho con una situación de la organización, pero cuando su nivel de engagement es alto, existe la probabilidad que puede considerarla como una situación temporal, pasajera y no sentirse insatisfecho con la organización en su todo; pero cuando la insatisfacción llega a las personas con bajos niveles de engagement, es muy probable que empiece la rotación de personal.

Sin embargo, estudios recientes muestran que las personas que se sienten desconectadas del trabajo que hacen, pueden tener como causa los siguientes motivos: recorte de beneficios, poca capacitación y promociones internas

convirtiendo a los empleados en una “generación nómada” cuyo compromiso laboral es cada vez más frágil, (América económica, 2012, citada en Bravo,2013).

La revista digital América Económica (2012) explica que el compromiso laboral es un tema de reciprocidad entre “el lugar de trabajo y el trabajador, y viceversa”. La revista postula la idea que la actitud del empleador en relación al empleado ha cambiado, ya que no se lo ve como un activo fijo de la empresa sino a como un recurso de corto plazo; es decir, ya no se contrata para toda la vida. Toda esta concepción genera la idea en los empleados de que, cuando terminen su carrera y no puedan desarrollarse en la empresa, buscaran nuevas oportunidades y dejarán de prestar atención a su trabajo actual.

Para asegurar el engagement se pone en relieve la participación extrínseca de varios factores que dependen de las organizaciones o empresas, tales como: la relación del empleador o gerente en preocuparse por los intereses del trabajador, atención en su carrera, mejorar su bienestar; otro aspecto es la transparencia de los procesos internos ya que genera con claridad, la idea de imparcialidad por parte de la empresa y estimula el compromiso laboral o engagement (revista América Económica, 2012).

### ***2.2.13. El desarrollo del engagement en la organización***

Detectado el personal con niveles de engagement y conocidas las características se deberán desarrollar acciones para incrementarlas. Raigosa y Marín, (2010, citados en Bravo, 2013) propone manejar cuatro fuentes de creencias para desarrollar el engagement:

- a. Las experiencias de éxito y dominio fortalecen la creencia en relación a la eficacia personal.
- b. La experiencia mediante la observación de logros y fracasos de los demás, aumenta las creencias del observador en sus propias capacidades.

- c. La persuasión verbal, donde se convence acerca de las capacidades del empleado, fomenta la sensación de eficacia personal.
- d. El fomento al sentimiento de eficiencia, desencadena estados de activación afectiva, como energizantes y dinamizadores de su actividad cotidiana.

Cabe indicar el papel de la organización y de los facilitadores, ya sea por medio de los jefes directos, para poder desarrollar las creencias en los empleados. El rol que poseen los facilitadores permite una percepción beneficiosa para los empleados, donde se les indique las acciones de eficacia, para incrementar los niveles de vigor, dedicación y absorción (Raigosa y Marín, 2010, citados en Bravo, 2013).

#### **2.2.14. *Engagement y Workaholism***

El workaholism o adicción al trabajo es un concepto nuevo que empieza a ser estudiado por la psicología. Castañeda, (2010, citada en Bravo, 2013) define al workaholism como una excesiva e incontrolable necesidad de trabajar incesantemente y que afecta a la salud, a la felicidad y a las relaciones de la persona, es decir que dedica más tiempo al trabajo de lo que es exigido y descuida su vida fuera de un contexto laboral. Para estas personas el trabajo es lo más importante en sus vidas, más importante que sus amigos y familia.

Salanova, 2010 (citado en Bravo, 2013) describe varias características a otros compañeros de trabajo, no les importa las relaciones con los demás, produciendo incapacidad para comunicarse con los demás, elevados niveles de estrés.

### **2.3. Definición de la terminología**

Para Schaufeli y Cols (2002), el engagement se define como un estado mental positivo relacionado con el trabajo y caracterizado por vigor, dedicación y absorción. El vigor hace referencia a altos grados de vitalidad y afán de esforzarse en el trabajo diario. La dedicación está vinculada al entusiasmo, inspiración y retos en el trabajo. La absorción denota concentración y sentirse a gusto con lo que uno hace, la sensación de que el tiempo pasa sin darnos cuenta es una característica típica de la absorción.

## **CAPÍTULO III**

# **MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. Tipo y Diseño de la investigación**

Esta investigación es de tipo descriptivo comparativo. Es descriptiva porque es aquella que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández y Fernández, 2010). Es comparativa porque su propósito consiste en precisar diferencias y semejanzas que existen entre dos o más grupos con respecto a un mismo evento, (Hernández y Fernández, 2010).

El diseño de investigación es no experimental de tipo transversal ya que se obtiene datos en un mismo momento, en un tiempo único, y debido a que no se manipularán variables, sino que se pretende conocer los niveles de engagement en los colaboradores de las empresas A, B y C en la ciudad de Chiclayo. Se entiende por investigación no experimental a la que se realiza sin manipular deliberadamente variables, no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador” (Hernández y Fernández ,1999).

Se utilizó el diseño comparativo, el cual consiste en la siguiente:

M1 — O1

M2	—	O2
M3	—	O3
O1	=	O2
O1	≠	O2
O1	=	O3
O1	≠	O3
O2	=	O3
O2	≠	O3

Dónde:

- M1= Empresa A
- M2= Empresa B
- M3= Empresa C
- O1= Engagement

### 3.2. Población y Muestra:

En esta investigación se trabajó con 65 personas de ambos sexos de las tres empresas de la ciudad de Chiclayo, que oscilan entre 18 y 26 años de edad dedicándose a diferentes áreas de igual rubro: comercialización de bebidas y alimentos.

Asimismo se trabajará por medio de una muestra censal, siendo el mismo número de personas que la población. Según Castellano (2008) menciona que la muestra censal es aquella donde todas las unidades de estudio son consideradas como muestra o donde el subconjunto representa la población entera.

### **3.3. Hipótesis**

#### **3.3.1. Hipótesis General:**

Hi1: Existen diferencias significativas de engagement en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

#### **3.3.2. Hipótesis Específicas:**

Hi2: Existen diferencias significativas según la dimensión vigor en el engagement en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

Hi3: Existen diferencias significativas según la dimensión dedicación en el engagement en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

Hi4: Existen diferencias significativas según la dimensión absorción en el engagement en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

### **3.4. Variables**

Variable 1: Engagement, medida a través del cuestionario de engagement UWES de Hallberg Ulrika E., Schaufeli Wilmar (1999), cuyas dimensiones son:

El vigor

La dedicación

La absorción

### 3.5. Operacionalización

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos de recolección de datos
Engagement	1. Vigor	Altos niveles de energía y activación mental en el trabajo. Schaufeli y Bakker (2004).	Cuestionario de engagement UWES de Hallberg Ulrika E., Schaufeli Wilmar (1999).
	2. Dedicación	Se asocia al entusiasmo, estar orgulloso e inspirado en el trabajo. Se caracteriza por un sentimiento de importancia y desafío. Schaufeli y Bakker (2004)	
	3. Absorción	Caracterizada por un estado de concentración, sentimiento de que el tiempo pasa rápidamente y uno	

		tiene dificultades para desligarse del trabajo. Salanova y Schaufeli (citada en Prieto, 2012).	
--	--	--	--

### 3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Hernández et al. (2010), el método a utilizar es cuantitativo, el cual se fundamenta en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para posteriormente probarlas.

Según Anastasi y Urbina (1998), la técnica es Psicométrica, que se encarga de la medición en psicología. Medir es asignar un valor numérico a las características de las personas, es usada esta función, pues es más fácil de trabajar y comparar los atributos intra e interpersonales con números o datos. Así no se usa para medir personas en sí mismas si no sus diferentes aspectos psicológicos tales como conocimientos, habilidades o capacidades y personalidad.

Así pues en esta investigación se trabajó con el cuestionario de engagement, de los autores Halbberg Ulrika, Schaufeli Wilmar, quienes son investigadores del departamento de psicología de la universidad de Estocolmo, Suiza y del instituto de investigación de Utrecht, Pays-bas (1999), siendo luego adaptada por Salanova en el año 2000 y finalmente estandarizada en la Ciudad de Trujillo – Perú por Edmundo Arévalo Luna y Mariella Rossel Aguilar.

La administración de la prueba puede ser individual o colectiva con un tiempo de duración de 10 a 15 minutos en organizaciones e instituciones.

El cuestionario está diseñado para medir el compromiso o involucramiento en el trabajo. Además se ha elaborado una versión corta de nueve ítems, tres

ítems de cada una de las tres escalas que también supera los criterios de calidad psicométrica. Se dispone también de una versión de engagement para estudiantes universitarios en España, Portugal y Holanda.

La nueva versión adaptada y estandarizada a la ciudad de Trujillo, lo componen 17 elementos distribuidos homogéneamente en las tres dimensiones que evalúa la prueba.

Evalúa 3 dimensiones que son:

**Vigor:** que hace referencia a altos niveles de energía y resistencia mental mientras se trabaja: el deseo de invertir más esfuerzo en el trabajo, no sentirse fatigado fácilmente y persistir en la actividad aunque aparezcan dificultades y complicaciones.

**La dedicación:** que se refiere al nivel de significado que tiene el trabajo para la persona, el entusiasmo por el trabajo que se hace y el sentirse orgulloso por el mismo, el alto reto percibido por el trabajo y la inspiración psicológica que proviene de la actividad laboral.

**La absorción:** que se refiere a sentimientos de felicidad cuando se está concentrado en el trabajo, tener dificultades en dejar el trabajo estando en esta situación placentera y así el tiempo parece que se pasa “volando” y uno/a ser “deja llevar” por el trabajo olvidando lo que pasa alrededor.

De acuerdo a su validez factorial, el análisis de los factores enseña que la hipótesis de la estructura de los tres factores del UWES es superior al modelo de un factor y está de acuerdo con los datos de varias muestras de Holanda, España y Portugal (Salanova, Schaufeli, Llorens, Pieró y Bakker, 2002b; Schaufeli, Taris y Van Rhenen, 2003).

La consistencia interna de las tres escalas del UWES es adecuada. En todos los casos, los valores del  $\alpha$  de Cronbach varían entre .80 y .90.

En la ciudad de Trujillo, se determinó las cualidades psicométricas del instrumento en dos etapas.

En un primer momento se realizó el estudio piloto en una muestra de 25 sujetos para verificar el nivel de comprensión de los reactivos, los cuales fueron

comprendidos. En un segundo momento se aplicó la prueba a 100 sujetos entre varones y mujeres de diferentes departamentos de una tienda Retail de la ciudad de Trujillo para determinar la validez, confiabilidad y normalización del instrumento.

Se realizó la validez de constructo del cuestionario a través del método de análisis ítem-test alcanzando coeficientes que oscilan entre .687 a .876 en el factor vigor; para dedicación se alcanzaron coeficientes entre .543 a .654; y para absorción se alcanzaron índices de .587 a .642, lo que indica la buena exactitud del instrumento.

La confiabilidad a través de Alfa de Crombach indica una consistencia 0,896 lo cual indica que la prueba es altamente confiable. Igualmente se elaboró el baremo del cuestionario el cual se adjunta en el anexo.

### **3.7. Procedimiento para la recolección de datos.**

Para llevar a cabo esta investigación se tuvo en cuenta los siguientes pasos:

1. La evaluación se realizó a través del cuestionario de engagement el cual se aplicó con el permiso previamente gestionado del gerente general de las empresas ya mencionadas, a quien se le dio a conocer los resultados obtenidos, además de la información consentida por los sujetos de estudio.
2. Con el cuestionario de engagement, se evaluó a todos los trabajadores de las diferentes áreas tanto de servicio como de producción de las tres empresas de la ciudad de Chiclayo, previa explicación de los fines de la investigación y de cómo proceder con el test
3. La administración se realizó de forma grupal, con una duración de 30 minutos con variaciones de tiempo dependiendo de cada colaborador.
4. Una vez aplicada la prueba se procedió a seleccionar la información de acuerdo a los criterios establecidos.

### **3.8. Análisis estadístico e interpretación de los datos**

En la presente investigación se procedió al análisis de datos, haciendo uso de la chi cuadrado, con los estadísticos paramétricos: desviación estándar, promedio y varianza; con un nivel de significancia de 0.05 a través del paquete de análisis estadístico para la investigación en ciencias sociales SPSS.

### **3.9. Principios éticos**

Para la realización de esta investigación se tuvo en cuenta la reserva por derecho de confidencialidad de los participantes, no causando ningún daño a los colaboradores, así mismo la calificación de cada uno de los instrumentos fue de manera objetiva y clara. Cumpliendo con un consentimiento informado para la investigación.

### **3.10. Criterios de rigor científico**

Para garantizar el rigor científico de la presente investigación se tuvo en cuenta diversas técnicas psicológicas, como es la psicometría, utilizando el cuestionario engagement, la cual es medible y objetiva para determinar la importancia de un constructo o tema. Así mismo, la observación directa como un criterio importante en el investigador de la psicología, ya que consiste en el registro sistémico, válido y confiable de comportamiento o conducta (Hernández et al., 2010).

Además para garantizar el rigor científico de la investigación fue a través de veracidad, neutralidad, confirmabilidad y aplicabilidad.

**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE**  
**LOS RESULTADOS**

#### 4.1. Resultados en tablas y gráficos

En la tabla y/o figura 01; se observa que, el valor de la prueba chi cuadrado es significativo ( $p < 0.05$ ); esto indica que existen diferencias significativas en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo; asimismo 19 de los colaboradores de la empresa A se encuentra en un nivel promedio, siendo un 70.4% el porcentaje más alto; mientras que 11 de los colaboradores de la empresa C con un 68.8% ocupa el segundo lugar y finalmente la empresa B con un 40.9%.

Tabla 01

*Diferencias en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.*

NIVELES		EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN			
		A	B	C	
ENGAGEMENT	BAJO	Recuento	0	5	0
		%	0,0%	22,7%	0,0%
	PROMEDIO BAJO	Recuento	4	5	3
		%	14,8%	22,7%	18,8%
	PROMEDIO	Recuento	19	9	11
		%	70,4%	40,9%	68,8%
	PROMEDIO ALTO	Recuento	4	1	0
		%	14,8%	4,5%	0,0%
	ALTO	Recuento	0	2	2
		%	0,0%	9,1%	12,5%

Total	Recuento	27	22	16
	%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 18,521 \quad P = 0,018 \quad P < 0.0$$

FUENTE: Aplicación del instrumentos a los colaboradores

Figura 01

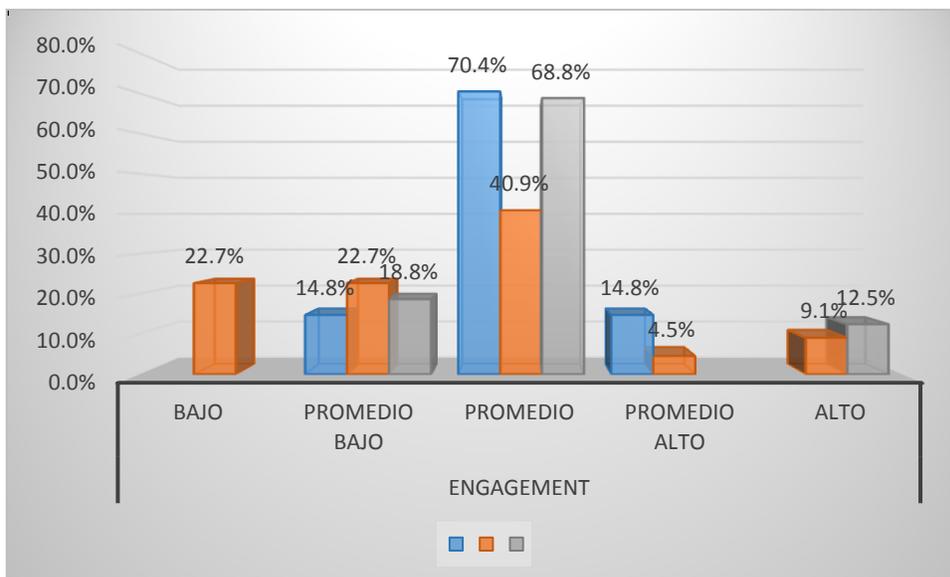


Figura 1. Diferencias en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

En la tabla y/o figura 02; se observa que, el nivel que más predomina en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo es el promedio (60%), seguido del promedio bajo (18.5%), nivel promedio alto y bajo (7.7%) y finalmente el nivel alto con 6.2% de engagement.

Tabla 02

*Grado de engagement en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.*

Nivel	Recuento	Porcentaje
BAJO	5	7.7%
PROMEDIO BAJO	12	18.5%
PROMEDIO	39	60%
PROMEDIO ALTO	5	7.7%
ALTO	4	6.2%
TOTAL	65	100%

FUENTE: Aplicación del instrumentos a los colaboradores

Figura 02

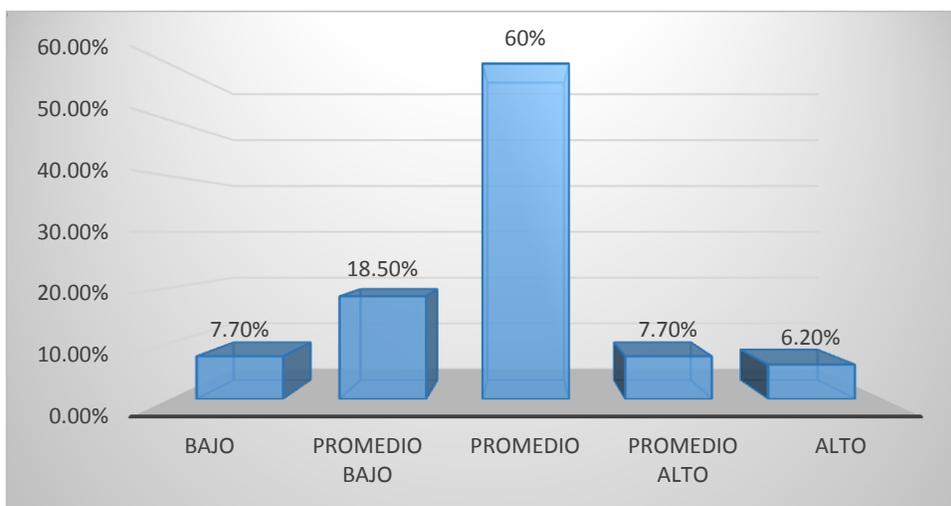


Figura 2. Grado de engagement en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

En la tabla y/o figura 03; se observa que, el valor de la prueba chi cuadrado es altamente significativo ( $p < 0.01$ ); esto indica que existen diferencias significativas la dimensión “vigor” en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo; asimismo el 13,6% de los colaboradores de la empresa B se encuentra en el nivel bajo en la dimensión “vigor” en el engagement a diferencia de los trabajadores de A(0%) y C(0%), así también en el nivel alto en la dimensión “vigor” en el engagement la diferencia se halla en los trabajadores de B y C con respecto a A.

Tabla 03

*Diferencias en la dimensión “vigor” en el engagement, entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.*

NIVELES		EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN		
		KFC	PH	STK
BAJO	Recuento	0	3	0
	%	0,0%	13,6%	0,0%
PROMEDIO BAJO	Recuento	5	2	7
	%	18,5%	9,1%	43,8%
VIGOR PROMEDIO	Recuento	7	12	6
	%	25,9%	54,5%	37,5%
PROMEDIO ALTO	Recuento	15	2	1
	%	55,6%	9,1%	6,3%

ALTO	Recuento	0	3	2
	%	0,0%	13,6%	12,5%
Total	Recuento	27	22	16
	%	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 30,355 \quad P = 0,000 \quad P < 0,01$$

FUENTE: Aplicación del instrumentos a los colaboradores

Figura 03

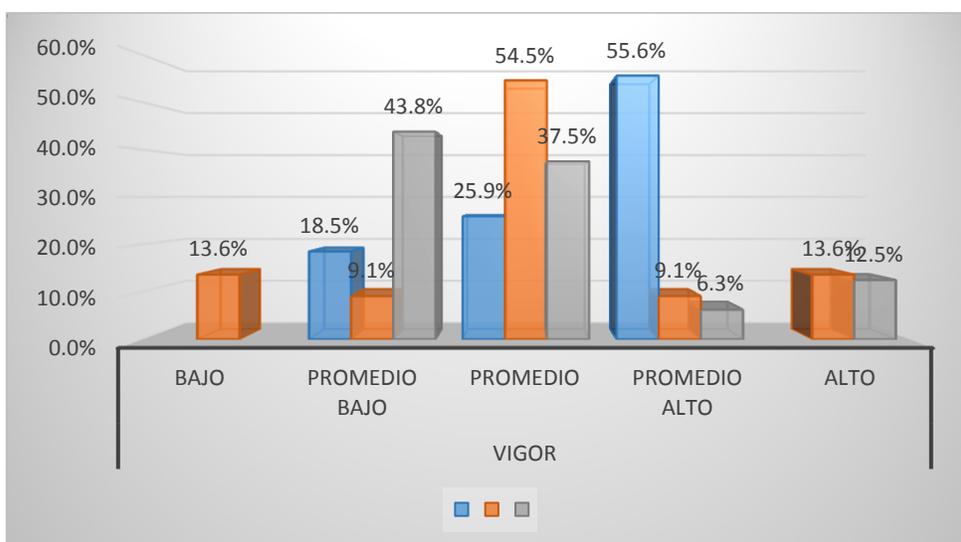


Figura 3. Diferencias en la dimensión “vigor” en el engagement, entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

En la tabla y/o figura 04; se observa que, el valor de la prueba chi cuadrado no es significativo ( $p > 0.05$ ); esto indica que no existen diferencias significativas en la dimensión “dedicación” en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo; asimismo solo se observa diferencias en el nivel bajo de la dimensión “dedicación” en el engagement en los colaboradores de B (13.6%) con respecto de los trabajadores de A (0%) y C (0%), y en el nivel promedio bajo en B y A, a diferencia de C; en el resto se observa diferencias pero no representativas, son casi parecidas.

Tabla 04

*Diferencias en la dimensión “dedicación” en el engagement, entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.*

NIVELES		EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN		
		KFC	PH	STK
BAJO	Recuento	0	3	0
	% dentro de grupo	0,0%	13,6%	0,0%
PROMEDIO BAJO	Recuento	3	4	1
	% dentro de grupo	11,1%	18,2%	6,3%
DEDICACIÓN PROMEDIO	Recuento	6	5	5
	% dentro de grupo	22,2%	22,7%	31,3%

PROMEDIO ALTO	Recuento	13	7	7
	% dentro de grupo	48,1%	31,8%	43,8%
ALTO	Recuento	5	3	3
	% dentro de grupo	18,5%	13,6%	18,8%
Total	Recuento	27	22	16
	% dentro de grupo	100,0%	100,0%	100,0%

$$\chi^2 = 8,385 \quad P = 0,397 \quad P > 0,05$$

FUENTE: Aplicación del instrumentos a los colaboradores

Figura 04

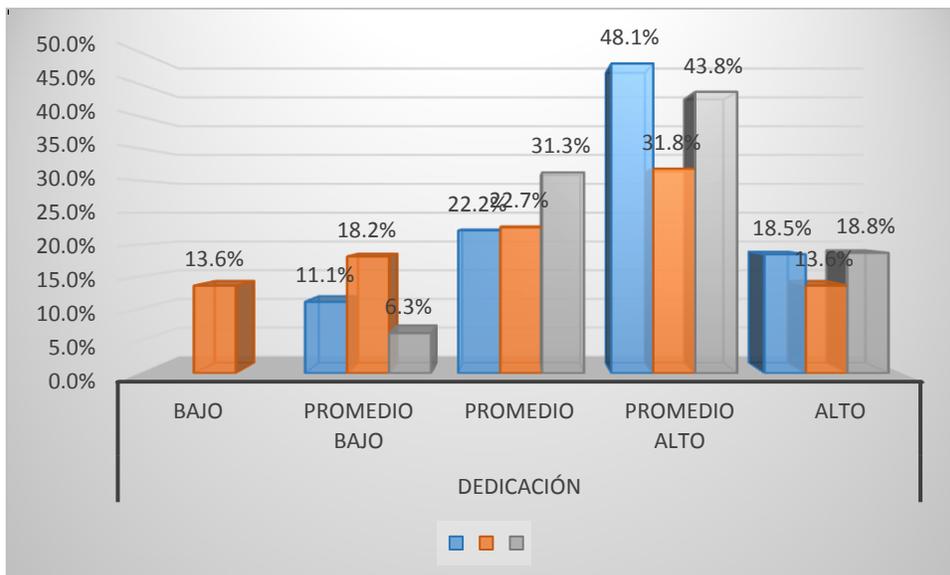


Figura 4. Diferencias en la dimensión “dedicación” en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

En la tabla y/o figura 05; se observa que, el valor de la prueba chi cuadrado es significativo ( $p < 0.05$ ); esto indica que existen diferencias significativas en la dimensión “absorción” en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo; asimismo el 25% de los colaboradores de la empresa C se encuentra en el nivel bajo de “absorción” en el engagement a diferencia de los trabajadores de A (3.7%) y PH (13.6%), por otro lado en el nivel promedio bajo la diferencia se encuentra en los trabajadores de A y B (22,7%) con respecto a C, además en el nivel promedio alto la diferencia se halla en los trabajadores de A con respecto a B y C, y por último en el nivel alto de engagement la diferencia se halla en los trabajadores de B y C con respecto a A.

Tabla 05

*Diferencias en la dimensión “absorción” en el engagement, entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.*

NIVELES		EMPRESAS DE COMERCIALIZACIÓN		
		KFC	PH	STK
BAJO	Recuento	1	3	4
	% del total	3,7%	13,6%	25,0%
PROMEDIO BAJO	Recuento	8	6	1
	% del total	29,6%	27,3%	6,3%

ABSORCIÓN	PROMEDIO	Recuento	14	10	9
		% del total	51,9%	45,5%	56,3%
	PROMEDIO ALTO	Recuento	4	0	0
		% del total	14,8%	0,0%	0,0%
	ALTO	Recuento	0	3	2
		% del total	0,0%	13,6%	12,5%
Total	Recuento	27	22	16	
	% del total	100,0%	100,0%	100,0%	

$$\chi^2 = 15,804 \quad P = 0,045 \quad P < 0.05$$

FUENTE: Aplicación del instrumentos a los colaboradores

Figura 05

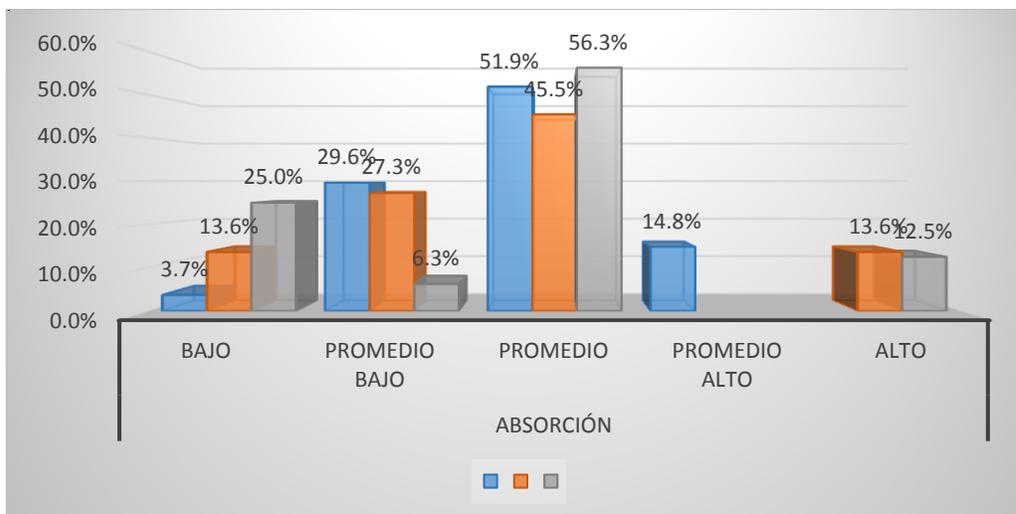


Figura 5. Diferencias en la dimensión “absorción” en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

## **4.2. Contrastación de hipótesis**

Hi: Existen diferencias significativas de engagement en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

En la tabla 01; se observa que el valor de la prueba chi cuadrado es significativo ( $p < 0.05$ ). Por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula.

Hi1: Existen diferencias significativas según la dimensión vigor en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

En la tabla 03; se observa que el valor de la prueba chi cuadrado es significativo ( $p < 0.05$ ). Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación.

Hi2: Existen diferencias significativas según la dimensión dedicación en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

En la tabla 04; se observa que el valor de la prueba chi cuadrado no es significativo ( $p > 0.05$ ). Por lo tanto se rechaza la hipótesis de investigación.

Hi2: Existen diferencias significativas según la dimensión absorción en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

En la tabla 05; se observa que el valor de la prueba chi cuadrado es significativo ( $p < 0.05$ ). Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación.

### **4.3. Discusión de resultados**

El engagement, variable poco estudiada en el presente, pero que cada día va tomando interés dentro del contexto laboral representando la calidad del lazo afectivo entre la persona y lo que hace, es el sostén del entusiasmo frente a las dificultades y desafíos que el trabajo representa y es el que permite que las personas desplieguen lo mejor de sí mismas al servicio de sus equipos y de la organización como un todo. Asimismo es un estado mental positivo, satisfactorio y relacionado al trabajo, caracterizado por vigor, dedicación y absorción. Más que un estado momentáneo y específico, pues el engagement se refiere a un estado afectivo cognitivo más persistente e influyente (Schaufeli & Bakker, 2003).

Con el propósito de realizar una investigación descriptiva comparativa, se trabajó con tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo, siendo una muestra de 65 personas, entre las edades de 18 a 26 años donde procederemos a analizar la información cuyos datos presentaremos a continuación:

En primer lugar se encontró las diferencias en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo, encontrándose que existen diferencias significativas en el engagement entre los colaboradores de las tres empresas.

Pues están diferencias se observan a causa a algunas personas con mayor nivel de engagement, inclusive exhiben más iniciativa, conducta proactiva, y motivación creciente y el engagement puede mediar la relación entre los recursos

del trabajo y esas conductas organizacionales positivas, (Salanova y Schaufeli, 2005). Además estos mismos autores señalan que los niveles de engagement pueden ser usados como un predictor del desempeño laboral, pues las personas con engagement se comprometen con facilidad a los objetivos de la empresa, con sus valores y pueden tener ventajas duraderas en el ambiente laboral. Por ejemplo un empleado puede estar insatisfecho con una situación de la organización, pero cuando su nivel de engagement es alto, existe la probabilidad que puede considerarla como una situación temporal, pasajera y no sentirse insatisfecho con la organización en su todo; pero cuando la insatisfacción llega a las personas con bajos niveles de engagement, es muy probable que empiece la rotación de personal.

En segundo lugar también se observa que, el nivel que más predomina en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo es el promedio (60%), seguido del promedio bajo (18.5%), nivel promedio alto y bajo (7.7%) y finalmente el nivel alto con 6.2% de engagement, es decir las tres empresas se encuentran en un nivel promedio en el engagement, donde podemos decir que el funcionamiento humano y organizacional puede ofrecer respuestas a demandas emergentes en cuanto a los cambios que están aconteciendo en las sociedades modernas. Las sociedades están cambiando rápidamente, y con ellas, también cambian las organizaciones. Estos cambios organizacionales, a su vez, impactan en los puestos de trabajo y por tanto también influyen en la seguridad, la salud y el bienestar de los empleados. Si no se gestionan bien estos cambios, a la larga puede llevar a la aparición de organizaciones 'enfermas' que se caracterizan por su falta de efectividad y de adaptación al entorno.

En tercer lugar, se observó las diferencias significativas en las tres dimensiones donde en la dimensión vigor que mide el engagement, que se caracteriza por altos niveles de energía mientras se trabaja, de persistencia y de

un fuerte deseo de esforzarse en el trabajo y buena disposición para invertir esfuerzo en el trabajo (Schaufeli, 2004), se observa que, el valor de la prueba chi cuadrado es altamente significativo ( $p < 0.01$ ); esto indica que existen diferencias significativas la dimensión “vigor” en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo; asimismo el 54.5% de los colaboradores de la empresa PH se encuentra en el nivel promedio en la dimensión “vigor” en el engagement a diferencia de los trabajadores de STK (37.5%) y KFC (25.9%).

En cambio en la dimensión dedicación, se observa que, el valor de la prueba chi cuadrado no es significativo ( $p > 0.05$ ); esto indica que no existen diferencias significativas en la dimensión “dedicación” en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo; asimismo solo se observa diferencias en el nivel bajo de la dimensión “dedicación” en el engagement en los colaboradores de PH (13.6%) con respecto de los trabajadores de KFC (0%) y STK (0%), y en el nivel promedio bajo en PH y KFC a diferencia de STK; en el resto se observa diferencias pero no representativas, son casi parecidas. Donde se conoce a la dimensión dedicación que se manifiesta por altos niveles de significado del trabajo, de entusiasmo, inspiración, orgullo y reto relacionados con el trabajo que uno realiza.

En cambio en la dimensión absorción se observa que, el valor de la prueba chi cuadrado es significativo ( $p < 0.05$ ); indicando que existen diferencias significativas en la dimensión “absorción” en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo; donde se afirma que la absorción ocurre cuando se está totalmente concentrado en el trabajo y se tiene la sensación de que el tiempo pasa volando. También se relaciona con las dificultades para desconectar de lo que se está haciendo debido a las fuertes dosis de disfrute y concentración experimentadas. Se puede decir que la dedicación va más allá del propio concepto de eficacia ya que los trabajadores que la experimentan se sienten totalmente

absorbidos por sus trabajos y experimentan grandes niveles de satisfacción personal.

Concretamente podemos concluir diciendo que el vigor se refiere a altos niveles de energía y activación mental en el trabajo, la voluntad y predisposición de invertir esfuerzos y la persistencia, incluso ante las dificultades. La dedicación se asocia al entusiasmo, estar orgulloso e inspirado en el trabajo. Se caracteriza por un sentimiento de importancia y desafío. La absorción, es caracterizada por un estado de concentración, de sentimiento de que el tiempo pasa rápidamente y uno tiene dificultades para desligarse del trabajo. Si analizamos los componentes del engagement advertimos que responde a la descripción de un constructo claramente motivacional ya que posee componentes de activación, energía, esfuerzo y persistencia y está dirigido a la consecución de objetivos. Las personas que experimentan engagement, se muestran enérgicas y eficazmente unidas a sus actividades laborales y se sienten totalmente capaces de responder a las demandas de su puesto de trabajo con absoluta eficacia. Los trabajadores afrontan las horas de trabajos llenos de energía y dispuestos a aplicar sus conocimientos y desarrollar sus capacidades. Disfrutan con su ejecución y experimentan emociones placenteras de plenitud y autorrealización. Esta experiencia positiva se relaciona con la satisfacción y contribuye al estado de bienestar. Se ha mostrado empíricamente que el estado de Engagement modula los efectos directos de los recursos sobre el desempeño, el bienestar y la calidad de vida en general (Salanova y Schaufeli, 2009) como si se tratara de un estado positivo que hace posible y facilita el uso de recursos. Desde la perspectiva organizacional, el Engagement se relaciona positivamente con el desempeño organizacional y negativamente con el absentismo, rotación y tendencia al abandono. También el Engagement se relaciona también con un mejor rendimiento. Por ejemplo, la percepción de los clientes en cuanto a la calidad de servicio ofrecida es mejor cuando entran en contacto con trabajadores engaged de restaurantes, en comparación con los trabajadores que no están engaged (Salanova, 2005).

En conclusión el nivel de engagement de las tres empresas estudiadas se encuentra en vías de mejoras, ya que se encuentran en un nivel promedio pretendiendo desarrollar estas dimensiones al máximo, lograr la excelencia y de esta manera se reflejara en los índices de productividad de la empresa.

## **CAPÍTULO V**

# **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones:**

- Existen diferencias significativas en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.
- El grado de engagement que más predominan en los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo es el promedio.
- Existen diferencias significativas en la dimensión “vigor” en el engagement, entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo, encontrándose PH en un nivel alto.
- No existen diferencias significativas en la dimensión “dedicación” en el engagement, entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.
- Existen diferencias significativas en la dimensión “absorción” en el engagement, entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo, encontrándose a PH en un nivel alto.

## **5.2. Recomendaciones**

1. Profundizar el estudio con investigaciones similares para tener un conocimiento más amplio acerca de esta variable y darla a conocer.
2. Realizar en base a esta investigación un programa para las empresas dando a conocer la importancia de generar colaboradores engaged.
3. Dar a conocer a la empresa B Y C, los resultados encontrados con el fin de evaluar las fortalezas y debilidades de cada una de las empresas.
4. Promover jornadas de capacitación e inducción, con el objetivo de identificar a los colaboradores que aún no son personas engaged e implantarles un plan de acción.

## REFERENCIAS

Bravo, E. (2013). *El compromiso laboral (engagement) en las áreas administrativas de un medio de comunicación escrito de la ciudad de Quito Ecuador*. Tesis de maestría no publicada. Universidad de las Américas, Quito, Ecuador.

Casuso, J. (2011). *Estudio del estrés, engagement y rendimiento académico en estudiantes universitarios de ciencias de la salud*. Disertación doctoral no publicada. Universidad de Málaga, España.

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, M. (2006). *Metodología de la investigación*. (5ta Ediccion). México DF: McGraw- Hill interamericana Editores.

Hallberg U.E. & Schaufeli W. (1999). Cuestionario de (Engagement) Implicación con el trabajo o compromiso con la organización (UWES).

Prieto, J.G. (2012). *Calidad de vida laboral de negociadores y mediadores de conflictos de España y Paraguay*. Tesis doctoral publicada. Universidad de salamanca, España.

Rosell, M. (2012). *Satisfacción laboral y la implicancia emocional (engagement) en los trabajadores de una tienda Retail de Trujillo*. Tesis para optar el título de psicología. Universidad privada Antonio Guillermo Urrelo, Trujillo, Perú.

Silva, Y.F. (2012). *Estudio bibliométrico sobre engagement y burnout de trabajadores voluntarios de investigación publicadas en Ebsco Host*. Tesis de maestría no publicada. Universidad nacional de Mar de Plata, Argentina.

Silva, Y.F. & Carena, M. Y. & Canuto. (2013). Niveles de engagement y burnout en voluntarios universitarios, un estudio exploratorio y descriptivo. *Boletín de psicología*, No. 108.

# **ANEXOS**

## VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,732	17

### Estadísticas de total de elemento

VARIABLE	DIMENSION	ITEMS	Correlación total	
			de elementos	Alfa de Cronbach
		ITEM1	,346	,720
		ITEM4	,350	,716
	VIGOR	ITEM7	,398	,725
		ITEM10	,386	,703
		ITEM13	,431	,701
		ITEM16	,378	,762
		ITEM2	,528	,783
		ITEM5	,323	,723
ENGAGEMENT	DEDICACIÓN	ITEM8	,578	,762
		ITEM11	,453	,704
		ITEM14	,343	,718
		ITEM3	,357	,716
		ITEM6	,363	,718
	ABSORCIÓN	ITEM9	,359	,754
		ITEM12	,383	,794
		ITEM15	,369	,796
		ITEM17	,340	,787

### ANOVA

		Suma de		Media		
		cuadrados	gl	cuadrática	F	Sig
Inter sujetos		93,059	26	3,579		
Intra sujetos	Entre elementos	113,834	16	7,115	5,406	,000
	Residuo	547,460	416	1,316		
	Total	661,294	432	1,531		
Total		754,353	458	1,647		

## BAREMACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nivel	ENGAGEMENT	VIGOR	DEDICACIÓN	ABSORCIÓN
Bajo	48 – 59	18 – 23	13 – 16	12 – 18
Promedio bajo	60 – 73	24 – 26	17 – 20	19 -23
Promedio	74 – 93	27 – 30	21 – 24	24 – 31
Promedio alto	94 – 99	31 – 34	25 – 28	32 – 34
Alto	101 – 102	35 – 36	29 – 30	35 – 36

## **CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Por medio del presente confirmo mi consentimiento para participar en la investigación denominada:

Engagement en colaboradores de tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo.

### **Se me ha explicado que mi participación consistirá en lo siguiente:**

Se me plantearán diferentes preguntas, a través de entrevistas y/o cuestionarios, algunas de ellas personales, familiares o de diversa índole. Pero todo lo que responda a la investigadora, será confidencial.

Entiendo que debo responder con la verdad y que la información que brinden mis compañeros, también debe ser confidencial.

Se me ha explicado que, si decido participar en la investigación, puedo retirarte de él en cualquier momento, o no participar en una parte del estudio.

Acepto voluntariamente participar en esta investigación y comprendo qué cosas voy a hacer durante la misma.

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre del Participante: \_\_\_\_\_

DNI: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Cumpa Romero Mariel Dayana

DNI: 72163725

