

Universidad Nacional
Federico Villarreal

Vicerrectorado de
INVESTIGACION

FACULTAD DE PSICOLOGIA

**Felicidad y Engagement Laboral en Trabajadores
de una Empresa del Rubro Financiero de Lima
Metropolitana**

Tesis para optar el Título de Profesional de Licenciada en Psicología
con mención en Psicología Organizacional

AUTORA:

Lázaro Bendezú, Evelin Rosario

ASESOR:

Hervias Guerra, Edmundo

JURADO:

Figueroa Gonzales, Julio Lorenzo

Flores Vásquez, Elizabeth

Franco Guanilo, Roxana

LIMA – PERU

2019

Pensamientos

“El secreto de la felicidad no es hacer siempre lo que se quiere sino querer siempre lo que se hace”

León Tolstoi

“Je ne respecte rien au monde comme le bonheur (No respeto nada en el mundo como la felicidad)”.

Stendhal

Dedicatoria

A Dios por siempre resguardarme y guiar mis pasos.

A mis padres por ser los pilares fundamentales en

Todo lo que soy, por el amor que me brindan y por

El apoyo incondicional en todas mis decisiones.

A mis hermanos por todo su amor y todos los

Momentos compartidos hasta ahora.

*A mis amigos y maestros por las enseñanzas
brindadas.*

Todos ustedes me han permitido que esto sea posible.

Agradecimiento

A mi asesor, el Mg. Edmundo Hervias por su gran ayuda, colaboración en cada consulta y soporte constante en la realización de este trabajo de investigación.

A mi gran amiga, Vanessa Arrascue por dedicarme parte de su tiempo, conocimientos, apoyo y aliento en cada momento que lo requería.

Finalmente, a mis profesores en general que me apoyaron desde el inicio con sus consejos para poder definir mi tema a investigar.

FELICIDAD Y ENGAGEMENT LABORAL EN TRABAJADORES DE UNA EMPRESA DEL RUBRO FINANCIERO EN LIMA METROPOLITANA

Evelin Rosario Lázaro Bendezú
Facultad de Psicología
Universidad Nacional Federico Villarreal

Resumen

Con el objetivo de determinar la relación que hay entre la felicidad y el engagement laboral en trabajadores de una empresa del rubro financiero de Lima Metropolitana, se realizó una investigación con una muestra de 181 trabajadores de ambos sexos. El estudio fue de tipo descriptivo – correlacional, no experimental y transaccional. Los instrumentos empleados fueron la Escala de la Felicidad de Lima y la Escala Utrecht de engagement laboral – UWES. Los resultados muestran que la mayoría de trabajadores, el 51.4% son felices (feliz y altamente feliz), el 35.4 % presentan engagement laboral promedio y los trabajadores que son altamente felices tienen una mayor frecuencia en el nivel alto de engagement; asimismo la relación entre ambas variables es directa, positiva moderada y muy significativa ($\rho=.436$ y $p=.000$). En relación a la comparación según las variables sociodemográficas, se encontró que existen diferencias significativas en la felicidad según el nivel de mando (.008) pero no según sexo, tiempo de permanencia y área de trabajo. Por otro lado, no existen diferencias significativas en el engagement laboral según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo.

Palabras claves: felicidad, engagement laboral, psicología positiva, trabajadores, niveles.

HAPPINESS AND WORK ENGAGEMENT IN WORKERS OF A FINANCIAL FIRM COMPANY IN METROPOLITAN LIMA

Evelin Rosario Lázaro Bendezú
Facultad de Psicología
Universidad Nacional Federico Villarreal

Abstract

In order to determine the relationship between happiness and work engagement in workers of a company in the financial area of Metropolitan Lima, an investigation was conducted with a sample of 181 workers of both sexes. The study was descriptive - correlational, not experimental and transactional. The instruments used were the Lima Happiness Scale and the Utrecht Labor Engagement Scale - UWES. The results show that the majority of workers, 51.4% are happy (happy and highly happy), 35.4% have average labor engagement and workers who are highly happy have a greater frequency in the high level of engagement; likewise, the relationship between both variables is direct, positive moderate and very significant ($\rho=.436$ and $p=.000$). Regarding the comparison according to the sociodemographic variables, it was found that there are significant differences in happiness according to the level of control (.008) but not according to sex, length of stay and work area. On the other hand, there are no significant differences in labor engagement according to sex, length of stay, level of command and area of work.

Keywords: happiness, work engagement, positive psychology, workers, levels.

Índice de contenido

Pensamiento	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Índice	vii
Lista de tablas	xi
Lista de figuras	xiii
Presentación	
Capítulo I. Introducción	
1.1 Descripción y formulación del problema	14
1.2 Antecedentes	21
1.2.1 Antecedentes internacionales	21
1.2.2 Antecedentes nacionales	23
1.3 Objetivos	26
1.3.1 Objetivo general	26
1.3.2 Objetivos específicos	26
1.4 Justificación	25
1.5 Hipótesis	27
1.5.1 Hipótesis general	27
1.5.2 Hipótesis específicas	28

Capítulo II. Marco teórico

2.1 Psicología positiva	29
2.1.1 Definición y objetivo	29
2.1.1.1 Definición de la psicología positiva	29
2.1.1.2 Objetivo de la psicología positiva	30
2.1.2 Historia de la psicología positiva	31
2.1.3 Ámbitos de aplicación de la psicología positiva	32
2.1.3.1 Aplicación en instituciones educativas	32
2.1.3.2 Aplicación en organizaciones laborales	33
2.2 Felicidad	33
2.2.1 Concepto e importancia	33
2.2.2 Dimensiones de la felicidad	35
2.2.2.1 Sentido positivo de la vida	35
2.2.2.2 Satisfacción con la vida	35
2.2.2.3 Realización personal	35
2.2.2.4 Alegría de vivir	36
2.2.3 Modelos de la felicidad	36
2.2.3.1 Modelos de felicidad organizacional	36
2.2.3.2 Modelo P.E.R.M.A	38
2.2.3 Felicidad en el trabajo	40
2.3 Engagement	41
2.3.1 Concepto e importancia	41
2.3.2 Origen del engagement	44
2.3.3 Factores del engagement	44
2.3.3.1 Factores personales	44
2.3.3.2 Factores organizacionales	45

2.3.4	Dimensiones del engagement	46
2.3.5	Modelos teóricos del engagement	47
2.3.5.1	Teoría del rol	47
2.3.5.2	Modelo estructural	47
2.3.5.3	Teoría de la conservación de recursos COR	48
2.3.5.4	Modelo de intercambio social	48
2.3.5.5	Modelo de demandas y recursos laborales	48
2.3.6	Engagement laboral	50
Capítulo III. Método		
3.1	Tipo de investigación	53
3.2	Ámbito temporal y espacial	53
3.3	Variables	53
3.3.1	Variable 1: Felicidad	53
3.3.2	Variable 2: Engagement laboral	54
3.4	Población y muestra	55
3.4.1	Población	55
3.4.2	Muestra	55
3.5	Instrumentos	58
3.5.1	Escala de la felicidad	58
3.5.2	Escala Utrecht de engagement en el trabajo	62
3.6	Procedimientos	66
3.7	Análisis de datos	67
3.7.1	Análisis de la confiabilidad de los instrumentos empleados	67
3.7.2	Análisis descriptivos y de correlación de las variables	67

IV. Resultados	
4.1 Determinación de la relación de la felicidad y el engagement laboral	69
4.2 Descripción de los niveles de la felicidad en los trabajadores de una empresa del rubro financiero	70
4.3 Descripción de los niveles del engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero	71
4.4 Descripción de las frecuencias de la relación de los niveles de la felicidad con los niveles del engagement laboral de los trabajadores de una empresa del rubro financiero	72
4.5 Comparación de la felicidad en los trabajadores de una empresa del rubro financiero según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo	73
4.6 Comparación del engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo	78
V. Discusión	84
VI. Conclusiones	88
VII. Recomendaciones	89
Referencias	

Lista de tablas

Tabla	Título	Pág.
1	Datos descriptivos del personal administrativo participante	57
2	Resultados de la validez de la Escala de la felicidad de Lima	60
3	Correlación ítems – dimensiones de la Escala de la felicidad de Lima	61
4	Confiabilidad de la Escala de la felicidad de Lima total y dimensiones	62
5	Resultados de la validez de la Escala Utrecht de engagement en el trabajo	64
6	Correlación ítems – subcomponentes de la Escala de Utrecht de engagement en el trabajo	65
7	Confiabilidad de la Escala Utrecht de engagement laboral total y subcomponentes	66
8	Análisis de la prueba de Kolmogorov – Smirnov entre la felicidad y engagement laboral	69
9	Frecuencias y porcentajes de los niveles de la felicidad de los trabajadores	70
10	Frecuencias y porcentajes de los niveles del engagement laboral de los trabajadores	71
11	Frecuencias de la relación de los niveles de felicidad con los del engagement de los trabajadores	72
12	Análisis de la prueba de Kolmogorov – Smirnov de la felicidad según el sexo de los trabajadores	73
13	Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para comparar la felicidad según el sexo de los trabajadores	74
14	Análisis de la prueba Kolmogorov – Smirnov de la felicidad según el tiempo de permanencia de los trabajadores	74
15	Análisis de la prueba H de Kruskal – Wallis para comparar la felicidad según el tiempo de permanencia de los trabajadores	75

16	Análisis de la prueba Kolmogorov – Smirnov de la felicidad según el nivel de mando de los trabajadores	75
17	Análisis de la prueba H de Kruskal – Wallis para comparar la felicidad según el nivel de mando de los trabajadores	76
18	Análisis de la prueba Shapiro – Wilk de la felicidad según el área de trabajo de los participantes	77
19	Análisis de la prueba H de Kruskal – Wallis para comparar la felicidad según el área de trabajo de los participantes	77
20	Análisis de la prueba Kolmogorov – Smirnov del engagement laboral según el sexo de los trabajadores	78
21	Análisis de la prueba t de Student para comparar el engagement laboral según el sexo de los trabajadores	79
22	Análisis de la prueba Kolmogorov – Smirnov del engagement laboral según el tiempo de permanencia de los trabajadores	79
23	Análisis de la prueba Anova para comparar el engagement laboral según el tiempo de permanencia de los trabajadores	80
24	Análisis de la distribución del engagement según el nivel de mando de los trabajadores	81
25	Análisis de la prueba Anova para comparar el engagement laboral según el nivel de mando de los trabajadores	81
26	Análisis de la prueba Shapiro – Wilk de engagement laboral según el área de trabajo de los participantes	82
27	Análisis de la prueba H de Kruskal – Wallis para comparar el engagement laboral según el área de trabajo de los participantes	83

Lista de figuras

Figura	Título	Pág.
1	Dimensiones del Engagement laboral	46
2	Beneficios del Engagement laboral	52
3	Diagrama de dispersión entre la felicidad y el engagement laboral	70
4	Frecuencias de los niveles de felicidad de los trabajadores	71
5	Frecuencias de la relación de los niveles de felicidad con los del engagement laboral de los trabajadores	72
6	Frecuencias de la relación de los niveles de felicidad con los del engagement laboral de los trabajadores	73

1. Introducción

1.1. Descripción y formulación del problema

Una de las grandes preocupaciones que tienen las organizaciones en la actualidad es poder trabajar y aumentar la felicidad de sus empleados, pues consideran que lograrlo sería muy beneficioso y que esto conllevaría a obtener resultados positivos para ambas partes.

El diario La República difundió un artículo titulado: “Está claro que invertir en la felicidad de los empleados es un negocio rentable”, en la cual Guevara (2018), indica que la tendencia en invertir en la felicidad va en crecimiento. Asimismo, menciona las iniciativas que vienen trabajando grandes empresas como Google por buscar la felicidad de sus empleados. Finalmente, afirma que, sin dudas, un equipo más feliz no sólo atenderá mejor a los clientes; sino que también beneficiará a la empresa en varios aspectos, como por ejemplo, la productividad.

Además de la felicidad, el engagement es otra variable que en la actualidad se busca trabajar por áreas de Gestión del talento humano. Con respecto a lo mencionado, Deloitte Consulting Group S.C. en el año 2018, sostiene que: “una de las tendencias asociadas a procesos de recursos humanos, es el foco en el compromiso (engagement) dada la crisis de retención del talento que tienen hoy en día las organizaciones”.

Efectivamente, la felicidad y el engagement en el ámbito laboral son las variables que más se busca conocer y entender por las organizaciones en todo el mundo. Diversos estudios nos indican que los trabajador

es dejarían su actual empleo por otro que les genere mayor entusiasmo e implicancia con sus labores diarias. En otras palabras, laborarían en una empresa con la cual se sientan comprometidos y les genere felicidad.

¿Por qué es importante ser feliz en el trabajo? ¿Qué beneficios trae para las empresas que sus colaboradores estén comprometidos con ellos? Estas preguntas resultan interesantes pero complejas de responder.

En el Perú, por ejemplo, la Agencia Peruana de Noticias Andina (ANDINA) publicó un estudio realizado por Ronald Career Services Group en el año 2018, en la cual se buscó indagar si los peruanos eran felices en su trabajo. Como resultado se obtuvo que: “el 74% de peruanos cambiaría de empleo para ser más feliz” (Rubio, 2018).

Según la VII Encuesta Adecco sobre felicidad en el trabajo, “1 de cada 4 empleados asegura no ser feliz en su trabajo”. Asimismo, se revela que los trabajadores pasan dos tercios de su tiempo trabajando y que del total de encuestados el 23.4% no es feliz en el trabajo resaltando la importancia por mejorar los espacios de trabajos para poder garantizar el bienestar de los trabajadores; para la cual proponen la figura del Director de la Felicidad – Chief Happiness Officer (Martin, 2018).

“En las organizaciones modernas se espera que los líderes mantengan contentos a sus empleados y a toda la organización, pero nadie explica cómo hacerlo” (Appelo, 2016). Atraer un óptimo ambiente de trabajo en el que los colaboradores se sientan felices y comprometidos con la organización puede traer grandes beneficios para la misma.

Universia España (2018) nos dice que un trabajador feliz “es aquel que se siente bien tratado por la empresa para la que trabaja (...) aquel al que le proponen retos y le dan oportunidades de crecer como profesional y al que la compañía apoya en sus intentos de superarse”.

La importancia de desarrollar una cultura de felicidad dentro de las organizaciones radica en que con ella tendremos trabajadores que sean más productivos, se sientan valorados y por ende estén felices con las labores que realizan. En consideración a ello, Bless (2017) nos dice que: “Un colaborador feliz no sólo es más productivo, sino que se compromete más con su organización y habla bien de esta, aportando a su buena reputación y a la atracción de los mejores talentos”.

Hablar de felicidad es hacer referencia a la valoración que las personas le atribuyen a otras personas o un bien material en un tiempo determinado. Entre las definiciones propuestas resalta la de Alarcón (2006) quién define a la felicidad como:

Un estado afectivo de satisfacción plena que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien anhelado (...) esta definición permite distinguir las siguientes propiedades de la conducta feliz: a) la felicidad es un sentimiento de satisfacción que vivencia una persona, y sólo ella, en su vida interior; (..) b) el hecho de ser un “estado” de la conducta, alude a la estabilidad temporal de la felicidad, puede ser duradera, pero, a la vez, es perecible; c) la felicidad supone la posesión de un “bien”, se es feliz en tanto se posee el bien deseado, es el objeto anhelado el que hace la felicidad de una persona; d) el bien o bienes que generan la felicidad son de naturaleza variada (materiales, éticos, estéticos, psicológicos, religiosos, sociales, etc.) Se trata de cosas a las

que las personas le asignan cualidades axiológicas, o valencias positivas (...) y, e) no se descarta que en un tiempo histórico y en una socio cultura determinada, las aspiraciones colectivas pueden coincidir en desear algún bien o bienes (p.101).

Alarcón, además propone un instrumento para medir la Felicidad (*Factorial Scale for the measurement of happiness*), identificando cuatro factores: 1. Sentido positivo de la vida, 2. Satisfacción con la vida, 3. Realización personal, y 4. Alegría de vivir. Respecto al instrumento mencionado, la escala de Alarcón es uno de los instrumentos más usados, siendo validado en varios países.

De acuerdo con Vásquez (2016), “todos queremos ser felices” y sin lugar a dudas, la felicidad contribuirá al desarrollo de ámbitos organizacionales que favorezcan y produzcan un trabajo agradable en la cual sus colaboradores se sientan comprometidos.

Un trabajo que nos rete constantemente, que nos exija día a día y que nos haga sentir que un lunes parece un viernes; presumiblemente, es un trabajo que nos genera felicidad y con el cual nos sentimos comprometidos.

Otro de los grandes retos que está relacionado a la felicidad, es el compromiso (engagement). Sentirnos felices por las cosas que realizamos es clave y vital para que podamos identificarnos con nuestro centro laboral; esto nos ayudará a que nuestro nivel de compromiso (engagement) se incremente.

El Diario Gestión en su sección Management & Empleo, publicó un artículo titulado: “El 87% de empresas considera que la falta de compromiso laboral (Engagement) es su principal problema” (Deloitte Perú, 2015). Hablar de Engagement

es hablar del compromiso que deberían tener todos los trabajadores para con su empresa y para con sus funciones.

Uno de los principales anhelos de las organizaciones es poder contar con colaboradores que den lo mejor de sí mismos y que vayan más allá de cumplir solamente con lo que se requiere de su puesto, ese es el propósito del engagement. De modo que, se podría decir que el engagement es “ponerse la camiseta” de la empresa y consiste en involucrar al colaborador para que se apasione por su trabajo y organización. (Alalú, Szeinman, Corvetto, y Franco, 2015).

En adición a ello, tomaremos la siguiente definición del engagement laboral, el cual es descrito como:

Un estado en el que las personas están en el trabajo y se sienten muy energizados, se sienten muy dedicados a lo que están haciendo y también están involucrados en su trabajo, de modo que se puede decir que es una clase de felicidad relacionada con el trabajo, y por ello básicamente se trata de una cosa positiva (Schaufeli, 2015, p.184).

En otras palabras, según Schaufeli, los colaboradores que experimentan el engagement sienten un vínculo positivo, una clase de felicidad relacionada con todas las actividades que realizan en su trabajo; es decir, se sienten energizados e involucrados con su empresa.

En su escala sobre el Engagement laboral (*Utrecht Work Engagement Scale*) Schaufeli identifica 3 componentes: 1. Vigor, 2. Dedicación y 3. Absorción. El vigor alude a la energía y resistencia; la dedicación al entusiasmo e inspiración por la actividad, la cual constituye un reto; y la absorción a la concentración, caracterizada

por la sensación de que “el tiempo vuela” (Salanova, Schaufeli, Llorens, Peiró, y Grau, 2000). Esta escala ha sido traducida en varios idiomas, validada en diversos países y es uno de los instrumentos más confiables para medir el engagement.

En diversas investigaciones se señalan la importancia de estudiar a profundidad qué tan comprometidos se encuentran las personas con respecto a su centro laboral; esto es debido a que mientras más comprometido esté uno con las funciones que realiza, más satisfecho y pleno se sentirá (Cumpa, 2015; Espinosa, 2017; Silupu, 2017).

Las características que identifican a un colaborador engaged (colaborador que experimenta engagement) son pocas pero son muy resaltantes. Al respecto, DEO Consultores nos menciona que: “el empleado engaged trabaja con pasión, energía y empeño. No se conforma con simplemente cumplir lo mínimo necesario; sino que se esforzará para dar "la milla extra" fomentando relaciones positivas con sus clientes y realizando trabajo de calidad” (de YouTube, 2015).

La falta de engagement por parte de los colaboradores no es un problema que sólo afecte a las pequeñas organizaciones. En la actualidad, algunas grandes empresas y reconocidas presentan este problema. Por esta razón “las empresas deben hacer lo posible por crear y mantener este sentimiento y de este modo contar con una fuerza de trabajo que realmente aporte verdadero valor a la organización (RRHH Digital, 2018).

En los últimos años se ha podido visualizar una alta tasa de índices de rotación de personal en el mercado laboral, un estudio publicado por Info Capital Humano titulado: “El Perú tiene el más alto índice de rotación en Latinoamérica” nos indica que el índice promedio de rotación laboral en el Perú llega a 20,7% (Price Waterhouse

Coopers, 2014).; esto podría deberse a que en la actualidad la población de trabajadores activos acepta el primer trabajo que encuentra sin analizar si el trabajo aportará en su crecimiento personal y profesional. Además, tampoco investigan la empresa, su cultura, su plan de carrera, entre otros factores.

Un claro ejemplo es la generación de los Millennials cuyos miembros se caracterizan por ser “confidentes, abiertos al cambio, tecnológicamente conectados y expresivos” (Payton, 2015). En una encuesta publicada por el Diario Gestión, se explican “los diez principales factores que motivan la fuga de talento de esta generación” (Deloitte, 2017). Dentro de estos factores está el grado de compromiso (engagement) que reflejan; que muchas veces es fugaz porque detestan los trabajos mecánicos y rutinarios. En pocas palabras, aceptan una oferta laboral que les genere un desafío, el cual en muchos casos es pasajero.

Estas decisiones equivocadas conllevan a que las personas no se sientan comprometidas con el puesto que ocupan, las funciones que desempeñan y mucho menos con la empresa en la cual laboran.

Por lo tanto, tomando en cuenta el análisis de esta problemática, se buscará dar respuesta a la siguiente pregunta:

¿Cuál es la relación de la felicidad con el engagement laboral de los trabajadores de una empresa del rubro financiero de Lima Metropolitana en el año 2018?

1.2. Antecedentes

Con respecto a la revisión de los antecedentes, se encontraron investigaciones relacionadas con las variables de estudios expuestos desde el plano internacional hasta el local.

1.2.1. Antecedentes internacionales

Córdoba (2015) identificó los niveles del Engagement en un grupo de colaboradores de una industria de detergentes ubicada en Escuintla. El tipo de investigación fue descriptiva y la muestra la conformaron 69 colaboradores obtenidos de manera aleatoria, las edades estuvieron comprendidas en el rango de 18 a 45 años de ambos género. El instrumento utilizado fue el cuestionario UWES. Se concluyó que los colaboradores presentan alto nivel de engagement, siendo colaboradores entusiastas hacia su trabajo con sentido de pertenencia en la organización.

Aranda (2016) realizó una investigación de tipo cualitativo en la cual exploró la Gerencia de la Felicidad para poder identificar conceptos y variables asociadas a este nuevo tema. Concluyendo que el concepto de la felicidad es un concepto individual que difiere entre personas, culturas, países, etc. Asimismo, detallan que es ineludible que las organizaciones tomen conciencia de la importancia que la motivación de sus empleados genera en sus rendimientos; ya sean organizaciones públicas como privadas.

En la “*Felicidad en el trabajo: Acercamiento a través de una propuesta de Entrevista Estructurada*” Gómez y Muñoz (2016) investigaron este constructo con el fin de diseñar una entrevista estructurada, cuya aplicación pueda aportar en estudios posteriores a la gestión de la Felicidad; dado que, en Colombia los estudios referentes

al tema eran muy limitados en esa fecha. El resultado de la investigación se basó en el análisis y discusión de 24 fortalezas descritas por Seligman, las cuales fueron redefinidas por los autores con el fin de construir el modelo de entrevista estructurada y su manual de instrucciones.

Gijón (2017) elaboró una investigación que tuvo como primer objetivo conocer la percepción que tiene el profesorado sobre la felicidad y en segundo lugar realizar una propuesta de trabajo dentro de las aulas. Descubrió que no existen diferencias significativas entre el género en cuanto a la felicidad total, ni en cuanto a cada una de sus dimensiones, tampoco hay diferencias en función de las distintas etapas educativas. Por otro lado, se encontró diferencias entre la edad y estado civil obteniendo que a menor edad la felicidad percibida es más alta y el profesorado casado manifiesta unos niveles de felicidad percibida más elevados.

Rico (2017) desarrolló un modelo de felicidad organizacional en unipresarial, como estrategia para ser integrales laboralmente, teniendo como objetivo identificar el nivel de satisfacción de sus colaboradores y cuál es su noción de felicidad, además de construir un concepto propio de calidad de vida. La investigación fue cualitativa y se construyó una encuesta de 20 preguntas, 6 ítems abiertos, 9 preguntas con respuesta tipo Likert y 5 ítems dicotómicos orientados a la medición de 4 indicadores; autorrealización, percepción laboral, bienestar físico y psicológico y la calidad de vida. La muestra se conformó por 62 colaboradores, las cuales fueron comparadas por nivel de formación y de mando.

Merino (2017) investigó supuestos relacionados al compromiso (engagement) de los trabajadores en Congregaciones Religiosas Educativas en España. La metodología empleada consistió en una revisión de la literatura y tres estudios

empíricos en Congregaciones Religiosas Educativas y se aplicó el cuestionario UWES. Confirmó que a mayor espiritualidad de los trabajadores se incrementa el nivel de engagement; demostrando que el engagement de los trabajadores no es el resultado de las características personales ni del ambiente laboral o situación laboral, sino exclusivamente por factores organizativos del centro. Respecto a la espiritualidad, existe una relación positiva con el engagement de los trabajadores y la edad influye de forma negativa al nivel de engagement.

García, A (2017) propuso una metodología experimental para generar compromiso laboral en Millennials dentro del sector petrolero aplicando el cuestionario Utrecht Work Engagement Scale –UWES antes y después del experimento, teniendo como muestra a 30 empleados de tres empresas de ese sector. Un grupo estuvo expuesto al feedback bidireccional durante tres meses, y el otro no estuvo expuesto. Concluyendo que el feedback bidireccional es una práctica efectiva para generar compromiso laboral o employee engagement en empleados millenials.

1.2.2. Antecedentes nacionales

En el plano nacional se encontraron las siguientes investigaciones:

Callalli (2017) investigó la relación entre la felicidad y satisfacción laboral en trabajadores. La muestra se conformó por 216 colaboradores de una empresa industrial del Callao de ambos sexos y se utilizó como instrumentos la: Escala de Felicidad de Lima y la Escala de Satisfacción laboral – ARG. Encontrando que los trabajadores tienen altos niveles de felicidad y satisfacción laboral; además encontró que la relación entre ambas variables es directa positiva muy débil ($p < .05$). En cuanto a la relación de la variables sociodemográficas, presentan niveles altos de felicidad y

satisfacción laboral en ambos sexos; y niveles altos en personas casadas, mientras los niveles bajos lo obtienen las personas solteras o separadas.

Davey (2017) realizó una investigación de tipo descriptivo correlacional para determinar la relación entre la felicidad y el engagement, teniendo como muestra a 338 estudiantes que trabajan y los instrumentos empleados fueron la Escala de Felicidad y el cuestionario de Engagement. Obteniendo como resultado que si hay relación entre la felicidad y engagement en un nivel moderado bajo ($p < .05$; $Rho .349^{**}$) y que la felicidad presentó mayor correlación con los componentes vigor y dedicación del engagement.

Paz y Espinoza (2017), reportaron una investigación del tipo correlacional que tuvo como objetivo determinar el grado de influencia que tiene la variable felicidad organizacional en la productividad de los centro de atención al cliente de la empresa América Móvil – Claro. La muestra se conformó por 40 colaboradores y el instrumento usado fue una encuesta creada para la investigación tomando como base el cuestionario Gallup Q12. La investigación dio como resultado que la influencia organizacional tiene una correlación alta con la productividad, obteniendo .60 de correlación en el periodo de noviembre y .62 en el periodo del mes de mayo.

Quesada (2017) buscó establecer las diferencias del engagement laboral en los colaboradores de dos empresas del rubro restaurant, el estudio fue de tipo descriptivo comparativo y la muestra estuvo conformada por 15 empleados de cada empresa de ambos sexos y el instrumento aplicado fue la escala Utrecht. Descubriendo que no existen diferencias significativas en las dimensiones ni en la variable en general concluyendo con ello que la manera de percibir el estado mental positivo para las dos empresas es similar.

Silupu (2017) investigó la relación existente entre el Engagement y Satisfacción Laboral en agentes de empresas de seguridad y vigilancia privada en donde la muestra se conformó por 258 agentes, aplicando los instrumentos: escala Utrecht de engagement en el trabajo (UWES-17) y la escala de satisfacción laboral (SL-SPC). Obtuvo como resultado que no existe relación entre las variables medidas, teniendo como resultado de $-.031$ y una significancia de $.460$. Finalmente, en cuanto a los niveles de la variable engagement, observó que predomina el nivel promedio con el 92% de los agentes encuestados; y en los niveles de satisfacción laboral, predomina el nivel insatisfecho con 42%.

Strusberg (2017) buscó comprender la manera en que jóvenes peruanos trabajadores experimentan la felicidad en el trabajo remunerado y el trabajo voluntario utilizando el concepto de felicidad propuesto por Seligman (3 vías: vida placentera, vida comprometida y vida con sentido). La muestra se conformó con cuatro jóvenes, universitarios en curso o egresados cuyas edades entre los 22 y 26 años y que cuentan con un trabajo remunerado y también realizan un trabajo voluntario. Obtuvo que las experiencias de felicidad en ambos contextos se integran y complementan. No obstante, en el trabajo voluntario las emociones asociadas a la felicidad se vivencian con mayor intensidad que en el trabajo remunerado.

Delgado y Velásquez (2018) realizaron una investigación sobre la influencia del engagement en la satisfacción laboral de los colaboradores de una agencia bancaria. El tipo de investigación fue descriptiva correlacional transversal. Para ello se aplicó dos instrumentos: escala de Utrecht - UWES (engagement) y el SPL (Satisfacción laboral) a 25 colaboradores, que son el total de la población de esa

agencia. Se llegó a la conclusión que el engagement si influye en la satisfacción laboral; es decir, que a mayor engagement habrá mayor satisfacción laboral.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación de la felicidad y el engagement laboral de los trabajadores de una empresa del rubro financiero de Lima Metropolitana en el 2018.

1.3.2. Objetivos Específicos

1. Determinar las frecuencias de los niveles de la Felicidad en los trabajadores de una empresa del rubro financiero.
2. Determinar las frecuencias de los niveles del Engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero.
3. Determinar las frecuencias de los niveles de la felicidad con los niveles del engagement laboral.
4. Comparar la Felicidad en los trabajadores de una empresa del rubro financiero según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo.
5. Comparar el Engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo.

1.4. Justificación

En la actualidad no existen investigaciones que estudien la relación entre la felicidad y el engagement laboral, ni evidencias de cómo puede impactar la felicidad

en el compromiso (engagement) de los colaboradores con sus funciones y cumplimientos de sus objetivos planteados por su centro laboral. Solo existen investigaciones que nos brindan información sobre estas dos variables pero de manera apartada.

Los resultados de la presente investigación servirán de precedente a futuras investigaciones en el estudio de la relación entre la felicidad y el engagement laboral, de tal manera que se lleguen a tener estudios que indaguen sobre estas variables que tienen gran impacto en el ámbito organizacional en la actualidad.

En adición a ello, los resultados también permitirán tener una visión clara de la problemática que existe sobre la falta de atención a los temas relacionados con las variables estudiadas. Asimismo, el estudio proporcionará datos descriptivos importantes de una empresa del rubro financiero.

Por otro lado, los resultados que se obtengan de la realización de esta investigación permitirán diseñar, planificar y organizar programas orientados a realizar estrategias adecuadas para poder incrementar la felicidad en las organizaciones y desarrollar de mejor manera el engagement a fin de conseguir que las organizaciones ofrezcan un ambiente lleno de armonía y calidez a sus colaboradores.

Por último, mediante este trabajo se podrá actualizar la bibliografía de estas variables.

1.5. Hipótesis (si es necesario)

1.5.1. Hipótesis General

Existe relación entre la felicidad y el engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero de Lima Metropolitana en el 2018.

1.5.2. Hipótesis Específicas

H1. Existen altos niveles de felicidad en trabajadores de una empresa del rubro financiero de Lima Metropolitana.

H2. Existen altos niveles de engagement laboral en trabajadores de una empresa del rubro financiero de Lima Metropolitana.

H3. Los trabajadores que son altamente felices presentan mayores frecuencias en el nivel alto de engagement

H4. Existen altos niveles de felicidad en trabajadores de una empresa del rubro financiero de Lima Metropolitana según sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo.

H5. Existen altos niveles de engagement laboral en trabajadores de una empresa del rubro financiero de Lima Metropolitana según sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo.

2. Marco Teórico

En el presente capítulo, se desarrollará el marco teórico en el cual se basó este estudio. Primero se hablará de la psicología positiva desarrollando temas como su definición, objetivo, historia y ámbitos de aplicación. En segundo lugar se abordará la variable felicidad, su definición, importancia, modelos y felicidad en el trabajo. Por último, se presentará la variable Engagement, se explicará el constructo, definición, importancia, origen, factores, dimensiones, modelos y el engagement laboral.

2.1. Psicología positiva

2.1.1. Definición y objetivo

2.1.1.1. Definición de Psicología Positiva

Hablar de Psicología Positiva es hacer referencia a un nuevo enfoque que surgió a inicios del año 2000. Este nuevo enfoque se centra en los temas que ayudan a mejorar los aspectos individuales de cada persona, tratando así de potenciar su desarrollo. Entre las definiciones más importantes podemos describir las siguientes:

Seligman y Csikszentmihalyi (2000) quienes afirman que “la psicología positiva es una ciencia de la experiencia subjetiva, que se propone estudiar los procesos que subyacen a las cualidades y emociones positivas del ser humano” (Citado en Alarcón, 2009, p.24). En otras palabras, lo que Seligman y Csikszentmihalyi mencionan, es que la psicología positiva se percibe diferente en cada persona según las experiencias que éstas experimentan.

Otra definición, es la propuesta por Leimon y McMahon (2014) quienes indican que “es el estudio científico de las estrategias que mejoran la vida. Se

trata de crear experiencias, rasgos positivos y formas de organización positivas con el propósito de mejorar la calidad de vida de la gente” (p.9).

En palabras propias, la psicología positiva es un nuevo enfoque que estudia los aspectos positivos del ser humano y trata de crear estrategias para mejorar las experiencias de las personas buscando con ello mejorar su calidad de vida.

2.1.1.2. *Objetivo de la Psicología Positiva*

El objetivo de la Psicología positiva se ha planteado de diversas maneras pero enfocado en una misma dirección. Según Seligman (2002), el principal objetivo de la psicología positiva “es comprender y facilitar la felicidad y el bienestar subjetivo” (Citado en Carr, 2007, p.23).

Adicionalmente, Carr (2007, p.23) indica que:

La psicología positiva se centra en comprender y explicar la felicidad y el bienestar subjetivo y en predecir con precisión los factores que influyen en estos estados (...) se ocupa de mejorar el bienestar subjetivo y la felicidad en lugar de centrarse en remediar déficits (...) no sustituye a la psicología clínica tradicional, sino que la complementa.

Es decir, se encarga de comprender y explicar la felicidad; buscando con ello mejorar el bienestar individual de las personas.

Martin Seligman sugirió agrupar los temas esenciales del campo en los siguientes bloques: El estudio de las emociones positivas, el estudio de los rasgos positivos, y el estudio de las organizaciones positivas (Citado por Hervás, 2009, p.26).

2.1.2. Historia de la psicología positiva

Muchos autores concuerdan que el inicio de la Psicología positiva se dio con el discurso de Seligman en el año 1998 cuando él asumía la presidencia de la *American Psychological Association* (APA) en la cual sugirió dar una nueva dirección en la investigación psicológica hacia temas más saludables del ser humano (Hervás, 2009).

Alarcón (citado por Valencia, 2016, p.102) menciona que el surgimiento de la Psicología Positiva se da con la publicación de “Felicidad, Excelencia y Óptimo funcionamiento humano” de Martin Seligman en el año 2000, el cual estuvo dedicado a una nueva corriente denominada Psicología Positiva.

El origen de este enfoque está en la psicología humanista del siglo XX, que se centró en gran medida de la felicidad y plenitud. Teniendo como influencias antecedentes a la filosofía y la religión. La primera Conferencia Internacional de Psicología positiva se llevó a cabo en el 2002. Y a partir del 2006, se empezó a hacer más popular, prestándose más atención a este enfoque. En junio de 2009, tuvo lugar el primer Congreso Mundial de Psicología positiva (Mars, 2018).

Peterson y Seligman en el 2004 (citado por Armingol, 2012, p.8), señalan como antecedentes de la Psicología positiva los aportes del psicoanálisis de Freud, el conductismo instaurado por Watson, el cognitivismo de Piaget, la psicología existencialista de Sartre y Heidegger, y finalmente la psicología humanista de Maslow. Ésta última es la que más relación tiene con esta corriente puesto que no solo investiga acerca del sufrimiento y el trauma,

sino que además trata puntos relacionados con el crecimiento, la creatividad del individuo, los sueños, los valores personales y la ética.

La psicología positiva en América Latina fue introducida por María Martina Casullo de forma muy temprana. El primer artículo teórico publicado sobre una temática exclusivamente positiva en Latinoamérica fue en el año 2000 Psicología salugénica o positiva (Castro, 2012).

En el Perú, los aportes relevantes a este enfoque han sido brindados por el psicólogo Reynaldo Alarcón, quien ha elaborado instrumentos destinados a la medición de la felicidad como: La Escala de gratitud, el Cuestionario de Felicidad de Lima y la Escala de Optimismo Atributivo (Valencia, 2016).

2.1.3. Ámbitos de aplicación

La Psicología positiva se viene aplicando con éxito en diversos campos. Líneas abajo se abarcará los campos de su aplicación.

2.1.3.1. *Aplicación en Instituciones educativas*

Seligman en el año 2011 menciona que la psicología positiva ayuda a enseñar bienestar a jóvenes, a que puedan desarrollar más emociones positivas, a involucrarse en sus materias de una manera sincera y profunda, ayuda a mejorar las relaciones interpersonales con las personas que interactúan (compañeros y maestros) y a encontrarle un significado y propósito a lo que están estudiando y con ello conseguir logros más positivos (citado por Velasco, 2017).

Asimismo, Seligman y cols (2009) describen tres razones por las que la psicología positiva se debería enseñar, una es debido al incremento de casos

de depresión en los jóvenes, para buscar aumentar la satisfacción con la vida y para poder mejorar el aprendizaje (citado por Barahona, 2013).

2.1.3.2. Aplicación en Organizaciones laborales

Alicia Omar explica que la Psicología Positiva en las organizaciones es un área que recién ha aparecido a la cual define como “el estudio y la aplicación de las capacidades psicológicas y las fortalezas que pueden ser medidas, desarrolladas y gestionadas eficazmente para mejorar el rendimiento” (Citado por Lupano y Castro, 2010, p.60).

Otro lado, Apiquian (2014) realizó diversos estudios aplicando la psicología positiva en este ámbito y encontró que las organizaciones que tienen como una meta el bienestar, la calidad de vida y felicidad de las personas, son capaces de resistir a las crisis que se puedan presentar; “esto se debe a que los empleados felices tienen la capacidad de crecer, desarrollarse y superar los obstáculos de manera exitosa sin pensar en la derrota a pesar de que todo esté en su contra”.

2.2. Felicidad

2.2.1. Concepto e importancia

Proponer una definición de felicidad es complicado ya que el significado del mismo varía de persona en persona y de las experiencias que estás experimentan. En este sentido, se podría decir que la felicidad se trata de experimentar situaciones que nos hagan sentir alegres, en paz, que generen en nosotros un cierto bienestar, y con ello, no tener sentimientos de tristeza.

Este tema es uno de los más importantes dentro del enfoque de la Psicología positiva. Al respecto, Alarcón (2009) nos dice que: “La felicidad es

un tema central de la Psicología Positiva y, quizás, detenta el más alto número de publicaciones entre las áreas de trabajo que integran este nuevo enfoque psicológico” (p.113).

Del mismo modo, Hervás (2009, p.32) dice que “la felicidad es una de las principales metas vitales de la mayoría de las personas y, sólo por ello, es un objetivo de estudio de gran interés.

El término felicidad es un concepto que todos usan pero que tiene diferentes significados para cada persona según diversos factores. Ante ello, existen diversas concepciones según culturas, creencias, especialidad de estudio, etc. Aristóteles decía al respecto que “la felicidad es lo más noble y más agradable que existe en el mundo” (Citado por Alarcón, 2009, p.118).

Por ejemplo, Ricard (2007, p16) menciona que los sociólogos la definen como “el grado según el cual una persona evalúa positivamente la calidad de su vida tomada en conjunto. En otras palabras, la felicidad expresa hasta qué punto le gusta a una persona la vida que lleva”.

De modo que para algunas personas la felicidad es temporal y varía en su duración mientras que para otros se constituye más duradero. Para el filósofo Robert Misrahi (Citado por Ricard, 2007, p.17), la felicidad es “la proyección de la alegría sobre la totalidad de la existencia o sobre la parte más viva de su pasado activo, de su presente actual y de su futuro concebible”

Para Argyle (citado en Fischman, 2017) la felicidad “es el sentimiento que se deriva de tener emociones positivas o de estar satisfechos con nuestras vidas”. Dicho de otro modo, felicidad es querer lo que hacemos.

Como Seligman sugiere (citado en Barragan, 2012) “la felicidad, meta de la Psicología positiva, no se limita a conseguir estados subjetivos transitorios. La felicidad también consiste en pensar que la vida que vivimos es auténtica”. Después agrega que la “autenticidad” sólo puede lograrse a través de la gratificación y las emociones positivas, pero que éstas a su vez se desarrollan con base en las fortalezas personales.

2.2.2. Dimensiones de la felicidad

Alarcón (2006) propone cuatro dimensiones para el constructo de felicidad a través del análisis factorial que realizó.

2.2.2.1. Sentido positivo de la vida

Esta dimensión hace referencia a grados de felicidad que reflejan actitudes y experiencias positivas hacia la vida. Asimismo, esta dimensión significa estar libre de estados depresivos profundos, tener sentimientos positivos hacia sí mismo y hacia la vida (2006, p. 104).

2.2.2.2. Satisfacción con la vida

Esta dimensión alude a la satisfacción por lo que se ha alcanzado y la persona cree que está donde tiene que estar o siente que está cerca de alcanzarlo (Alarcón, 2006, p. 104).

2.2.2.3. Realización personal

Esta dimensión expresa lo que se podría considerar como felicidad plena y no estados temporales. Sus características señalan autosuficiencia, tranquilidad emocional, placidez, entre otras. Además guarda relación con la orientación del individuo hacia metas que considera valiosas para su vida (Alarcón, 2006, p. 104).

2.2.2.4. *Alegría de vivir*

Esta dimensión señala lo maravilloso que es vivir, hace referencia a experiencias positivas de la vida y a sentir bien de manera general.

2.2.3. Modelos de la Felicidad

Para la felicidad se han propuestos algunos modelos que se explicaran a continuación:

2.2.3.1. *Modelo de Felicidad organizacional*

Este modelo fue desarrollado por Fernández, en el cual plantea tres focos que se deben gestionar:

Condiciones de trabajo, lo cual se basa en lo ambiental, higiene, salud física y mental de los trabajadores, es decir, el mínimo de condiciones de infraestructura, salubridad, seguridad, protección personal, ruido, materiales e insumos (...) y distribución del espacio(...) Por otro lado, están los procesos operacionales, una de las maneras más efectivas para mejorar la calidad de vida en el trabajo es simplificando los procesos laborales, haciéndolos fluidos, fáciles, con la menor intervención posible de aprobaciones de la jerarquía y lo más dependiente de la autoridad de quien ejecuta el trabajo. Por último, la gestión de personas, cuando se logra lo anterior, es posible concentrarse en este punto, el cual es el más crítico: cómo gestionar personas para promover su bienestar y salud organizacional, y su balance con los buenos resultados (citado por Bastidas, Herrás y Muñoz, 2016).

Por otro lado, Fernández (citado por Bastidas, Herrás y Muñoz, 2016) contempla en este modelo seis dimensiones:

1. Positividad: Vivir en emociones personales positivas y en atmósferas organizacionales y de equipo marcadas por la positividad es pilar del bienestar subjetivo en el trabajo.
2. Sentido: Es la capacidad de un líder en las organizaciones, el cual debe tener la capacidad para enunciar en una visión el propósito que inspire a tener una meta. Fernández postula el sentido como: “Las personas trabajamos con entrega, exigencia y voluntariedad cuando el propósito de nuestro trabajo resuena con nuestro sentido personal”.
3. Relaciones confiables: Es una elección personal, hace una distinción entre una relación confiable y confianza; esta última entendida como una disposición individual que la concibe una interacción humana, en cambio las relaciones confiables son aquellas que nacen de la convicción de un ser legítimo con otro igual a los demás. Fernández menciona que “Nadie es feliz en el trabajo con relaciones malas o conflictivas con los demás”.
4. Desarrollo personal y profesional: Fernández menciona que las personas felices en su trabajo sienten la preocupación de su organización por su desarrollo profesional y personal. Las empresas que gestionan la felicidad de sus trabajadores comprenden el desarrollo personal, promoviendo la auto-actualización y el autocuidado de las personas. La misma que es percibida y valorada por los trabajadores, mostrando un comportamiento recíproco de involucramiento y compromiso organizacional.

5. Engagement: Es una nueva forma de vincularse al trabajo en específico en lo que realizan dentro de sus jornadas laborales. Fernández postula el concepto en su modelo como: “Los trabajadores felices muestran un alto grado de involucramiento emocional con su trabajo, con su equipo y con su organización. Es responsabilidad de la empresa fomentar este alto nivel de compromiso en el trabajo, mediante la participación, inclusión y consideración afectiva permanente.”

6. Logro y reconocimiento: Aquí se evidencia como el sujeto se alinea con la cultura de la organización y como esta le aplaude le agradece y se enorgullece por la labor realizada. Fernández postula este concepto como: “Alcanzar logros y entregar buenos resultados es parte importante para sentirme feliz, efectivo y orgulloso en mi trabajo de mi trabajo”. Las empresas que promueven felicidad son muy activas en reconocer los logros de sus trabajadores, celebrarlos públicamente y generar ritos organizacionales permanentes de reconocimiento y promoción del orgullo personal, grupal y organizacional.

2.2.3.2. Modelo P.E.R.M.A

El modelo P.E.R.M.A o también conocido como Teoría del bienestar, fue propuesto y desarrollado por Seligman en el año 2012, teniendo como finalidad que los distintos seres humanos fueran capaces de proyectar y avanzar hacia el futuro (Martinez, 2018).

Este modelo de Seligman (citado por Apiquian, 2014) está compuesto por cinco elementos fundamentales en la realización y análisis de la felicidad:

- P (Positive Emotions) – Emociones positivas: En este elemento se menciona que el hombre necesita sentir emociones positivas como la paz, gratitud, satisfacción, disfrute, esperanza, amor, etc. A medida que disminuye el pesimismo se incrementa nuestra calidad de vida y el bienestar.
- E (Engagement) – Involucramiento: Este elemento establece que la cima de la felicidad humana se alcanza a través de lo que se conoce como experiencias de flujo (flow) entendida como el estado mental en la cual la persona está inmersa en lo que hace, está llena de energía, implicada y es capaz de realizar sus tareas con éxito.
- R (Relationship) – Relaciones positivas: En este elemento se manifiesta que los seres humanos somos sociables por naturaleza y por ende, cuando tenemos relaciones interpersonales constructivas experimentamos más bienestar. Esto también puede considerarse como un antídoto para vencer las adversidades.
- M (Meaning) –Significado: Cuando percibimos que nuestra existencia sirve o tiene utilidad para cosas más grandes, nos motivamos y sentimos que transcendemos en cada acción. En muchas ocasiones, dedicar tiempo a alguna actividad voluntaria nos ayuda a sentirnos satisfechos y complacidos.
- A (Accomplishment) – Logro: En este elemento se explica que establecernos metas, el tener disciplina, el desarrollar nuestro autocontrol y buscar el éxito nos ayuda a mantenernos en crecimiento

continuo y a trabajar nuestro potencial. Por ende, mientras más preparados nos sintamos, más seguros y satisfechos nos sentiremos con nuestros proyectos.

2.2.4. Felicidad en el trabajo

En la actualidad, impulsar la felicidad se ha convertido en un desafío constante dentro de las organizaciones. Esto sin duda se debe a que, vivir en una cultura de felicidad trae consigo diversos beneficios.

Con respecto al último punto, Infobae (2018) realizó un estudio en la Federación Argentina de Empresas de Trabajo Temporario (FAETT) en la cual nos indica que “cuando un empleado se siente feliz en su ámbito de trabajo: es 50% más productivo, se compromete un 30% más con la organización, está 10% más motivado y afianza un 10% su sentido de pertenencia (10%)”. De esta manera se puede apreciar que la felicidad en las organizaciones es muy beneficiosa.

Un significado de la felicidad en el trabajo podría ser el siguiente: “Ser feliz en el trabajo significa estar conforme con uno mismo y con la empresa generando un clima óptimo para el desarrollo profesional” (AméricaEConomía.com, 2016). Se podría decir que uno de los objetivos en la actualidad es ser feliz trabajando.

Alter (2014) hace referencia que “Cada vez más empresas están incorporando el nuevo cargo ejecutivo de Happiness Manager, que tiene como desafío principal implementar medidas concretas para hacer feliz tanto a los clientes como a los trabajadores de la empresa”. Una organización que cuente con una estrategia para la felicidad, es conocida como *Happy Company*.

En relación a lo último expuesto, Achor (citado por María Luisa, 2015) nos menciona que esta estrategia debe tener en cuenta principios que tienen efectos positivos en el éxito personal y laboral, y por tanto en el éxito organizacional:

1. Soñar y creer en nosotros mismos. Por tanto, implementa acciones que despierten la imaginación de tu gente y que refuercen su autoeficacia.
2. Centrarnos en lo positivo. Práctica en tu empresa la gestión y comunicación apreciativa.
3. Invertir tiempo en los demás. Crea en tu organización un sentimiento de comunidad a través de prácticas como el *Mentoring*.
4. Aprovechar los reveses para crecer personal y profesionalmente. Preocúpate por crear espacios para desarrollar la resiliencia de tu organización.
5. Crear hábitos positivos. Diseña la dieta de la felicidad para tu organización.
6. Concentrarnos en objetivos abarcables para ir asumiendo poco a poco retos cada vez más grandes. Enseña a tu gente a gestionar bien su energía practicando un optimismo realista y una pasión armónica.

2.3. Engagement:

2.3.1. Concepto e importancia

En la actualidad no existe una traducción exacta al término engagement, este término no es igual a otros que sí la tienen. Se podría decir que la

traducción más cercana al engagement hace referencia al compromiso, el cual viene siendo muy usado en el ámbito de Recursos Humanos. Dentro de las organizaciones, se asocia al engagement con el clima laboral; no obstante, este último hace referencia a las percepciones que tienen los colaboradores para con su organización mientras que el engagement está relacionado a la dedicación y entusiasmo que experimenta de manera individual cada persona (Urdaneta, 2012).

Partiendo de ahí; Maslach, Schaufeli y Leiter (2001) exponen que el engagement es entendido como un enfoque multidimensional compuesto de energía, involucramiento y eficacia, opuesto al burnout, cuyos componentes son el agotamiento, el cinismo y la ineficacia, antítesis de los componentes del engagement.

Para Baker (2011) el engagement “es un estado activo y positivo relacionado con el trabajo, que se caracteriza por vigor, dedicación y absorción” (citado por Rodríguez, Larraechea y Costagliola, 2015).

Para el presente estudio se utilizará la definición del Engagement propuesto por Schaufeli, Salanova, González-Roma y Bakker (2002), definiéndolo como:

Un estado mental positivo relacionado con el trabajo y caracterizado por Vigor, dedicación y absorción. Más que un estado específico y momentáneo, el engagement se refiere a un estado afectivo - cognitivo más persistente que no está focalizado en un objeto, evento o situación particular. El vigor se caracteriza por altos niveles de energía y resistencia mental mientras se trabaja (...) la dedicación denota la alta

implicación laboral, junto con la manifestación de un sentimiento de significación, entusiasmo, inspiración, orgullo y reto por el trabajo. Por último, la absorción ocurre cuando se está totalmente concentrado en el trabajo, mientras se experimenta que el tiempo “pasa volando”, y se tienen dificultades desconectar de lo que se está haciendo debido a las fuertes dosis de disfrute y concentración experimentadas"

Ante lo expuesto, estimo que el engagement más que un compromiso, es una fuerte relación que forma el empleado con su empresa. Es estar absorto y concentrado en todo lo que se está realizando mientras se experimenta felicidad. En otras palabras, es sentirse parte de nuestra organización y disfrutar de ello.

Por otro lado, sin lugar a duda el experimentar engagement laboral nos brinda diversos beneficios en las organizaciones; de ahí es de donde se fundamenta la importancia por desarrollarlo.

La importancia del engagement en las organizaciones en la actualidad es indispensable para lograr una gestión estratégica con éxito. De manera específica, el engagement contribuye a que los colaboradores se sientan vinculados, autoeficaces, dedicados comprometidos y den la milla extra en sus labores, esto le permite a la empresa retener al personal (...) Además, al establecer una gestión estratégica del engagement, las organizaciones contarán con profesionales claves que ayudarán a posicionar a la compañía y emerger, a pesar de la crisis o los cambios acelerados provenientes del entorno donde operan (Empléate, 2016).

Un beneficio que brinda el engagement según Gallup (citado por Vila, Álvarez y Castro, 2015), es poder conseguir un mayor número de clientes y crecer en el mercado. Para ello, detalla que las empresas primero deben ganarse los corazones y mente de sus empleados.

2.3.2. Origen del engagement

El origen del engagement se da paulatinamente con el inicio de la Psicología positiva, ya que con este, se impulsa el estudio de temas que ayuden a incrementar el desarrollo personal y profesional de las personas.

Algunos autores como Maslach y Leiter (1997) mencionan que su origen se basa como contraparte del síndrome de burnout, en donde indican que la presencia del primero significa la ausencia del segundo en una relación directa y proporcional; no obstante, para Schaufeli et al. (2002), el engagement no es una oposición directa al burnout, sino más bien es independiente y, está caracterizado por sus tres componentes (citado por Flores, Fernández, Juárez, Merino, y Guimet, 2015).

2.3.3. Factores del engagement

El engagement está compuesto por varios factores, los mismos que permiten su desarrollo.

2.3.3.1. Factores personales

También conocido como recursos personales. Al respecto, Cárdenas y Jaik (2014) mencionan que estos recursos son: “mecanismos motivacionales que relacionan y comprometen a las personas con su trabajo, entre ellos pueden identificarse cuatro recursos personales importantes vinculados con el

engagement: características personales, conductas en el trabajo, autoeficacia y capital psicológico y resiliencia” (p. 61).

Además, explican los componentes de los cuatro recursos. Las características personales hacen referencia a los rasgos individuales que poseen algunas personas; los factores psicológicos están compuestos por tres elementos propios del engagement: vigor, dedicación y absorción; la autoeficacia y el capital psicológico se refiere a la autopercepción del colaborador para con su empresa y a su optimismo, incluyendo dos aspectos: la autopercepción positiva y el capital psicológico: y finalmente, la resiliencia que es considerada por Bakker y Leiter (2010) como la perseverancia para buscar soluciones a los obstáculos y/o dificultades que se puedan presentar (citado por Cárdenas y Jaik, 2014).

2.3.3.2. Factores organizacionales

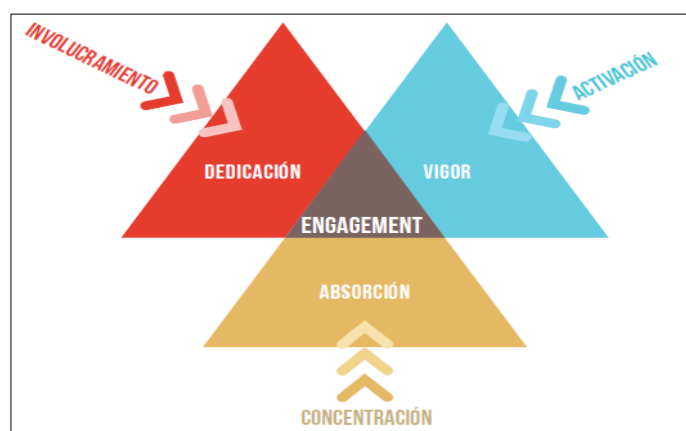
Conocido también como recursos organizacionales o laborales que se relaciona con el engagement, Salanova y Schaufeli (2009) los definen como:

Aquellos recursos que tienen la función de ser motivadores intrínsecos, porque fomentan el crecimiento personal y profesional de los empleados, su aprendizaje y su desarrollo. Pero también pueden desempeñar el papel de motivadores extrínsecos porque son instrumentos fundamentales para el logro de los objetivos de trabajo (citado por Cárdenas y Jaik, 2014, p. 67).

2.3.4. Dimensiones del engagement

El engagement presenta tres dimensiones o subcomponentes, los mismos que fueron propuestos y desarrollados por Schaufeli y Bakker en el 2003; y las describen en la Escala de Utrecht.

- a. **Vigor:** Hace referencia a altos niveles de energía y adaptabilidad mental durante largas horas de trabajo y está influenciada por un gran deseo de aportar mayores esfuerzos hacia las tareas encomendadas y persistencia hacia las dificultades (Schaufeli y Bakker, 2003).
- b. **Absorción:** Esta dimensión implica un alto nivel de concentración e inclusión con las tareas diarias del trabajo; entendiéndose por esto que el empleado pierde la noción del tiempo por encontrarse disfrutando de dichas labores (Schaufeli y Bakker, 2003).
- c. **Dedicación:** Finalmente, esta dimensión genera en el empleado una sensación de conexión, complicidad, orgullo y entusiasmo hasta convertir las tareas de su cargo en una especie de reto para sí mismo (Schaufeli y Bakker, 2003).



Fuente: Innovum FCH, 2015.

Figura 1. Dimensiones del Engagement laboral

2.3.5. Modelos teóricos del engagement

En las investigaciones del engagement hay varios modelos y teorías que explican este constructo y que a su vez están comprendidas por subelementos que ayudan a que sean entendidas de una manera más amplia.

2.3.5.1. Teoría del rol

Como su nombre lo dice, esta teoría explica la vinculación que puede llegar a existir entre el colaborador y su puesto, específicamente con el rol que se desarrolla.

Según Kahn y otros (1964) esta teoría sostiene que los individuos en sus organizaciones ocupan puestos y con dichos puestos se vinculan a un conjunto de actividades. Este conjunto de actividades, incluyendo las interacciones constituyen el rol de cada individuo (citador por Gaynor, 2006). En palabras de Kahn, los individuos experimentan una relación con su roles de trabajo y esta se basa en la motivación.

2.3.5.2. Modelo estructural

Este modelo surge a partir del Modelo tridimensional de burnout. Al respecto Maslach y Leiter (1997) explican en este modelo que el engagement se caracteriza por energía, participación y eficacia en el lugar de trabajo, los polos opuestos de las tres dimensiones del burnout (citado por Silva y Vivas, 2016).

En resumen, en este modelo se plantea que el engagement nace como contraparte del burnout y que cada dimensión es contraria a las del burnout.

2.3.5.3. Teoría de la conservación de recursos COR

Hobfoll en el año 2011 (citado en Silva y Vivas, 2016) explica en este modelo como los individuos afrontan el estrés a través de recursos, presentando al individuo como un gestor de sus propios recursos entendiéndose como recursos materiales, personales, sociales y energéticos.

Es decir, que las personas van a desarrollar algunos mecanismos (recursos) para hacer frente al estrés.

2.3.5.4. Modelo de intercambio social

La teoría de intercambio social – SET, brinda una base teórica para tratar de explicar el por qué los empleados deciden comprometerse con su trabajo, según argumentó Saks en el 2006, esto es una forma para que las personas reembolsen a su organización. Es decir, los empleados elegirán comprometerse con su empresa a diferentes grados y en respuesta a los recursos que reciban por parte de la misma; por lo tanto, se sentirán en la obligación de responder con mayores niveles de engagement (citado por ArunKumar y Renugadevi, 2013).

Partiendo de esta teoría, se podría mencionar que los empleados experimentarían mayor engagement dependiendo de los recursos que esta le brinde; a mayor recurso que brinde la empresa mayor sería el engagement.

2.3.6. Modelo de demandas y recursos laborales

Es una de las teorías más aceptadas por los investigadores al momento de describir el engagement.

En esta teoría se explica cómo es que estos dos factores, las demandas y recursos laborales, tienen efectos en el estrés laboral y la motivación. Asimismo, esta teoría propone que: “mientras que los empleados quemados [que experimentan burnout] pueden crearse más demandas laborales de empleo a lo largo del tiempo, los trabajadores con engagement movilizan sus propios recursos laborales para mantener altos niveles del mismo” (citado por Fujii, 2017).

Bakker, Demerouti y Euwema (2005 y 2008) mencionan que esta teoría se utiliza para predecir el engagement laboral, el burnout, la conexión con el trabajo, el compromiso organizacional y el rendimiento laboral (citado por Silva y Vivas, 2016).

Con esta teoría, es viable poder comprender, explicar y también llegar a pronosticar el bienestar de los empleados y el rendimiento en su organización, según lo propuesto por Bakker y Demerouti (2013); también mencionan que la popularidad de esta teoría se debe a dos factores: flexibilidad y dos procesos.

En relación con esto último, Bakker y Demerouti (2013) mencionan que esta teoría es flexible puesto que podría ser aplicada a todos los entornos de trabajo y profesiones. Demerouti et al (2001) mencionan que las demandas laborales aluden a aspectos organizacionales o sociales del trabajo que exigen esfuerzo psicológico y físico, y al respecto, Meijman y Mulder (1998) hacen referencia en la carga y presión laboral: cuando la persona se enfrenta a estas exigencias para mantener un nivel de desempeño esperado y no consigue recuperarse del esfuerzo adecuadamente (citado por Silva y Vivas, 2016).

El otro factor de esta teoría son los dos procesos que: “son conocidos como: proceso de deterioro de la salud (energético) y proceso motivacional”. Autores como Bakker, Demerouti y Schaufeli (2003) enuncian que las demandas laborales por lo general son predictores principales de variables como el agotamiento o problemas psicosomáticos. Mientras que los recursos suelen ser predictores de la satisfacción laboral, motivación y engagement, descrito por Bakker et al en el 2007 (citado por Silva y Vivas, 2016).

2.3.7. Engagement laboral

El engagement laboral es básicamente el involucramiento con la organización en la que trabajamos; es decir, estar comprometidos con nuestra empresa, con nuestra posición y con nuestras funciones.

English (s.f.) en el estudio “Engagement: el desafío de comprometer a los empleados” nos indica que las compañías que ponen en práctica soluciones de engagement pueden experimentar hasta un 50% de mayor retorno para sus accionistas. También se ha comprobado que inducen una mejora en la productividad que puede llegar al 30% por sobre los índices de las empresas sin este tipo de planes. Y en ocasiones llevan a que las ventas se incrementen 50%.

Marcelo Borlando, director de Brands With Fans (BWF), sostiene que una clave para generar el compromiso de los empleados hacia la marca es crear programas que provoquen fascinación, diseñando experiencias y contenidos que provean cercanía con la empresa. Añade que cada organización tiene sus propias características, de modo que no hay una única

receta y que el engagement se obtiene con ideas que llevan a acciones adaptadas a la particularidad de la empresa (Citado por English, s.f.).

Adicionalmente, Penta Consultoría (2017) nos menciona los beneficios de invertir en el engagement laboral. Destacando los siguientes puntos:

1. Aumento en la productividad: Un empleado engaged (que experimenta engagement) presenta una alta motivación, demostrándolo en una mejora en su calidad de trabajo, en su disminución de ausentismo y brindar más de lo que se espera de él.
2. Disminución en la rotación del personal: Cuando un empleado experimenta engagement (engaged), se siente reconocido por sus jefes, siente que su trabajo tiene valor y aporta en la empresa, y por ende genera un sentido de pertenencia que hace que quiera estar en ese lugar porque se siente parte de algo mucho más grande.
3. Aumento en la calidad del servicio del cliente: Los empleados engaged presentan una mayor disposición y más actitudes positivas frente a su trabajo, lo que favorece para que estén más atentos a escuchar las necesidades de sus clientes, brindándoles la atención y empatía que ellos necesitan.
4. Aumento en las ventas: El aumento en la calidad al servicio al cliente tiene una alta relación con la cantidad de ventas que se logran cerrar de manera exitosa, y por otro lado, se generan promotores de la marca, garantizando de esta manera referido, ventas recurrentes y aliados en futuros negocios.

5. Innovación de productos / servicios: Cuando los empleados se involucran de manera voluntaria con su organización realizan esfuerzos adicionales para hacer que esta crezca, desarrollando procesos creativos e investigan como optimizar los procesos existentes, y a su vez, ofrecen mejores productos y/o servicios hacia un cliente que realmente les importa.

De lo descrito anteriormente, coincido en resaltar la importancia de poder desarrollar el engagement en el ámbito laboral; ya que su desarrollo impulsará a que los empleados den la milla adicional en su puesto y funciones, por la simple razón de que han adoptado los objetivos estratégicos de sus empresas como si fueran las suyas.



Fuente: Innovum FCH, 2015.

Figura 2. Beneficios del Engagement laboral

3. Método

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es no experimental (porque no se manipularon las variables), descriptiva – correlacional (porque busca analizar si el aumento o disminución de una variable coincide con el aumento o disminución de otra variable) - comparativo (en tanto que se pretende comparar si existen diferencias en la felicidad de los colaboradores que tienen alto y bajo engagement laboral) y transaccional porque los datos se recolectaron y analizaron en un momento único (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

La investigación cuantitativa “es secuencial y probatorio (...) usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.4).

3.2. Ámbito temporal y espacial

La investigación se realizó en las instalaciones de una empresa del rubro financiero con oficina principal ubicada en el distrito de San Isidro y Cercado de Lima, durante el mes de setiembre del año 2018.

3.3. Variables

3.3.1. Variable 1: Felicidad

Definición conceptual:

La felicidad es definida por Alarcón (2009) en los siguientes términos:

Es un estado de satisfacción, más o menos duradero, que experimenta subjetivamente el individuo en posesión de un bien deseado (...) es un

sentimiento de satisfacción que vivencia una persona, y solo ella, en su vida interior; el componente subjetivo individualiza la felicidad entre las personas (p.137).

Definición operacional:

La felicidad se medirá con la Escala de la Felicidad propuesta por Reynaldo Alarcón, la cual está conformada por 4 factores: el Sentido positivo de la vida, la Satisfacción con la vida, la Realización personal y la Alegría de vivir.

3.3.2. Variable 2: Engagement laboral

Definición conceptual:

El engagement laboral es definido por Schaufeli, Salanova, González – Roma y Bakker (citado en Schaufeli y Bakker, 2003) como:

Un estado mental activo y positivo de realización relacionado con el trabajo, que se caracteriza por vigor, dedicación y absorción. Más que un estado específico y momentáneo, es un estado cognitivo, emocional y de comportamiento propio del trabajador que se dirige hacia el bienestar organizacional (p. 103). También muchos profesionales conceptualizan el engagement como una “vieja terminología en un nuevo envase” (p. 12).

Definición operacional:

El engagement laboral se medirá con la Escala Utrecht de Engagement en el trabajo – UWES, propuesto por Schaufeli y Bakker, la cual está conformada por 3 componentes propuestos por ellos; vigor, dedicación y absorción.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

La población estuvo constituida por trabajadores de ambos sexos de una empresa del rubro financiero destacados en la oficina principal (San Isidro), oficina de canales alternos (telemarketing y banca telefónica - centro de Lima) y 20 sucursales a nivel nacional. Aunque su población laboral total esté conformada por 980 trabajadores, para la presente investigación se limitó a estudiar la felicidad y engagement laboral del personal administrativo que comprende 610 trabajadores.

El término población “es un conjunto definido, limitado y accesible del universo que forma el referente para la elección de la muestra. Es el grupo al que se intenta generalizar los resultados” (Buendía, Colás y Hernández, 1998, p.28).

3.4.2. Muestra

“La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.173).

La muestra estuvo constituida por 181 trabajadores; 90 hombres y 91 mujeres, pertenecientes a las distintas gerencias administrativas del banco. En las variables observadas se obtuvo que en su mayoría según el año de permanencia, la mayor parte de trabajadores tenía más de 3 años laborando en la empresa; según el nivel de mando la mayoría era de mandos medios (asistentes, analistas); y según el área de trabajo, la mayor parte estuvo conformada por trabajadores de la Gerencia de Administración y Finanzas. La distribución completa de las características demográficas se encuentra en la Tabla 1.

Se utilizó el método de muestreo no probabilístico porque la selección de la muestra es a criterio de la investigadora, teniendo en cuenta algunos criterios de inclusión y exclusión. El tipo de muestreo fue no probabilístico por conveniencia debido a que los trabajadores seleccionados aceptaron participar de manera voluntaria. Según Otzen y Manterola (2017), este tipo de muestreo “permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (p.230).

Criterios de Inclusión:

- Edad: Mayor de 20 años de edad.
- Trabajadores que pertenezcan a las gerencias administrativas del banco.
- Trabajadores que acepten participar de la investigación.

Criterios de Exclusión:

- Edad: Menores de 20 años de edad.
- Trabajadores que no pertenezcan a las gerencias administrativas del banco.
- Colaboradores que no se encuentren trabajando (vacaciones, descanso médico, suspendidos).
- Trabajadores contratados por terceros.
- Trabajadores que no hayan completado las dos encuestas.

Tabla 1

Datos descriptivos del personal administrativo participante

Características		Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Femenino	91	50.3
	Masculino	90	49.7
Tiempo de permanencia	Menos de 2 años	58	32
	Entre 2 a 3 años	55	30.4
	Más de 3 años	68	37.6
Nivel de mando	Operativos	38	21
	Mandos medios	89	49.2
	Mandos altos	36	19.9
	Alta dirección	18	9.9
Área de trabajo	Administración finanzas	y 25	13.8
	Canales Digitales	22	12.2
	Gestión Humana	19	10.5
	Infraestructura	13	7.2
	Inteligencia Comercial	22	12.2
	Procesos y Lean	19	10.5
	Riesgo Operacional	23	12.7
	Proyectos de TI	24	13.3
	Gestión de Clientes	14	7.7

3.5. Instrumentos

Para la presente investigación se administró la Escala de la Felicidad y el Cuestionario UWES, *Utrecht Work Engagement Scale*.

Cabe mencionar, que algunos reactivos están expresados en forma negativa, por lo que fue necesario revertirlos en el momento de calificarlos.

3.5.1. Escala de la Felicidad

Ficha técnica:

Nombre: Escala de la Felicidad (*Factorial Scale for the measurement of happiness*)

Origen: Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú.

Autor: Reynaldo Alarcón. Profesor investigador de la Universidad Ricardo Palma. Lima, Perú.

Nº de Ítems: 27 contruidos según una escala de tipo Likert, de cinco alternativas: *Totalmente de acuerdo; Acuerdo; Ni acuerdo ni desacuerdo; Desacuerdo y Totalmente en desacuerdo.*

Dimensiones identificadas: 1. Sentido positivo de la vida; 2. Satisfacción con la vida; 3. Realización personal, y 4. Alegría de vivir.

Baremos y Normas: Provisionales, construido a partir de los criterios de puntajes máximos y mínimos.

Reynaldo Alarcón autor de la Escala de la Felicidad de Lima, creó este instrumento en el año 2006. Las puntuaciones se calculan en una escala tipo Likert atribuyéndole 5 puntos al nivel más alto de felicidad y 1 punto al nivel más bajo de felicidad (Alarcón, 2006). En el análisis factorial propuesto por él, se logra identificar cuatro dimensiones subyacentes al constructo felicidad.

La dimensión Sentido positivo de la vida (11 ítems) hace referencia a que la felicidad significa estar libre de estados depresivos profundos, tener sentimientos positivos hacia sí mismo y hacia la vida. La dimensión Satisfacción con la vida (6 ítems) expresa satisfacción por lo que se ha alcanzado y la persona cree que está en donde tiene que estar, o porque se encuentra muy cerca de alcanzar el ideal de su vida. En la dimensión Realización personal (6 ítems) los reactivos manifiestan lo que podríamos llamar felicidad plena y no estados temporales del “estar feliz”. Finalmente, la dimensión Alegría de vivir (4 ítems) señala lo maravilloso que es vivir, refiere experiencias positivas de la vida y sentirse generalmente bien (Alarcón, 2006, p. 104).

La validez del instrumento se realizó mediante la correlación de Pearson. Se aplicó la validez Ítems – Total test e Ítems – Total Dimensión. Al visualizar la validez interna de los ítems con su puntaje, las correlaciones ítem – test mostradas en la Tabla 4, se observa que en general fueron valores altos a excepción del ítem 27 que alcanzó un valor de .468, mientras que los demás ítems oscilan entre .506 a .785, lo cual indica un nivel alto de correlación. Los resultados se presentan en las siguientes tablas.

Tabla 2

Resultados de la Validez de la Escala de la felicidad

Ítems	rit	Ítems	rit
1. En la mayoría de las cosas, mi vida está cerca de mi ideal	.635**	15. Soy una persona optimista.	.693**
2. Siento que mi vida está vacía.	.691**	16. He experimentado la alegría de vivir.	.630**
3. Las condiciones de mi vida son excelentes.	.603**	17. La vida ha sido injusta conmigo.	.722**
4. Estoy satisfecho con mi vida.	.730**	18. Tengo problemas tan hondos que me quitan la tranquilidad	.714**
5. La vida ha sido buena conmigo	.558**	19. Me siento un fracasado.	.716**
6. Me siento satisfecho con lo que soy.	.690**	20. La felicidad es para algunas personas, no para mí.	.709**
7. Pienso que nunca seré feliz.	.648**	21. Estoy satisfecho con lo que hasta ahora he alcanzado.	.658**
8. Hasta ahora he conseguido las cosas que para mí son importantes	.648**	22. Me siento triste por lo que soy.	.785**
9. Si volviera a nacer no cambiaría casi nada de mi vida.	.533**	23. Para mí, la vida es una cadena de sufrimientos.	.601**
10. Me satisfecho porque estoy donde tengo que estar.	.626**	24. Me considero una persona realizada.	.647**
11. La mayoría del tiempo no me siento feliz.	.666**	25. Mi vida transcurre plácidamente.	.660**
12. Es maravilloso vivir.	.606**	26. Todavía no he encontrado sentido a mi existencia.	.722**
13. Por lo general, me siento bien.	.738**	27. Creo que no me falta nada.	.468**
14. Me siento inútil.	.506**		

Nota. rit. Correlaciones ítem-test. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral)

En la tabla 2 se muestra la validez de la Escala de la felicidad; esto mediante la correlación de Pearson respecto a cada uno de los ítems con el total de la escala, en dónde se observa que entre los ítems existe una correlación significativa.

Tabla 3

Correlación ítems- dimensiones de la Escala de la felicidad de Lima

Sentido Positivo de la vida		Satisfacción con la vida		Realización Personal		Alegría de vivir	
Ítem 2	.723**	Ítem 1	.742**	Ítem 8	.729**	Ítem 12	1
Ítem 7	.754**	Ítem 3	.691**	Ítem 9	.681**	Ítem 13	.580**
Ítem 11	.637**	Ítem 4	.834**	Ítem 21	.715**	Ítem 15	.497**
Ítem 14	.594**	Ítem 5	.632**	Ítem 24	.769**	Ítem 16	.572**
Ítem 17	.734**	Ítem 6	.791**	Ítem 25	.727**		
Ítem 18	.791**	Ítem 10	.732**	Ítem 27	.668**		
Ítem 19	.783**						
Ítem 20	.803**						
Ítem 22	.852**						
Ítem 23	.719**						
Ítem 26	.760**						

Los resultados de la tabla 3, exponen la validez de los ítems con su respectiva dimensión, la cual está conformada por el Sentido positivo de la vida, Satisfacción con la vida, Realización personal y la Alegría de vivir. En la misma se visualiza que existe una correlación positiva en los ítems con su dimensión por encima de .497**

Se realizó la confiabilidad del instrumento a través del Alfa de Cronbach obteniendo .945 lo cual indica que la consistencia de la prueba es altamente confiable en la muestra. Asimismo, la confiabilidad de los factores del presente estudio fue .913, .830, .799 y .838, para Sentido positivo de la vida, Satisfacción

con la vida, Realización personal y Alegría de vivir respectivamente (ver tabla 4).

Tabla 4

Confiabilidad de la Escala de la felicidad total y dimensiones

Felicidad total - Dimensiones	Nro. de ítems	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach estandarizado
Sentido positivo de la vida	11	.913	.918
Satisfacción con la vida	6	.830	.832
Realización personal	6	.799	.811
Alegría de vivir	4	.838	.840
Felicidad Total	27	.945	.948

Los resultados de la tabla 4 , muestran el Alfa de Cronbach obtenido de la Escala de la Felicidad de Lima, la cual alcanzó un nivel alto de confiabilidad .945 de la escala total y los valores obtenidos de las cuatro dimensiones son mayores a .799 (poseen alta confiabilidad), lo que nos indica que presenta consistencia interna.

3.5.2. Escala Utrecht de engagement en el trabajo

Ficha técnica:

Nombre: *Utrecht Work Engagement Scale (UWES – 17)*.

Autor: Wilmar Schaufeli y Arnold Bakker (2003).

Adaptación: Ritzy Cárdenas (2016)

Institución: Universidad Cesar Vallejo.

Administración: colectiva o individual dependiendo del uso del instrumento.

Duración: De 5 a 10 minutos.

Significación de la prueba: El cuestionario tiene como finalidad identificar el nivel de compromiso en los trabajadores como también identificar el nivel de sus dimensiones.

Características: Consta de 17 ítems, los cuales puntúan en una escala de tipo Likert de 7 puntos donde *0 es nunca, 1 casi nunca, 2 algunas veces, 3 regularmente, 4 bastante veces, 5 casi siempre y 6 que es siempre.*

Esta escala suele usarse en el ámbito organizacional, especialmente por profesionales que se desempeñan como expertos en prevención de riesgos laborales o del departamento de Recursos Humanos de las empresas.

Puede ser aplicable a adolescentes y adultos con edades comprendidas entre los 19 y 58 años, siendo estos trabajadores hombres o mujeres de diferentes ocupaciones y sectores socio- económicos. Al participante se le entrega el cuestionario impreso, en el cual marca sus respuestas. Respecto a la puntuación se califica de manera manual. Esta escala evalúa el nivel de Engagement y posee como estructura factorial 3 subcomponentes: vigor, dedicación y absorción.

Los autores Schaufeli et al (como se citó en Schaufeli y Bakker, 2003), indican que el vigor se caracteriza por una gran voluntad de dedicar el esfuerzo al trabajo y la persistencia ante las dificultades. La dedicación se refiere a estar fuertemente involucrado en el trabajo y experimentar una sensación de entusiasmo, inspiración, orgullo, reto y significado. La absorción se caracteriza por estar totalmente concentrado y felizmente inmerso en el trabajo, de tal

manera que el tiempo pasa rápidamente y se experimenta desagrado por tener que dejar el trabajo (p. 6).

La validez del instrumento se realizó mediante la correlación de Pearson. Se aplicó la validez Ítems – Total test e Ítems – Total Subcomponente. Al visualizar la validez interna de los ítems con su puntaje, las correlaciones ítem – test mostradas en la tabla 5, se observa que en general fueron valores altos a excepción del ítem 16 que alcanzó un valor de .445, mientras que los demás ítems oscilan entre .514 a .799, lo cual indica un alto nivel.

Tabla 5

Resultados de la Validez de la Escala Utrecht de Engagement en el trabajo

Ítems	rit	Ítems	rit
1. En mi trabajo me siento lleno de energía.	.771**	10. Estoy orgulloso del trabajo que hago.	.742**
2. Mi trabajo está lleno de significado y propósito.	.744**	11. Estoy inmerso en mi trabajo.	.760**
3. El tiempo vuela cuando estoy trabajando.	.597**	12. Puedo continuar trabajando durante largos períodos de tiempo.	.719**
4. Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo.	.745**	13. Mi trabajo es retador	.768**
5. Estoy entusiasmado con mi trabajo.	.784**	14. Me “dejo llevar” por mi trabajo.	.626**
6. Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mí.	.514**	15. Soy muy persistente en mi trabajo.	.740**
7. Mi trabajo me inspira.	.799**	16. Me es difícil ‘desconectarme’ de mi trabajo.	.445**
8. Cuando me levanto por las mañanas tengo ganas de ir a trabajar.	.741**	17. Incluso cuando las cosas no van bien, continuo trabajando.	.574**
9. Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo.	.653**		

Nota. Rit: Correlaciones ítem-test. **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Los resultados de la tabla 5 nos presentan la validez de la Escala Utrecht de Engagement en el trabajo; esto mediante la correlación de Pearson respecto a cada uno de los ítems con el total de la escala, en dónde se visualiza que entre los ítems existe una correlación significativa.

Tabla 6

Correlación ítems- subcomponentes de la Escala de Utrecht de engagement

Vigor		Absorción		Dedicación	
Ítem 1	.777**	Ítem 3	.599**	Ítem 2	.834**
Ítem 4	.775**	Ítem 6	.689**	Ítem 5	.894**
Ítem 8	.771**	Ítem 9	.688**	Ítem 7	.905**
Ítem 12	.782**	Ítem 11	.731**	Ítem 10	.834**
Ítem 15	.789**	Ítem 14	.745**	Ítem 13	.798**
Ítem 17	.680**	Ítem 16	.647**		

Los resultados de la tabla 6, exponen la validez ítems - total subcomponente Vigor, Dedicación y Absorción, donde se puede apreciar que existe una correlación positiva relativamente alta por encima de .599.

La confiabilidad total de la prueba fue .926 y de los tres subcomponentes en la presente investigación fueron .849, .906 y .766 para Vigor, Dedicación y Absorción respectivamente.

Tabla 7

Confiabilidad de la Escala Utrecht de engagement laboral total y subcomponentes

Engagement total - Subcomponentes	Nro. de ítems	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach estandarizado	
Vigor	6	.849	.856	
Dedicación	5	.906	.907	
Absorción	6	.766	.773	Los
Engagement Total	17	.926	.931	resultados

de la tabla 7, muestran la consistencia interna total de la Escala Utrecht de Engagement en el trabajo, la cual alcanzó un nivel alto de confiabilidad .926. Asimismo, se observa la confiabilidad obtenida de los tres subcomponentes, los mismos que poseen una alta confiabilidad. Todos los valores son mayores a .766.

3.6. Procedimientos

La investigación se desarrolló en diversas fases o etapas:

En la primera fase de la presente investigación se procedió a planificar las actividades que se realizarían. Asimismo, a recolectar la información para el marco teórico.

La segunda fase estuvo comprendida del trabajo en campo. En esta etapa se definió el lugar de aplicación y se coordinó las fechas con el área encargada. Una vez seleccionada la muestra se procedió a la aplicación de las escalas. Las encuestas fueron aplicadas de manera virtual; a través de la plataforma Google Forms, teniendo como plazo 1 semana para poder desarrollarlas, y de manera presencial; en oficinas administrativas donde se aplicó la encuesta en grupos pequeños utilizando salas reservadas. Las encuestas se entregaron en un sobre y de igual manera fueron recogidas.

En la tercera fase se procedió al análisis estadístico de los datos obtenidos. Finalmente, se elaboró el análisis estadístico de la correlación entre las variables de estudio. Asimismo se realizó la interpretación e integración de los datos obtenidos, constatándolos con el marco teórico.

3.7. Análisis de datos

La investigación pertenece a un enfoque cuantitativo, por lo tanto, el método de análisis de datos que se empleó fueron programas estadísticos.

3.7.1. Análisis de la confiabilidad de los instrumentos empleados

Primero se verificó la confiabilidad de los instrumentos aplicados en la investigación. Se realizó la sumatoria por dimensiones y/o componentes en cada una de las escalas, tomando en cuenta que algunos reactivos estaban expresados en forma inversa, por lo que previamente fueron invertidos antes de la calificación. Después se hizo la sumatoria general por escala y los resultados de las escalas fueron procesados en un software libre obteniéndose los estadísticos.

Se utilizó la consistencia interna del Alfa de Cronbach obteniéndose la confiabilidad total de los instrumentos. Magnusson (1978) indica que “la confiabilidad se refiere a la exactitud con que un instrumento de medida mide lo que mide” (Citado por Quero, 2010, p.249).

3.7.2. Análisis descriptivos y de correlación de las variables

Una vez obtenido el total de la muestra de las escalas, se procedió con el procesamiento de los datos. Posterior a ello se realizó los descriptivos de las variables de la muestra, para lo cual se aplicó las pruebas de normalidad (KS

y SW) para determinar la distribución de la muestra y con ello se decidió que prueba paramétrica o no paramétrica se aplicaría.

Se realizó la correlación de las variables utilizando el estadístico de Spearman para determinar la relación de la felicidad y el engagement laboral. Asimismo, para realizar la comparación de la felicidad según el sexo se aplicó la U de Mann – Whitney y el coeficiente de H de Kruskal – Wallis para compararlo según el tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo.

Para la comparación del engagement laboral según el sexo se aplicó la T de Student, para el tiempo de permanencia y nivel de mando se usó la prueba Anova y finalmente para compararlo según el área de trabajo se aplicó el coeficiente de H de Kruskal – Wallis.

4. Resultados

A continuación se presentan los resultados de correlación, descriptivos y comparativos que van de acuerdo a los objetivos planteados en la presente investigación.

4.1. Determinación de la relación de la felicidad y el engagement laboral

En la tabla 8 se muestra el estadístico de Kolmogorov-Smirnov. El resultado de la escala de la felicidad es .001 lo que indica que no hay normalidad en su distribución mientras que la distribución de la escala de engagement es .200 indicando con ello que si hay normalidad; por lo tanto, se utilizará una prueba no paramétrica para determinar la relación que existente entre ambas variables.

Tabla 8

Análisis de la prueba Kolmogorov-Smirnov entre la Felicidad y Engagement laboral

K-S	Felicidad	Engagement Laboral
N	181	181
Estadístico de prueba	0.09	0.045
Sig. asintótica (bilateral)	0.001	.200*

Nota. $p < .05$ no hay normalidad y $p > .05$ hay normalidad

Como se observa en la figura 1, la dispersión entre ambas variables indica que existe una correlación positiva moderada y significativa entre la felicidad y el engagement laboral ($p < .001$), siendo el coeficiente rho de Spearman .436**. El tamaño del efecto es .19, mediano efecto; y la potencia de la prueba es .99.

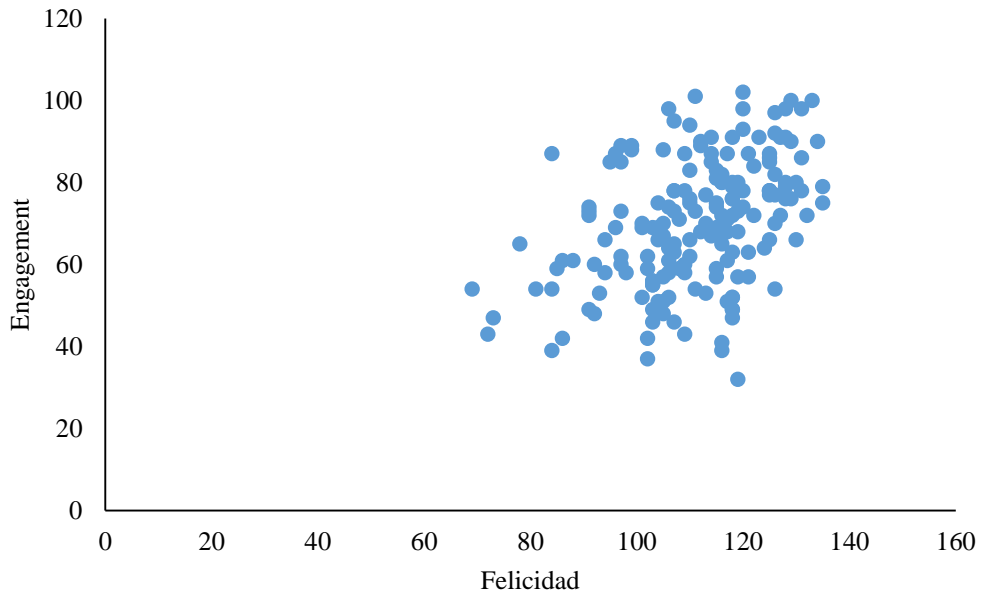


Figura 3. Diagrama de dispersión entre la felicidad y el engagement laboral

4.2. Descripción de los niveles de felicidad en los trabajadores de una empresa del rubro financiero

En los resultados de la tabla 9 se muestran las frecuencias y porcentajes de la felicidad percibida por trabajadores de una empresa del rubro financiero, los cuales indican que la mayor proporción, el 51.4% de los trabajadores son felices (feliz y altamente feliz) en comparación al 25.4 % de trabajadores que son infelices.

Tabla 9

Frecuencias y porcentajes de los niveles de la felicidad de los trabajadores

Niveles de Felicidad	Frecuencia	Porcentaje
Infeliz	46	25.40%
Medianamente feliz	42	23.20%
Feliz	47	26%
Altamente feliz	46	25.40%

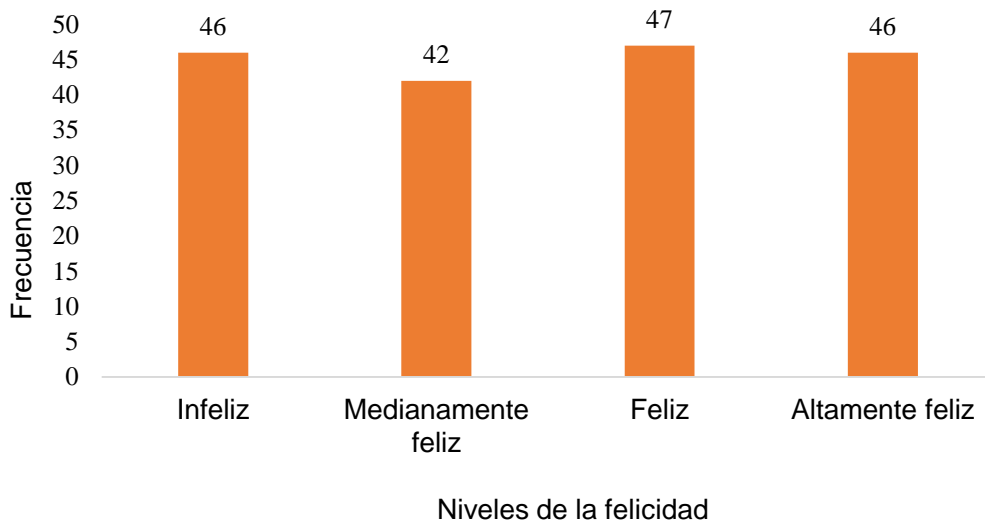


Figura 4. Frecuencias de los niveles de felicidad de los trabajadores

4.3. Descripción de los niveles de Engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero.

En la tabla 10 se presentan las frecuencias y porcentajes del engagement laboral percibido por los trabajadores de una empresa del rubro financiero, los cuales indican que el 35.4% experimentan un nivel promedio de engagement en comparación al 34.2 % que experimentan un bajo nivel de engagement.

Tabla 10

Frecuencias y porcentajes de los niveles del engagement laboral de los trabajadores

Niveles de Engagement laboral	Frecuencia	Porcentaje
Engagement bajo	62	34.20%
Engagement promedio	64	35.40%
Engagement alto	55	30.40%

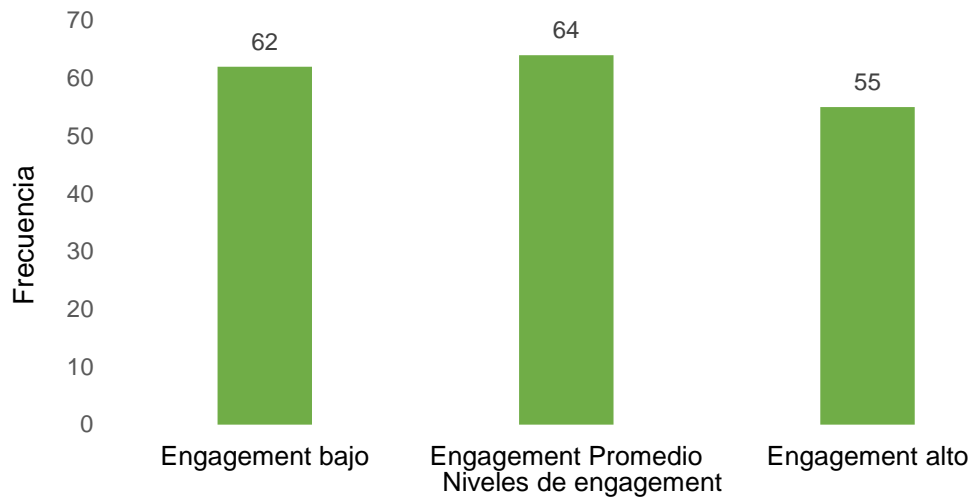


Figura 5. Frecuencias de los niveles del Engagement laboral de los trabajadores

4.4. Descripción de las frecuencias de la relación de los niveles de la felicidad con los niveles del engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero

En los resultados de la tabla 11 se observa que los trabajadores que sienten infelicidad presentan un nivel de engagement laboral bajo con una frecuencia de 29; cuando se sienten medianamente felices experimentan un nivel de engagement promedio con una frecuencia de 18 al igual que cuando se sienten felices, y cuando se sienten altamente felices el nivel de engagement que presentan es alto con una frecuencia de 25.

Tabla 11

Frecuencias de la relación de los niveles de Felicidad con los del Engagement laboral de los trabajadores

Niveles	Engagement bajo	Engagement promedio	Engagement alto	Total
Infeliz	29	10	7	46
Medianamente feliz	15	18	9	42
Feliz	15	18	14	47
Altamente Feliz	3	18	25	46

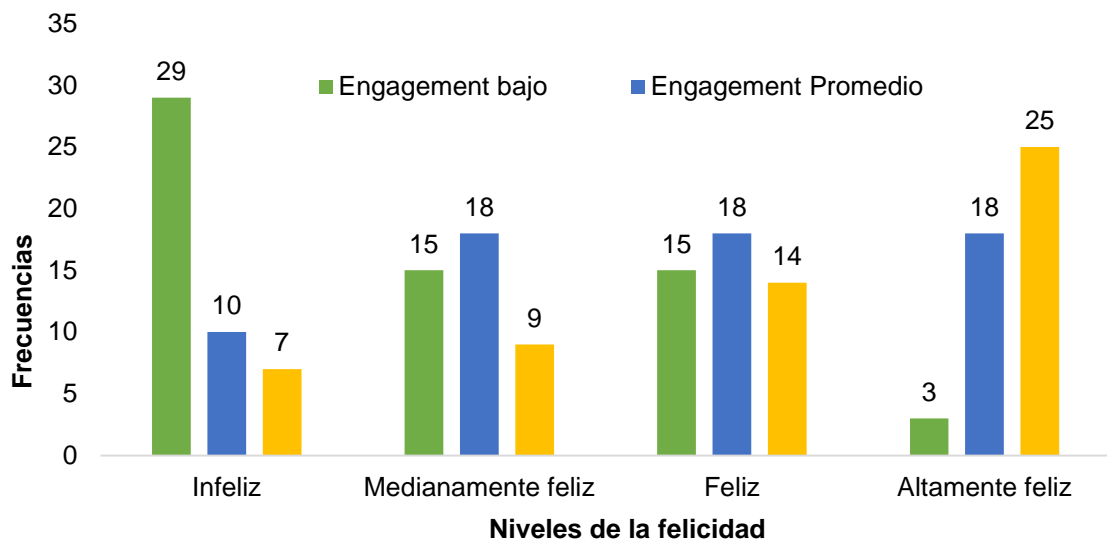


Figura 6. Frecuencias de la relación de los niveles de Felicidad con los del Engagement laboral de los trabajadores

4.5. Comparación de la felicidad en los trabajadores de una empresa del rubro financiero según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo

En la tabla 12 se muestra el estadístico de Kolmogorov-Smirnov. En el cual se observa que la distribución del sexo femenino es .001 indicando que no hay normalidad mientras que la distribución del sexo masculino es .073 indicando si hay normalidad; por lo tanto, se aplicará una prueba no paramétrica.

Tabla 12

Análisis de la prueba Kolmogorov-Smirnov de la Felicidad según el sexo de los trabajadores

Sexo de los participantes	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Femenino	0.129	91	0.001
Masculino	0.089	90	0.073

Nota. $p < .05$ no hay normalidad y $p > .05$ hay normalidad, gl=grados de libertad

Los resultados de la tabla 13 muestran los valores del coeficiente U de Mann – Whitney, el cual tiene un valor de .564, por lo cual, se concluye que no hay

diferencias significativas entre la felicidad que es percibida por el sexo femenino frente a la percibida por el sexo masculino.

Tabla 13

Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para comparar la Felicidad según el sexo de los trabajadores

Variables	Factor	Z	Significancia
Felicidad Sexo	U de Mann - Whitney	-0.576	.564

Nota. $p < .05$ hay significación y $p > .05$ no hay significación

En la tabla 14, se presenta el estadístico de Kolmogorov-Smirnov. En el cual se observa la distribución del tiempo de permanencia menor a 2 años es .200, indicando que sí hay normalidad al igual que los que tienen un tiempo de permanencia entre 2 a 3 años; mientras que los que tienen más de 3 años es .030, indicando con ello que no hay normalidad; por lo tanto, se aplicará una prueba no paramétrica.

Tabla 14

Análisis de la prueba Kolmogorov-Smirnov de la Felicidad según el tiempo de permanencia de los trabajadores

Tiempo de permanencia	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Menos de 2 años	.087	58	.200
Entre 2 a 3 años	.102	55	.200
Más de 3 años	.113	68	.030

Nota. $p < .05$ no hay normalidad y $p > .05$ hay normalidad, gl=grados de libertad

Los resultados de la tabla 15 exponen los valores del coeficiente H de Kruskal - Wallis, el cual tiene un valor de .283, por lo cual, se concluye que no hay diferencias

significativas entre la felicidad percibida por los trabajadores según el tiempo de permanencia.

Tabla 15

Análisis de la prueba H de Kruskal-Wallis para comparar la Felicidad según el tiempo de permanencia de los trabajadores

	Factor	gl	Significancia
Felicidad	H de Kruskal-Wallis	2	.283
Tiempo de permanencia			

Nota. $p < .05$ hay significación y $p > .05$ no hay significación, gl =grados de libertad

En la tabla 16 se observa el estadístico de Kolmogorov–Smirnov indica que la distribución de los trabajadores que tienen mandos medios, mandos altos y alta dirección presentan normalidad (.200) mientras que los que tienen un mando operativo no presentan normalidad (.029); por lo tanto, se aplicará una prueba no paramétrica.

Tabla 16

Análisis de la prueba Kolmogorov-Smirnov de la Felicidad según el nivel de mando de los trabajadores

Nivel de mando	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Operativos	.151	38	.029
Mandos medios	.066	89	.200
Mandos altos	.107	36	.200
Alta dirección	.131	18	.200

Nota. $p < .05$ no hay normalidad y $p > .05$ hay normalidad, gl =grados de libertad

Los resultados de la tabla 17 muestran los valores del coeficiente H de Kruskal - Wallis, el cual tiene un valor de .008 indicando con ello que si hay diferencias significativas entre la felicidad que perciben los trabajadores según el nivel de mando que tienen en la empresa.

Tabla 17

Análisis de la prueba H de Kruskal-Wallis para comparar la Felicidad según el nivel de mando de los trabajadores

Variables	Factor	gl	Significancia
Felicidad Nivel de mando	H de Kruskal- Wallis	3	.008

Nota. $p < .05$ hay significación y $p > .05$ no hay significación, gl =grados de libertad.

En la tabla 18 se observa que el estadístico de Shapiro – Wilk indica que hay distribución normal en las áreas Canales digitales, Gestión humana, Infraestructura, Procesos y Lean, Riesgo Operacional, Proyectos de TI y Gestión de Clientes con .087, .272, .583, .412, .436, .099 y .978 respectivamente; mientras que en las áreas de Administración y finanzas e Inteligencia comercial no hay normalidad con .015 y .031 respectivamente; por lo tanto, se aplicará una prueba no paramétrica

Tabla 18

Análisis de la prueba Shapiro – Wilk de la Felicidad según el área de trabajo de los trabajadores

Área de trabajo	Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Administración y Finanzas	.896	25	.015
Canales Digitales	.923	22	.087
Gestión Humana	.941	19	.272
Infraestructura	.949	13	.583
Inteligencia Comercial	.901	22	.031
Procesos y Lean	.951	19	.412
Riesgo Operacional	.959	23	.436
Proyectos de TI	.930	24	.099
Gestión de Clientes	.981	14	.978

Nota. $p < .05$ no hay normalidad y $p > .05$ hay normalidad, gl =grados de libertad

En los resultados de la tabla 19 se refleja que el valor del coeficiente H de Kruskal – Wallis es .136, lo cual muestra que no hay diferencias significativas en la felicidad que perciben los trabajadores según el área de trabajo en la cual laboran.

Tabla 19

Análisis de la prueba H de Kruskal-Wallis para comparar la Felicidad según el área de trabajo de los trabajadores

	Factor	gl	Significancia
Felicidad Área de trabajo	H de Kruskal- Wallis	8	.136

Nota. $p < .05$ hay significación y $p > .05$ no hay significación, gl =grados de libertad

4.6. Comparación del engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo

En la tabla 20, se muestra el estadístico de Kolmogorov-Smirnov, en la cual se observa que la distribución de puntuaciones de engagement laboral en ambos sexos de los participantes es .200, indicando que si hay ajuste a la normalidad y que es plausible aplicar la prueba paramétrica t de Student.

Tabla 20

Análisis de la prueba Kolmogorov-Smirnov del Engagement laboral según el sexo de los trabajadores

Sexo de los participantes	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Femenino	.076	91	.200
Masculino	.063	90	.200

Nota. $p < .05$ no hay normalidad y $p > .05$ hay normalidad, *gl*=grados de libertad

De acuerdo a la tabla 21, correspondiente a los valores del coeficiente t de Student para la variable engagement laboral, el cual tiene un valor de .491, se infiere que no hay diferencias significativas entre el engagement laboral que percibe el sexo femenino frente al percibido por el sexo masculino.

Tabla 21

Análisis de la prueba t de Student para comparar el Engagement laboral según el sexo de los trabajadores

Sexo de los trabajadores	T de Student				
	Media	DE	t	gl	Sig.
Femenino	69,58	16,138	-.691	179	.491
Masculino	71,17	14,677			

Nota: DE=Desviación Estándar; gl=grados de libertad; Sig.=significancia estadística

En la tabla 22, se expone el estadístico de Kolmogorov-Smirnov. En el cual se observa que la distribución según el tiempo de permanencia es .200 en los 3 rangos (menos de 2 años, entre 2 a 3 años y más de 3 años) indicando con ello que si hay normalidad en su distribución; por lo tanto, se utilizará una prueba paramétrica.

Tabla 22

Análisis de la prueba Kolmogorov-Smirnov del Engagement laboral según el tiempo de permanencia de los trabajadores

Tiempo de permanencia	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Menos de 2 años	.086	58	.200
Entre 2 a 3 años	.069	55	.200
Más de 3 años	.088	68	.200

Nota. $p < .05$ no hay normalidad y $p > .05$ hay normalidad, gl =grados de libertad

Los resultados de la tabla 23 presentan los valores del coeficiente Anova, el cual tiene un valor de .353, por lo cual, se concluye que no hay diferencias

significativas entre el engagement laboral percibido por los trabajadores según el tiempo de permanencia en su empresa.

Tabla 23

Análisis de la prueba Anova para comparar el Engagement laboral según el tiempo de permanencia de los trabajadores

	N	Media	Desv.	Desv.	95% del intervalo de confianza para la media		Mínimo	Máximo
			Desviación	Error	Límite inferior	Límite superior		
Menos de 2 años	58	72.48	15.319	2.011	68.45	76.51	39	100
Entre 2 a 3 años	55	68.29	13.864	1.869	64.54	72.04	39	98
Más de 3 años	68	70.25	16.604	2.013	66.23	74.27	32	102
Total	181	70.37	15.406	1.145	68.11	72.63	32	102

Prueba de homogeneidad de varianzas

		Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
Puntaje total; Engagement	Se basa en la media	1.469	2	178	0.233

Anova

		gl	F	Significancia
Engagement laboral	Tiempo de permanencia	2	1,049	.353

Nota. p<.05 no hay normalidad y p>.05 hay normalidad, gl=grados de libertad

En la tabla 24, se muestra el estadístico de Kolmogorov-Smirnov. En la cual se observa la distribución según el nivel de mando que tienen los trabajadores es .200 en los 4 rangos (operativos, mandos medios, mandos altos y alta dirección) indicando con ello que sí hay normalidad en su distribución; por consiguiente, se empleará una prueba paramétrica.

Tabla 24

Análisis de la distribución del Engagement laboral según el nivel de mando de los trabajadores

Nivel de mando	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Operativos	.108	38	.200
Mandos medios	.058	89	.200
Mandos altos	.081	36	.200
Alta dirección	.135	18	.200

Nota. $p < .05$ no hay normalidad y $p > .05$ hay normalidad, gl =grados de libertad

Los resultados de la tabla 25 muestran los valores del coeficiente Anova, el cual tiene un valor de .393, por lo cual, se puede inferir que no hay diferencias significativas entre el engagement laboral percibido por los trabajadores según el nivel de mando que tienen.

Tabla 25

Análisis de la prueba Anova para comparar el Engagement laboral según el nivel de mando de los trabajadores

	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error	95% del intervalo de confianza para la media		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Operativos	38	66.82	15.047	2.441	61.87	71.76	41	91
Mandos medios	89	71.71	15.082	1.599	68.53	74.88	32	100
Mandos altos	36	69.86	15.221	2.537	64.71	75.01	42	101
Alta dirección	18	72.28	17.999	4.242	63.33	81.23	37	102
Total	181	70.37	15.406	1.145	68.11	72.63	32	102

Prueba de homogeneidad de varianzas

		Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
Puntaje total Engagement	Se basa en la media	0.461	3	177	0.710

Variables		Anova		
		gl	F	Significancia
Engagement laboral	Nivel de mando	3	1,003	0.393

Nota.

$p < .05$ hay significación y $p > .05$ no hay significación, gl =grados de libertad

En la tabla 26, se muestra el estadístico de Shapiro – Wilk, el cual indica que hay normalidad en las áreas Administración y finanzas, Canales digitales, Gestión humana, Infraestructura, Inteligencia comercial, Procesos y Lean, Proyectos de TI y Gestión de Clientes con .725, .692, .158, .384, .934, .875, .736 y .824 respectivamente; mientras que en el área de Riesgo Operacional no hay normalidad con .033; por lo tanto, se aplicará una prueba no paramétrica.

Tabla 26

Análisis de la prueba Shapiro – Wilk de Engagement laboral según el área de trabajo de los participantes

Área de trabajo	Shapiro - Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Administración y Finanzas	.973	25	.725
Canales Digitales	.969	22	.692
Gestión Humana	.928	19	.158
Infraestructura	.934	13	.384
Inteligencia Comercial	.981	22	.934
Procesos y Lean	.975	19	.875
Riesgo Operacional	.905	23	.033
Proyectos de TI	.973	24	.736
Gestión de Clientes	.966	14	.824

Nota. $p < .05$ no hay normalidad y $p > .05$ hay normalidad, gl =grados de libertad

En los resultados de la tabla 27 se presenta el valor del coeficiente H de Kruskal – Wallis el cual tiene un valor de .067, por lo cual, se estima que no existen diferencias significativas en el engagement laboral que perciben los trabajadores según el área en la cual laboran.

Tabla 27

Análisis de la prueba H de Kruskal-Wallis para comparar el Engagement laboral según el área de trabajo de los participantes

	Factor	gl	Significancia
Engagement laboral	H de Kruskal-Wallis	8	.067
Área de trabajo			

Nota. $p < .05$ hay significación y $p > .05$ no hay significación. Gl=grados de libertad

5. Discusión

En el presente capítulo se procede a realizar el análisis y discusión de los resultados; para ello se trabajará con cada uno de los objetivos e hipótesis.

Con relación al objetivo general que se orienta a determinar la relación de la felicidad y el engagement laboral de los trabajadores de una empresa del rubro financiero y su hipótesis que presumía que existe relación entre la felicidad y el engagement laboral. Los resultados indican que existe una relación, positiva y moderada entre la felicidad y el engagement laboral en los trabajadores. Esto indicaría que a mayor felicidad, los trabajadores presentarían mayor engagement laboral; con ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Estos resultados concuerdan con los obtenidos por Davey (2017) quien estableció que si existe una relación entre la felicidad y el engagement, siendo esta, una correlación positiva, de nivel moderado bajo y muy significativa ($\rho=.349$, $p<.001$, tamaño de efecto .595).

Al respecto, Fernández (2015) menciona que los trabajadores que son felices muestran un alto grado de involucramiento emocional (engagement) con su trabajo. También, Seligman formula que para que una persona alcance la felicidad debe estar inmersa en lo que hace y llena de energía; es decir, debe presentar engagement. Asimismo, Salanova y Llorens (2008) mencionan que el engagement es visto como una perspectiva que busca promover la salud, el bienestar y la felicidad de los trabajadores.

Al analizar el primer objetivo específico que es describir las frecuencias de los niveles de la felicidad en los trabajadores de una empresa del rubro financiero y su respectiva hipótesis que estima que existen altos niveles de felicidad en los

trabajadores, se encontró el mismo porcentaje de 25,4 % para los niveles de infelicidad y alta felicidad; no obstante, al sumar el nivel feliz y altamente feliz, se obtiene que el 51.4 % de los trabajadores son felices frente al 25,4 % de los que son infelices, con estos resultados se acepta la hipótesis de investigación.

Los resultados obtenidos se asemejan a los encontrados por Callalli (2017) quien obtuvo que el 53,2 % de los trabajadores son altamente felices frente al 16,2 % que experimentan una baja felicidad. Alarcón (2009) menciona que las personas felices se caracterizan por tener actitudes y experiencias positivas hacia sí mismos y hacia la vida, por sentir satisfacción con lo que tienen, tener tranquilidad emocional y ser optimistas; por ello, se puede inferir que los trabajadores de la muestra presentan estas características.

En relación al segundo objetivo específico que es describir los niveles del engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero y su hipótesis respectiva que plantea que existen alto niveles de engagement en los trabajadores, se halló un mayor porcentaje en el nivel promedio de engagement (35,40%) seguido del engagement bajo (34,20%); con ello se acepta la hipótesis nula que establece que no existen altos niveles de engagement laboral y se rechaza la hipótesis de investigación. Estos resultados se contrastan en cierta medida con los obtenidos por Silupu (2017) quien reportó que el nivel de engagement predominante es el promedio con 92% frente al 4% de engagement bajo.

En concordancia a lo último, Rodríguez, Larraechea y Costagliola (2015) mencionan que los colaboradores que experimentan un nivel alto de engagement se caracterizan por percibir emociones positivas en el trabajo como gratitud, alegría y entusiasmo; ante ello se puede concluir que en la muestra del estudio, los

colaboradores llegarían a experimentar estas emociones positivas en menor proporción a lo descrito o que su duración no es tan prolongada y podría cambiar según el contexto en el que se encuentre su empresa.

En referencia al tercer objetivo específico que se encamina a describir las frecuencias de la relación de los niveles de felicidad con los del engagement laboral y su hipótesis que plantea que los trabajadores que experimentan alta felicidad presentan mayores frecuencias en un alto engagement laboral, se encontró que los trabajadores que son altamente felices tienen también mayor frecuencia en un nivel alto de engagement, por lo que, se acepta la hipótesis de investigación. Estos resultados se contrastan con lo expuesto por Infobae que menciona que un empleado que se siente feliz en su ámbito de trabajo se compromete un 30% más con su organización; en otras palabras, un colaborador feliz experimentaría mayor engagement laboral.

Al examinar el cuarto objetivo específico que consiste en comparar la felicidad en los trabajadores de una empresa del rubro financiero según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo, no se encontraron diferencias significativas según el sexo de los participantes (*U de Mann Whitney* -0.576 y *p*.564), según el tiempo de permanencia (*H de Kruskal – Wallis* .283) y según el área de trabajo (*H de Kruskal – Wallis* es .136); mientras que se encontró que si existen diferencias significativas según el nivel de mando (*H de Kruskal – Wallis* es .008).

De lo último se puede inferir que las personas que ocupan cargos más altos experimentarían mayores índices de felicidad; esto se explicaría con lo propuesto por Fernández (2015) en su Modelo de felicidad organizacional, en la cual propone 3 focos y 6 dimensiones; siendo el foco de procesos operacionales y la dimensión de

desarrollo personal y profesional las que explicarían los resultados obtenidos. Estos mismos manifiestan que las personas que experimentan mayor felicidad son las que tienen la menor intervención posible de sus jefes; es decir, se les brinda mayor independencia en las funciones que ejecutan y los colaboradores que perciben mayores oportunidades para poder ascender se sienten más valorados y por ende su nivel de felicidad se incrementa.

El quinto objetivo específico propone comparar el Engagement laboral en los trabajadores de una empresa del rubro financiero según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo; al respecto, se obtuvo que no existen diferencias según el sexo de los participantes (*t de Student* .491), tiempo de permanencia en el trabajo (*Anova* .353), nivel de mando (*Anova* .393) y área de trabajo (*H de Kruskal Wallis* .067); por lo que, no se valida la hipótesis de trabajo.

Estos resultados difieren a los de Salanova y Schaufeli (2004) quienes encontraron que sí existen diferencias significativas según el sexo, siendo el sexo masculino el que puntúa más alto en el engagement frente al sexo femenino; y al tipo de ocupación (nivel de mando), encontrando que los trabajadores que ocupan posiciones directivas y ejecutivas son los que puntúan más alto en engagement, indicando que esto se relaciona con la proactividad e iniciativa personal que son características típicas de estos tipos de mando.

6. Conclusiones

Del presente estudio se concluye lo siguiente:

1. La felicidad se relaciona con el engagement laboral de manera positiva, de nivel moderado y muy significativo en trabajadores de una empresa del rubro financiero; esto quiere decir que, a mayor felicidad los trabajadores desarrollan mayores niveles de engagement con la empresa.
2. Se identificó que el 51,4 % de trabajadores de una empresa del rubro financiero de Lima presenta felicidad (nivel feliz y altamente feliz).
3. El nivel predominante de engagement en los trabajadores de una empresa del rubro financiero es el promedio con el 35.40%
4. Los trabajadores que son altamente felices tienen mayor frecuencia en el nivel alto de engagement al igual que los trabajadores que son infelices presentan mayor frecuencia en el nivel de engagement bajo.
5. Se estableció que no existen diferencias significativas al comparar la felicidad con el sexo, tiempo de permanencia y área de trabajo de los trabajadores; mientras que si existen diferencias significativas según el nivel de mando que ocupan.
6. No existen diferencias significativas en el engagement laboral según el sexo, tiempo de permanencia, nivel de mando y área de trabajo.

7. Recomendaciones

Se proponen las siguientes recomendaciones:

- Las organizaciones deben incentivar, crear y desarrollar actividades y estrategias que promuevan la felicidad en sus trabajadores. Inicialmente se podrían comenzar con planes pilotos que busquen identificar los niveles de felicidad y luego buscar incrementarlos.
- Se deben capacitar a profesionales de recursos humanos para que se inserten en las organizaciones, afín de que contribuyan en el desarrollo de una cultura de felicidad.
- Para fomentar el engagement, las empresas deben hacer actividades recreativas en donde involucren a sus trabajadores, deben tener definidos los planes de sucesión y línea de carrera (fidelización y retención del talento) y finalmente, deben mantener una comunicación horizontal; brindando libertad en la toma de decisiones de sus trabajadores según las actividades que ellos realicen.
- Se recomienda que las organizaciones tengan definidos sus descripciones de puestos con las funciones y responsabilidades que los trabajadores desempeñarían; dado que esto es muy importante para el desarrollo del engagement.
- Se recomienda realizar programas en las que los colaboradores identifiquen como podrían incrementar su nivel de engagement de manera individual.

- Se recomienda seguir con las investigaciones de estas variables en el ámbito educativo, social y clínico; también en otros rubros del área organizacional

Referencias

- Alalú, L., Szeinman, P., Corvetto, G., y Franco, Ú. (2015). *Engagement: Más allá del compromiso del colaborador*. Recuperado el 22 de noviembre de 2018, de: <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/informes/engagement-mas-alla-del-compromiso-del-colaborador/>
- Alarcón, R. (2006). Desarrollo de una Escala Factorial para Medir la Felicidad. *Revista Interamericana de Psicología*, 40(1), 99 - 106.
- Alarcón, R. (2009). *Psicología de la Felicidad*. Lima: Universidad Ricardo Palma, Editorial Universitaria.
- Alter, N. (diciembre de 2014). *La importancia de la felicidad en el trabajo*. Recuperado el 20 de noviembre de 2018, de: <http://www.emb.cl/hsec/articulo.mvc?xid=557&edi=25&xit=la-importancia-de-la-felicidad-en-el-trabajo>
- Apiquian, A. (15 de diciembre de 2014). *Perma, un modelo para tener colaboradores felices*. Recuperado el 02 de diciembre de 2018, de: <https://www.altonivel.com.mx/empresas/47486-perma-un-modelo-para-tener-colaboradores-felices/>
- Appelo, J. (05 de mayo de 2016). *La importancia de ser felices en el trabajo*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018, de: <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/la-importancia-de-ser-felices-en-el-trabajo>
- Aranda, E. (2016). *La Gerencia de la Felicidad: Un nuevo modelo para la gestión de las organizaciones*. (Tesis de licenciatura). Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, Colombia.

- Armingol, A. (2012). *Aplicación de la Psicología positiva a través de estrategias que motiven al alumnado y reduzcan el bajo rendimiento escolar en primaria*. (Tesis de maestría). Universidad Internacional de la Rioja. Logroño, España.
- Arunkumar, K., y Renugadevi, R. (2013). Antecedents and Consequences of Employee Engagement- A Hypothetical Approach. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 9(3), 52-57.
- Bakker, A., y Demerouti, E. (diciembre de 2013). La teoría de las demandas y los recursos laborales. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 29(3), 107-115.
- Barahona, R. (s.f.). Reynaldo Alarcón: Introdutor de la Psicología Positiva en el Perú. *Sociedad Peruana de Psicología Positiva*.
- Barragan , A. (2012). Psicología Positiva y Humanismo: Premisas básicas y coincidencias en los conceptos. *Revista Electrónica de Psicología Iztacala*, 15(4), 1512 - 1531.
- Bastidas, V., Herrás, P., y Muñoz, I. (2016). *Análisis de políticas de bienestar en cuatro organizaciones presentes en Chile en relación con el Modelo de Felicidad Organizacional a la luz del bienestar subjetivo*. (Tesis de licenciatura). Universidad Andrés Bello. Santiago de Chile, Chile.
- Bless, K. (18 de abril de 2017). *Felicidad en el trabajo: el nuevo reto para las empresas*. Recuperado el 22 de noviembre de 2018, de: <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/felicidad-nuevo-reto-empresas-133187>
- Buendía, L., Colás, M. y Hernández, F. (1998). *Métodos de investigación en Psicopedagogía*. McGraw-Hill, Madrid.

- Callalli, S. (2017). *Felicidad y Satisfacción Laboral en trabajadores de una empresa industrial del Callao*. (Tesis de licenciatura). Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú.
- Cárdenas, T., y Jaik, A. (2014). *Engagement (Ilusión por el trabajo). Un modelo teórico - conceptual* (Primera ed.). México: Red Durango de Investigadores Educativos A. C.
- Carr, A. (2007). *Psicología Positiva: La Ciencia de la Felicidad*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Castro, A. (2012). La Psicología Positiva en América Latina. Desarrollo y perspectiva. *PSIENCIA. Revista Latinoamericana de Ciencia Psicológica*, 4(2), 108-118.
- Córdoba, N. (2015). *Niveles de Engagement en los colaboradores de una industria de detergentes ubicada en Escuintla*. (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Cumpa, M. (2015). *Engagement en colaboradores de tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo*. (Tesis de licenciatura). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo, Perú.
- Davey, K. (2016). *Felicidad y engagement en estudiantes de educación superior que trabajan en Lima*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- Delgado, S., y Velasquez, K. (2018). *Influencia del engagement en la satisfacción laboral de los colaboradores de una agencia bancaria en el distrito de Cayma – Arequipa, 2018*. (Tesis de licenciatura). Universidad Católica San Pablo. Arequipa, Perú.

Deloitte. (12 de julio de 2017). *Millenials: Diez factores que motivan la fuga de talento de esta generación*. Recuperado el 07 de octubre de 2018, de: <https://gestion.pe/tendencias/millennials-diez-factores-motivan-fuga-talento-generacion-139181?foto=14>

Deloitte Consulting Group S.C. (2018). *Tendencias en Capital Humano 2018 México. El auge de la empresa social*. México: Deloitte Insights.

Deloitte Perú. (21 de noviembre de 2015). *El 87% de empresas considera que la falta de compromiso laboral es su principal problema*. Recuperado el 19 de setiembre de 2018, de: <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/87-empresas-considera-falta-compromiso-laboral-principal-problema-105592>

DEO Consultores. (17 de junio de 2015). *Un poderoso aliado de tu organización – el Engagement* [Archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=biPyk09aSCI>

Empléate. (24 de Mayo de 2016). *Importancia del engagement en el trabajo*. Recuperado el 18 de octubre de 2018, de: <http://blog.empleate.com/importancia-del-engagement-en-el-trabajo/2334>

English, J. (s.f.). *Engagement, el desafío de comprometer a los empleados*. Recuperado el 18 de octubre de 2018, de: <http://diario.latercera.com/edicionimpresa/engagement-el-desafio-de-comprometer-a-los-empleados/>

Espinosa, J. (2017). *El engagement laboral y su impacto en la productividad en una empresa de servicios*. (Tesis de maestría). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú.

Fischman, D. (2017). *La alta rentabilidad de la Felicidad*. Mexico: Planeta.

- Flores, C., Fernández, M., Juárez, A., Merino, C., & Guimet, M. (2015). Entusiasmo por el trabajo (engagement): Un estudio de validez en profesionales de la docencia en Lima, Perú. *Liberabit. Revista de Psicología*, 21(2), 195-206. Recuperado el 27 de noviembre de 2018, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68643124003>
- Fujii, K. (2017). *Correlación de las demandas y Recursos laborales con el Work Engagement*. (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- García, A. (2017). *Feedback bidireccional para generar compromiso laboral en Millenials dentro del sector petrolero*. (Tesis de licenciatura). Universidad San Francisco de Quito. Quito, Ecuador.
- Gaynor, E. (18 de marzo de 2006). *Teoría del rol y asignación de tareas en las organizaciones*. Recuperado el 02 de diciembre de 2018, de: <https://www.gestiopolis.com/teoria-del-rol-y-asignacion-de-tareas-en-las-organizaciones/>
- Gijón, V. (2017). *La percepción del profesorado sobre felicidad*. (Tesis de doctorado). Universidad de Granada. Granada, España.
- Gomez, J., y Muñoz, M. (2016). *Felicidad en el trabajo: Acercamiento a través de una propuesta de entrevista estructurada*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Antioquía. Medellín.
- Guevara, L. (17 de octubre de 2018). *“Está claro que invertir en la felicidad de los empleados es un negocio rentable”*. Recuperado el 20 de noviembre de 2018, de: <https://www.larepublica.co/empresas/esta-claro-que-invertir-en-la-felicidad-de-los-empleados-es-un-negocio-rentable->

2782786?fbclid=IwAR1FfwWC84x0yYS0jyOncJupCluxdS-
KTwe_p0k63r0lfkiM3sUjoT3Tj6w

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

Hervás, G. (2009). Psicología positiva: Una introducción. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 23-41.

Infobae. (Mayo de 2018). *Empleados felices, resultados positivos: la importancia del bienestar emocional en el trabajo*. Recuperado el 02 de diciembre de 2018, de: <https://www.infobae.com/tendencias/2018/05/09/empleados-felices-resultados-positivos-por-que-es-tan-importante-el-bienestar-emocional-en-el-trabajo/>

Leimon, A., y McMahon, G. (2014). *Psicología Positiva para Dummies*. España: Grupo Planeta Spain.

Lupano, M., y Castro, A. (2010). Psicología Positiva: Análisis desde su surgimiento. *Revista Ciencias Psicológicas*, 4, 43-56.

Maria Luisa. (28 de julio de 2015). *Happy Companies: la felicidad como estrategia de diferenciación*. Recuperado el 02 de diciembre de 2018, de: <http://alquimiacoach.com/happy-companies-la-felicidad-como-estrategia-de-diferenciacion/>

Mars, V. (25 de enero de 2018). *La Psicología Positiva: definición y autores*. Recuperado el 02 de diciembre de 2018, de: <https://www.psicologia-online.com/la-psicologia-positiva-definicion-y-autores-2634.html>

- Martin, L. (28 de setiembre de 2018). *1 de cada 4 empleados no es feliz en su trabajo, ¿y tú?*. Recuperado el 22 de noviembre de 2018, de: https://as.com/deporteyvida/2018/09/28/portada/1538112730_241792.html
- Martinez, A. (05 de Marzo de 2018). *¿Qué es el modelo PERMA?*. Recuperado el 02 de diciembre de 2018, de: <https://www.antonimartinezpsicologo.com/definicion-modelo-perma>
- Maslach, C., Schaufeli, W., y Leiter, P. (2001). Job Burnout. *Annual Review of Psychology*, 397-422.
- Maslach, C., y Leiter, M. (1997). *The truth about burnout: How organizations cause personal stress and what to do about it*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Merino, A. (2017). *El compromiso en el trabajo (engagement). Estudio empírico en empleados de congregaciones religiosas educativas*. (Tesis de doctorado). Universidad de Málaga. Málaga, España.
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*(35), 227-232.
- Payton, F. C. (2015). Workplace Design: The Millennials Are Not Coming—They're Here. *Design Management Review*, 26(1), 54-63.
- Paz, K., y Espinoza, M. (2017). *Influencia de la felicidad organizacional en la productividad de los colaboradores en los centros de atención al cliente de la empresa América Móvil– Claro, Arequipa, 2016– 2017*. (Tesis de licenciatura). Universidad Católica San Pablo. Arequipa, Perú.
- Penta Consultoría. (13 de julio de 2017). *Profesionales felices: los 5 beneficios del engagement laboral*. Recuperado el 02 de diciembre de 2018, de:

<http://info.pentaconsultoria.com/blog/empleados-felices-los-5-beneficios-del-engagement-laboral>

Price Waterhouse Coopers. (27 de agosto de 2014). *El Perú tiene el más alto índice de rotación laboral en Latinoamérica*. Recuperado el 19 de octubre de 2018, de: <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/noticias-y-movidas/el-peru-tiene-el-mas-alto-indice-de-rotacion-laboral-en-latinoamerica/>

Quero, M. (2 de mayo - agosto de 2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos*, 12, 248-252.

Quezada, H. (2017). *Engagement laboral en las empresas Pollería Rokys S.A. y Pollería Norky E.I.R.L de Trujillo en el año 2017*. (Tesis de licenciatura). Universidad Cesar Vallejo. Trujillo, Perú.

RRHH Digital. (15 de enero de 2018). *Cinco tendencias en RRHH para 2018*. Recuperado el 21 de noviembre de 2018, de: <http://www.rrhhdigital.com/secciones/actualidad/128483/Cinco-tendencias-en-RRHH-para-2018>

RRHH Digital. (12 de abril de 2018). *Employee engagement, ¿qué debes saber?*. Recuperado el 23 de noviembre de 2018, de: <http://www.rrhhdigital.com/noticia/130180/Employee-engagement-que-debes-saber>

Ricard, M. (2007). *En Defensa de la Felicidad*. Barcelona (España): Ediciones Urano, S.A.

Rico, E. (2017). *Desarrollo de un modelo de felicidad organizacional en Uniempresarial, como estrategia para ser laborales integralmente*. (Tesis de

maestría). Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá - Uniempresarial. Bogotá, Colombia.

Rodriguez, M., Larraechea, R., y Costagliola, P. (2015). *Engagement en el trabajo*. Santiago de Chile: Innovum - FCH.

Rubio, E. (1 de Mayo de 2018). *Día del trabajo: el 74% de peruanos cambiaría de empleo para ser más feliz*. Recuperado el 24 de Setiembre de 2018, de: <https://andina.pe/agencia/noticia-dia-del-trabajo-74-peruanos-cambiaría-empleo-para-ser-mas-felices-708538.aspx>

Salanova, M., Schaufeli, W., Llorens, S., Peiro, J. M., y Grau, R. (2000). Desde el "Burnout" al "Engagement": ¿una nueva perspectiva? *Revista de Psicología Del Trabajo y de las Organizaciones*, 16(2), 117-134. <http://doi.org/http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/152.pdf>

Salanova, M., y Schaufeli, W. (2004). El engagement de los empleados: Un reto emergente para la dirección de los recursos humanos. *Estudios Financieros*, 261, 109-138.

Schaufeli, W. y Bakker, A. (2003). Utrecht work engagement scale: Preliminary manual. *Occupational Health Psychology Unit, Utrecht University*. Utrecht: Utrecht University

Schaufeli, W. (Jul/Dic de 2015). *Engagement laboral, una concepción científica: entrevista con Wilmar Schaufeli*. (A. Juárez García, Entrevistador) Recuperado el 24 de 09 de 2018, de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272015000200002

- Schaufeli, W., Salanova, M., González-Roma, V., y Bakker, A. (2002). The measurement of Engagement and burnout and: A confirmative. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Silup, S. (2017). *Engagement y Satisfacción laboral en agentes de empresas de seguridad y vigilancia privada, en la ciuda de Piura*. (Tesis de licenciatura). Universidad Cesar Vallejo. Lima
- Silva, R., y Vivas, I. (2016). *Factores personales y recursos laborales que predicen el engagement en docentes a tiempo parcial de una universidad privada del Perú*. (Tesis de maestría). Universidad del Pacífico. Perú.
- Strusberg, G. (2017). *La experiencia de la felicidad en jóvenes peruanos en el trabajo remunerado y el trabajo voluntario*. (Tesis de licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima
- Universia España. (20 de marzo de 2018). *Día Internacional de la felicidad: Descubre como ser más feliz en tu trabajo*. Recuperado el 22 de noviembre de 2018, de: <http://noticias.universia.es/portada/noticia/2018/03/20/1158522/dia-internacional-felicidad-descubre-como-feliz-trabajo.html>
- Urdaneta, H. (2012). *El engagement o compromiso en la organización*. Recuperado el 18 de octubre de 2018, de: <http://fidagh.org/joomlafidagh/noticias/103-articulo1/240-el-engagement-o-compromiso-con-la-organizacion>
- Valencia, J. (2016). Orígenes de la Psicología Positiva y el estudio científico de la Gratitude. *Revista de Psicología Universidad Católica San Pablo*, 6, 101-117.
- Vázquez, S. (2016). *La Felicidad en el trabajo y en la vida* (2 ed.). Coruña, Madrid, España: Netbiblo, S.L.

Velasco, G. (02 de febrero de 2017). *La Psicología Positiva en la educación*.

Recuperado el 03 de diciembre de 2018, de:

<https://gerryvelasco.wordpress.com/2017/02/02/la-psicologia-positiva-en-la-educacion/>

Vila, G., Álvarez, D., y Castro, C. (2015). *Análisis del Engagement en el trabajo:*

Determinantes y consecuencias en las empresas españolas asociadas a

RedEmprendia. Santiago de Compostela, España: Red Emprendia.