



**Universidad Nacional
Federico Villarreal**

*Vicerrectorado de
INVESTIGACIÓN*

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

ENGAGEMENT LABORAL EN DOS EMPRESAS DE TURISMO EN EL PERÚ

Líneas de Investigación: Psicología de los procesos básicos y psicología educativa

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Psicología

AUTORA:

Borda Berna, Milagros Lisette

ASESOR:

Valencia Bryson, Kleber Francisco

JURADO:

Avila Miñan, Mildred

Henostroza Mota, Carmela Reynalda

Valdez Sena, Lucia Emperatriz

Lima – Perú

2021

Dedicatoria

A mis seres amados, de ayer, hoy y siempre, por acompañarme en la aventura de vivir, por todo el amor brindado y su apoyo incondicional que han hecho todo esto posible.

Agradecimientos

A mi asesor, el Mg. Kleber Valencia, por su disposición y colaboración en cada consulta y soporte constante en la realización de este trabajo de investigación.

Resumen

Con el objetivo de determinar la diferencia del engagement laboral en trabajadores de dos empresas del rubro turístico del Perú, se realizó una investigación con una muestra de 209 personas de ambos sexos. El estudio fue de tipo descriptivo – comparativo, no experimental y transaccional. El instrumento utilizado fue la Escala Utrecht de engagement laboral – UWES. Los resultados indicaron que la muestra presenta una distribución no normal por lo que se aplicó estadísticos no paramétricos, asimismo, se halló que el 56.5% de trabajadores presentan engagement laboral promedio, donde el 62.5% son del tipo de turismo receptivo. Asimismo, no se hallaron diferencias significativas ($p=0.201$) de engagement laboral en las dos empresas de turismo. En relación a la comparación según las variables asignadas, se estableció que no existen diferencias significativas ($p>0.05$) al comparar el engagement con la edad y el género; mientras que si existen diferencias significativas ($p=0.025$) según el tiempo de servicio de la empresa de turismo receptivo. Finalmente para la comparación de las dimensiones del engagement, se encontró que no existen diferencias ($p>0.05$) para las empresas del sector turismo.

Palabras claves: engagement laboral, tipo de turismo, psicología positiva, trabajadores.

Abstract

In order to determine the difference in labor engagement in workers of two companies in the tourism sector of Peru, an investigation was carried out with a sample of 209 people of both sexes. The study was descriptive - comparative, non-experimental and transactional. The instrument used was the Utrecht Labor Engagement Scale - UWES. The results indicated that the sample presents a non-normal distribution, so non-parametric statistics were applied, and it was found that 56.5% of workers present average labor engagement, where 62.5% are of the type of receptive tourism. Likewise, no significant differences ($p = 0.201$) in labor engagement were found in the two tourism companies. In relation to the comparison according to the assigned variables, it was established that there are no significant differences ($p > 0.05$) when comparing engagement with age and gender; while there are significant differences ($p = 0.025$) according to the service time of the inbound tourism company. Finally, for the comparison of the dimensions of engagement, it was found that there are no differences ($p > 0.05$) for companies in the tourism sector.

Keywords: labor engagement, type of tourism, positive psychology, workers.

Índice

| | |
|--|-----------|
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Resumen | iv |
| Abstract | v |
| Índice | vi |
| Lista de tablas | x |
| Lista de figuras | xii |
| Capítulo I. Introducción | 1 |
| 1.1 Descripción y formulación del problema | 1 |
| 1.2 Antecedentes de la investigación | 3 |
| 1.2.1 Antecedentes Nacionales | 3 |
| 1.2.2 Antecedentes Internacionales | 6 |
| 1.3 Objetivos | 8 |
| 1.3.1 Objetivo General | 8 |
| 1.3.1 Objetivos Específicos | 8 |
| 1.4 Justificación | 9 |
| 1.5 Hipótesis | 10 |
| 1.5.1 Hipótesis General | 10 |
| 1.5.2 Hipótesis Específica | 10 |
| Capítulo II. Marco Teórico | 12 |
| 2.1 Engagement | 12 |

| | |
|--|----|
| 2.1.1 Teorías del engagement | 13 |
| 2.1.1.1 Teoría del rol - Kahn | 13 |
| 2.1.1.2 Teoría de demanda y recursos laborales JD-R | 13 |
| 2.1.1.3 Teoría de la conservación de recursos COR – Hobfoll | 15 |
| 2.1.2 Modelos de Engagement | 15 |
| 2.1.2.1 Modelo estructural Modelo estructural - Maslach y Leiter | 15 |
| 2.1.2.2 Modelo del intercambio Social- SET - Sacks | 15 |
| 2.1.2.3 Modelo circunflejo de emociones - Bakker y Oerlemans | 16 |
| 2.1.2.4 Modelo del impacto de los recursos personales en el engagement | 16 |
| 2.1.3 Definición del Engagement | 16 |
| 2.1.4 Dimensiones del Engagement | 19 |
| 2.1.5 Importancia del Engagement laboral | 19 |
| 2.1.6 Engagement en las Organizaciones | 21 |
| 2.1.7 Definición de termino | 22 |
| Capítulo III. Método | 24 |
| 3.1 Tipo de investigación y diseño de investigación | 24 |
| 3.2 Ámbito temporal y espacial | 24 |
| 3.3 Variables | 25 |
| 3.3.1 Variable de estudio: Engagement laboral | 25 |
| 3.3.1.1 Definición Conceptual | 25 |
| 3.3.1.2 Definición Operacional | 25 |
| 3.3.2 Variables de control | 25 |

| | |
|---|----|
| 3.3.3 Variables asignadas | 25 |
| 3.3.4 Operacionalización de Variables | 26 |
| 3.4 Población y Muestra de estudio | 27 |
| 3.5 Instrumento de medición | 28 |
| 3.5.1 Escala Utrecht de engagement en el trabajo | 28 |
| 3.6 Procedimientos | 37 |
| 3.7 Análisis de Datos | 37 |
| 3.7.1 Análisis descriptivos y de comparación | 37 |
| 3.8 Consideraciones éticas | 38 |
| Capítulo IV. Resultados | 39 |
| 4.1 Medidas de tendencia central y prueba de normalidad para la variable engagement, teniendo en cuenta el tipo de turismo. | 39 |
| 4.2 Frecuencias y porcentajes para la variable engagement, teniendo en cuenta el tipo de turismo. | 40 |
| 4.3 Comparación de la variable engagement por empresa del sector turismo, teniendo en cuenta el tipo de turismo. | 42 |
| 4.4 Medidas de tendencia central y prueba de normalidad de la variable engagement para el rango de edad, género y tiempo de servicios. | 43 |
| 4.5 Frecuencias y porcentajes para la variable engagement según el rango de edad, género y tiempo de servicios, teniendo en cuenta el tipo de turismo. | 45 |
| 4.6 Comparación de la variable engagement por empresa del sector turismo según el rango de edad, género y tiempo de servicios, teniendo en cuenta el tipo de turismo. | 47 |
| 4.7 Medidas de tendencia central y prueba de normalidad para las dimensiones de la variable engagement, teniendo en cuenta el tipo de turismo. | 49 |
| 4.8 Frecuencias y porcentajes para las dimensiones de la variable engagement, teniendo en cuenta el tipo de turismo. | 51 |

| | |
|--|----|
| 4.9 Comparación de las dimensiones de la variable engagement por empresa del sector turismo. | 54 |
| Capítulo V. Discusión de resultados | 57 |
| Capítulo VI. Conclusiones | 60 |
| Capítulo VII. Recomendaciones | 61 |
| Capítulo VIII. Referencias | 62 |
| Capítulo IX. Anexos | 68 |

Lista de tablas

| Tabla | Título | Pág. |
|-------|---|------|
| 1 | Distribución de la muestra según empresa y género. | 27 |
| 2 | Índice de consistencia interna mediante el Alpha de Cronbach | 34 |
| 3 | Validez de constructo ítem-test de UWES | 35 |
| 4 | Baremos del UWES | 36 |
| 5 | Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para el Engagement laboral. | 39 |
| 6 | Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para el Engagement laboral por empresas de turismo. | 40 |
| 7 | Porcentajes de frecuencia del Engagement laboral. | 40 |
| 8 | Porcentajes de frecuencia del Engagement laboral por empresas de turismo. | 41 |
| 9 | Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para el Engagement laboral según empresa de turismo. | 42 |
| 10 | Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para la variable engagement según el rango de edad. | 43 |
| 11 | Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para la variable engagement según género. | 44 |
| 12 | Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para la variable engagement según tiempo de servicios. | 44 |
| 13 | Medias y porcentajes de Engagement laboral según rangos de edad en dos empresas de turismo. | 45 |
| 14 | Medias y porcentajes de Engagement laboral según género en dos empresas de turismo. | 46 |
| 15 | Medias y porcentajes de Engagement laboral según tiempo de servicio en dos empresas de turismo. | 46 |

| | | |
|----|---|----|
| 16 | Análisis de la prueba H de Kruskal-Wallis para comparar el Engagement según edad en dos empresas de turismo. | 48 |
| 17 | Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para el Engagement laboral según género en dos empresas de turismo. | 48 |
| 18 | Análisis de la prueba H de Kruskal-Wallis para comparar el Engagement según tiempo de servicio en dos empresas de turismo. | 49 |
| 19 | Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para las dimensiones del Engagement laboral. | 49 |
| 20 | Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para las dimensiones del Engagement laboral por empresas de turismo. | 50 |
| 21 | Medias y porcentajes por las dimensiones Vigor, Dedicación y Absorción en dos empresas de turismo. | 51 |
| 22 | Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para para la dimensión Vigor en dos empresas de turismo. | 54 |
| 23 | Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para para la dimensión Dedicación en dos empresas de turismo. | 55 |
| 24 | Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para para la dimensión Absorción en dos empresas de turismo. | 56 |

Lista de figuras

| Figura | Título | Pág. |
|--------|--|------|
| 1 | Comparación de porcentajes del Engagement laboral por empresas de turismo. | 42 |
| 2 | Comparación de porcentajes de la dimensión Vigor por empresas de turismo. | 52 |
| 3 | Comparación de porcentajes de la dimensión Dedicación por empresas de turismo. | 53 |
| 4 | Comparación de porcentajes de la dimensión Absorción por empresas de turismo. | 54 |

Capítulo I

Introducción

1.1 Descripción y formulación del problema

A pesar de que el Engagement representa un recurso positivo para las organizaciones, un estudio realizado en 142 países por la organización Gallup en el 2013, demostró que únicamente el 13% de la población total profesional, son trabajadores psicológicamente vinculados con su trabajo. La mayoría de los trabajadores en todo el mundo (63%) no son considerados trabajadores engagement y tienen menos probabilidad de invertir su esfuerzo para alcanzar los objetivos organizacionales, mientras que el 24% restante son considerados trabajadores activamente desconectados, lo que indica que están insatisfechos e improductivos en su labor y existe la posibilidad de contagiar esta negatividad a sus compañeros. El escaso engagement laboral es el causante de las bajas ganancias de productividad y tiene un impacto directo en la calidad de vida y satisfacción laboral de los trabajadores (Crabtree, 2013).

Es fundamental considerar que los trabajadores son un recurso activo para las organizaciones saludables puesto que de esta manera demuestran comportamientos positivos, que permiten alcanzar las metas a corto plazo de la organización. Investigaciones anteriores han demostrado que elevados niveles de engagement en los trabajadores potencializa a las organizaciones, puesto que mejora la productividad y rentabilidad. En este sentido, debe proyectarse la importancia de elevar el nivel de engagement desde un punto de vista estratégico que brinde un aporte dentro del planeamiento (Schaufeli & Bakker, 2010).

Sin embargo, se observa que en el ámbito laboral existen colaboradores que no se involucran o no se sienten comprometidos con sus actividades laborales, lo cual representa un problema para el avance de la organización. El éxito de las organizaciones se da por medio del nivel de Engagement o compromiso que tendrá el capital humano para el logro de las metas y objetivos planteados por la empresa.

En el Perú se han realizado investigaciones sobre engagement en los últimos años, lo cual brindó información sobre la importancia de tener un personal en un estado óptimo, ya que genera un incremento de pensamiento – acción. El personal en estado positivo se encuentra emocionalmente involucrado con la organización donde trabaja y por lo consiguiente son más productivos, reduciendo el ausentismo y a su vez son menos propensos en abandonar las organizaciones, también se reduce las enfermedades causadas por el estrés laboral, la reducción de los riesgos psicosociales y con ello los costos dentro de las organizaciones (Bobadilla, Callata, Caro ,2015).

A pesar de ello, en algunas empresas de diversos rubros en el Perú es probable encontrar carencias en el manejo del talento humano, sobre todo en las pequeñas y medianas empresas en su mayoría informales, en consecuencia existen pérdidas a nivel financiero y de recurso humano, por causa de un inadecuado manejo del personal. El salario emocional es tan importante como el monetario, ya que las personas valoran cada vez más los beneficios y el bienestar que les puede brindar la organización donde laboran (Gestión, 2015 - 2016).

Motivado por esta inquietud se ha formulado la siguiente interrogante.

¿Existen diferencias del Engagement laboral entre dos empresas del sector turismo, Nuevo Mundo y Cóndor Travel?

1.2 Antecedentes de la investigación

1.2.1 Antecedentes Nacionales

A nivel nacional, Cumpa (2015) realizó un estudio de investigación acerca de Engagement laboral en tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo. Con un diseño no experimental, con un corte transversal, se utilizó en esta investigación el valor de la prueba chi cuadrado siendo significativo ($p < 0.05$), esto indica que existen diferencias significativas en el engagement entre los colaboradores de las empresas de comercialización de bebidas y alimentos de la ciudad de Chiclayo. Finalmente se concluyó que en los colaboradores de las tres empresas estudiadas se encuentran en un nivel promedio.

Un año después en Trujillo, Cárdenas (2016) investigó acerca de las Propiedades psicométricas de la Escala Utrecht de Engagement en el trabajo en colaboradores de empresas manufactureras del Distrito de Moche, siendo los datos recogidos mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Se realizó los índices de homogeneidad según ítem-test corregido obteniendo valores comprendidos entre .40 y .71, siendo muy bueno en todos los ítems, indicando el buen grado de relación entre lo que mide el ítem y lo que se pretende medir en todo el UWES; asimismo se realizó el AFE encontrando cargas factoriales altas para cada factor, determinando tres factores que cumplen con el criterio de parsimonia e interpretabilidad y el AFC obteniendo evidencia estadística altamente significativa ($p < .01$), haciendo posible la formación de tres factores y evidenciando la similitud entre el modelo estimado y el modelo teórico. Se determinó la confiabilidad mediante la Consistencia Interna de Alpha de Cronbach, obteniendo

puntuaciones confiables y consistentes comprendidas entre .70 y .89. Se encontraron diferencias significativas en relación al grupo ocupacional.

Por su lado, Quezada (2017) realizó una investigación de Engagement Laboral en dos restaurantes - pollería de Trujillo, el estudio fue de tipo descriptivo – correlacional de corte transversal, se obtuvo adecuados índices de validez por medio de un análisis factorial confirmatorio, además de una consistencia interna de 0.90 para el cuestionario total. Del análisis descriptivo se observa que hay una predominancia de las puntuaciones en el nivel medio en las dos empresas; además, en la dimensión vigor se observa que la predominancia de las puntuaciones en la empresa Rokys S.A. se ubica en el nivel alto y en la empresa Norkys en el nivel medio, en la dimensión dedicación la predominancia de las puntuaciones en la empresa Rokys S.A. se ubica en el nivel alto y en la empresa Norkys en el nivel medio, y en la dimensión absorción la predominancia de las puntuaciones se ubican en el nivel medio en ambas empresas. Del análisis comparativo se observa, que tanto en las dimensiones como en la variable general no existen diferencias significativas en las puntuaciones de las dos empresas evaluadas, concluyendo que la manera de percibir el estado mental positivo para las dos empresas es similar.

Mientras que en el sur, León (2017) realizó un estudio del engagement laboral en trabajadores de atención al público de Scotiabank, en la ciudad de Arequipa. Fue una investigación de tipo no experimental debido a que no se manipulan deliberadamente las variables (“engagement” y los “trabajadores de atención al cliente”). Es de corte transversal o transaccional porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Los resultados obtenidos por la aplicación del cuestionario UWES, se obtuvo un promedio de respuesta de 4.18 sobre la escala propuesta, la cual se encuentra dentro de la

respuesta "regularmente" esta es una respuesta positiva, dentro de la escala utilizada solo se encuentra a un punto por encima de "algunas veces", lo cual no necesariamente es malo, pero no llega a los niveles de respuestas como "bastantes veces" o "siempre"; además se detectó que tanto ventanilla como plataforma tienen un promedio de respuesta de 4.05 y 4.4 respectivamente; ambos llegan a tener engagement sobre todo el área de plataforma, en cuanto a ventanilla se puede decir que aprueba raspando el engagement.

Finalmente, Fernández (2018) investigó la correlación del Engagement laboral y el desempeño del personal docente, tuvo como objetivo hallar el nivel de engagement y su correlación entre las variables engagement y desempeño del personal docente del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Red Avansys en Lima. Un estudio de tipo correlación de carácter cuantitativo, los resultados muestran que existe un alto nivel de engagement en los docentes encuestados (Alto 55.1% y muy alto 35.3%). El estudio determinó que existe una correlación positiva entre ambas variables: engagement y desempeño. No obstante, esta correlación es muy baja. Asimismo la dimensión con mayor puntuación es la de Dedicación, la cual hace referencia a aspectos de carácter motivacional, y estaría en relación directa con aspectos vocacionales de la profesión estudiada, donde el docente percibe su actividad como gratificante. Los resultados también indicaron que a mayor edad mayor puntaje en la dimensión vigor, es decir, los docentes con mayor edad, brindan una energía adicional al trabajo, un esfuerzo extra para con el mismo. Por último, a mayor edad y mayor antigüedad (más tiempo en la institución), se obtuvo un mayor puntaje en desempeño laboral.

1.2.2 Antecedentes Internacionales

A nivel internacional, Córdoba (2015) realizó un estudio en Guatemala de niveles de engagement en los colaboradores de una industria de detergentes ubicada en Escuintla. Se llevó a cabo con una muestra aleatoria simple conformada por un grupo de 69 colaboradores. Investigación de tipo descriptiva, se obtuvo como resultados que los colaboradores presentan alto nivel de engagement, siendo colaboradores entusiastas hacia su trabajo con sentido de pertenencia en la organización.

Por su parte, Granados (2015) investigó acerca del engagement laboral en la dirección de gestión de talento humano de la contraloría general de la república, en Colombia; siendo un estudio descriptivo exploratorio. Los resultados obtenidos fueron analizados y evaluados para ser presentados a los participantes y a las directivas de la organización, convirtiéndose en una herramienta que podrá ser utilizada para incrementar el nivel de Engagement, transmitirlo a otros funcionarios, optimizando el trabajo en equipo, mejorando la salud psicosocial de los funcionarios y contribuyendo al logro de los objetivos organizacionales.

Mientras que en Norteamérica, Contreras (2015) realizó un estudio descriptivo comparativo sobre nivel de Engagement laboral en trabajadores de una planta de producción de petróleo y gas costa afuera en México. Dieron como resultados que el promedio general del nivel de engagement fue alto con puntaje 5 en 50,8% de la población. 23% de trabajadores presentaron completo estado de engagement (muy alto). La dimensión dedicación resultó con nivel de 5,32, seguido del vigor con 4,8 y finalmente la absorción con 4,62. De acuerdo al perfil de trabajo, aquellos con actividades

técnicas y operativas mostraron alta calificación de engagement, mayor que aquellos en línea de mando.

En España, Bernal y Donoso (2017) realizaron una investigación sobre el bienestar docente vinculado al fenómeno denominado engagement, que se presenta como una vía de solución para combatir el malestar docente y promover el bienestar. Se llevó a cabo un estudio exploratorio en la Universidad de Sevilla de carácter cualitativo, utilizando el método biográfico-narrativo y la técnica de la entrevista. Los resultados del estudio parecen reflejar que hay ciertos factores que inciden en el bienestar: la estabilidad institucional, las condiciones laborales, el reconocimiento social y la mejora de la formación del profesorado. Asimismo, se proyectó una serie de indicadores evaluativos relacionada con el ámbito personal: disposición activa hacia el perfeccionamiento, capacidad de establecer relaciones óptimas, perseverancia, vinculación entusiasta con la profesión, y equilibrio emocional reflejado en la conciliación entre los distintos ámbitos de la vida.

Finalmente a nivel internacional, Rodríguez y Chugá (2019) investigaron desde una perspectiva de la psicología Industrial enfocado en el Engagement Laboral de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda en la ciudad de Quito. Teniendo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y un diseño no experimental. Los resultados encontrados fueron positivos, pues las tres dimensiones se encontraron en el rango Alto en de los puntajes normalizados del UWES 17, demostrando la presencia de un personal con alto nivel de Engagement.

1.3 Objetivos:

1.3.1 Objetivo General

Describir y comparar el Engagemet laboral en dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

1.3.2 Objetivos Específicos

OE1 Determinar si existen diferencias significativas del Engagement laboral, teniendo en cuenta el tipo de turismo, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

OE2 Determinar si existen diferencias significativas del Engagement laboral, teniendo en cuenta las variables asignadas “edad”, “género” y “tiempo de servicio”, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

OE3 Determinar si existen diferencias significativas en la dimensión “vigor”, teniendo en cuenta el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

OE4 Determinar si existen diferencias significativas en la dimensión “dedicación” teniendo en cuenta el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

OE5 Determinar si existen diferencias significativas en la dimensión “absorción”, teniendo en cuenta el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

1.4 Justificación

En la actualidad, las organizaciones tienen una gran preocupación por mejorar el entorno y clima laboral de sus colaboradores, para que estos se encuentren lo más satisfechos posible y pueden sentirse orgullosos del trabajo que realizan. De esta manera, buscan una mayor adaptación a las características y a las exigencias del mercado laboral, así como brindar un valor agregado a sus colaboradores.

El engagement incrementa la productividad de las organizaciones en nuestro país, es por ello la importancia de este estudio; ya que a nivel teórico brinda conocimientos y aportes científicos además de criterios prácticos para incrementar la información de engagement. Del mismo modo, este estudio se enfoca en el sector turismo, el cual representa el 4% del PBI nacional (CONFIEP, 2018 - 2019) y se espera beneficiar a las organizaciones de este rubro, potencializando su capital humano.

Por otro lado, esta investigación nace con la necesidad de plasmar la realidad acerca del engagement laboral en las organizaciones de nuestro país; donde, de manera aplicativa, se espera que los resultados se utilicen como herramientas eficaces para generar programas dentro del área organizacional; lo cual, generará en los trabajadores estrategias para enfrentar situaciones difíciles y aumentará la satisfacción en el personal.

Finalmente, este estudio servirá como base, antecedente o precedente académico para investigaciones posteriores interesadas en la temática del sector turístico, cuya finalidad sea ahondar en la investigación de esta variable que puede ser en contextos similares o distintos. Así como también la importancia del análisis como fundamento y explicación de

este fenómeno de igual modo los resultados permitirán abordar estrategias de mejora en los servicios de este sector y fomentar mejores políticas.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis General

Existen diferencias en el Engagement laboral en dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

1.5.2 Hipótesis Específica

H₁ Existen diferencias significativas del Engagement laboral según el tipo de turismo, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

H₀ No existen diferencias significativas del Engagement laboral según el tipo de turismo, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

H₂ Existen diferencias significativas del Engagement laboral según las variables asignadas “edad”, “género” y “tiempo de servicio”, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

H₀ No existen diferencias significativas del Engagement laboral según las variables asignadas “edad”, “género” y “tiempo de servicio”, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

H₃ Existen diferencias significativas en la dimensión “vigor”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

H₀ No existen diferencias significativas en la dimensión “vigor”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

H4 Existen diferencias significativas en la dimensión “dedicación”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

H0 No existen diferencias significativas en la dimensión “dedicación”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

H5 Existen diferencias significativas en la dimensión “absorción”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

H0 No existen diferencias significativas en la dimensión “absorción”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Engagement

El estudio del engagement se remonta a finales del siglo XX y se basa en dos grandes corrientes de la psicología, la psicología Humanista y la psicología Positiva.

A mediados de la década de los 50, la psicología humanista aportó una nueva perspectiva a la psicología, donde se basa en la salud, las capacidades y el potencial de la persona, en lugar de la enfermedad y el síntoma. Donde se centró en mejorar la calidad de vida del ser humano, enfocándose en su capacidad de escoger y su creatividad, así como también en las aspiraciones, esperanzas y cualidades; siendo el único fin su crecimiento personal o autorrealización de la persona humana. (Schaufeli & Bakker, 2003).

A partir de la década de los 90, con la Psicología Positiva, retoma el enfoque positivo de las personas, poniendo énfasis en la prevención y promoción de la salud. Asimismo, la Psicología Positiva posee un conjunto de ideas que fueron sustentadas por la Psicología Humanista donde se inspiraron en la concepción del ser humano, y el interés por ubicarlo en el centro de su atención (Schaufeli & Bakker, 2003).

Asimismo, Alarcón (2009) menciona que la psicología positiva se basa en la concepción que el ser humano es un ser único e irrepetible; consciente y responsable de hacer recto uso y ejercicio de su libertad y de tener iniciativa para elegir entre un amplio abanico de opciones; donde su rol radica en optimizar el funcionamiento de los factores positivos.

Cabe precisar que el estudio científico del Engagement se presenta simultáneamente con el cambio de enfoque hacia una Psicología Positiva; es así que en el ámbito de la psicología organizacional, el interés por el Engagement proviene de la investigación sobre el síndrome de burnout (Maslach, Schaufeli & Leiter, 2001).

De esta manera, se desarrollaron diversas teorías y modelos del constructo del engagement (Avant & Walker 2010), las cuales se presentan de manera cronológica:

2.1.1 Teorías del engagement

Dentro de las principales teorías del Engagement se comprenden por diversos subelementos que ayudan a que sea entendido de una manera más amplia.

2.1.1.1 Teoría del rol - Kahn (1990)

Esta teoría explica el vínculo que puede llegar a existir entre el colaborador y su puesto de trabajo, específicamente con el rol que se desarrolla. Según Kahn, los individuos experimentan una relación con sus roles de trabajo y esta se basa en la motivación.

Asimismo, 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.

2.1.1.2 Teoría de demanda y recursos laborales JD-R (2006)

Es una de las teorías más aceptadas por los investigadores al momento de describir el engagement. Demerouti et al. (2001), Bakker et al. (2006) plantean la

clasificación de dos categorías: recursos laborales y demandas laborales. Los recursos laborales se componen como motivacionales, mientras que las demandas son factores estresores.

Las demandas laborales hacen referencia a aquellos aspectos físicos, psicológicos y organizacionales que requieren un esfuerzo sostenido, y conllevan costes fisiológicos y psíquicos. Asimismo, los recursos laborales mencionan a los aspectos que están relacionados con los factores psicológicos, organizacionales o sociales del trabajo, que pueden reducir las exigencias, y costos físicos y psíquicos asociados al trabajo. Estos pueden ser decisivos en la consecución de los objetivos de trabajo, o pueden estimular el crecimiento personal, el aprendizaje y el desarrollo.

Es por ello que con esta teoría, es viable poder comprender, explicar y poder pronosticar el bienestar de los trabajadores y el rendimiento en su organización, según lo formulado por Bakker y Demerouti (2013); ellos mencionan que esta teoría es flexible ya que podría ser aplicada a todos los entornos de trabajo y profesiones.

Por otro lado, autores como Bakker, Demerouti y Schaufeli (2003) enuncian que las demandas laborales por lo general son predictores principalmente de variables como el agotamiento o problemas psicosomáticos, mientras que los recursos suelen ser predictores de la satisfacción laboral, motivación y engagement (citado por Silva y Vivas, 2016).

2.1.1.3 Teoría de la conservación de recursos COR - Hobfoll (2001)

Hobfoll explica la forma de cómo los individuos afrontan el estrés, a través de los recursos. Presenta a la persona como un gestor de sus propios recursos, entendidos como objetos, características personales, condiciones o energías que son valorados por las personas, y que pueden ser potencialmente motivadores en sí mismos mediante la creación, el mantenimiento y su acumulación (Hobfoll 2001).

2.1.2 Modelos de Engagement

En las investigaciones del engagement existen distintos modelos que explican este constructo.

2.1.2.1 Modelo estructural Modelo estructural - Maslach y Leiter (1997)

Este modelo surge a partir del Modelo tridimensional de burnout, Maslach y Leiter (1997) explican que el engagement se caracteriza por energía, participación y eficacia en el lugar donde se trabaja (job-person fit), los polos opuestos de las tres dimensiones del burnout. Es decir, este modelo plantea que el engagement nace como contraparte del burnout, así también cada una de sus dimensiones es contraria a las del burnout.

2.1.2.2 Modelo del intercambio Social- SET - Saks (2006)

El modelo de intercambio social trata de explicar el “por qué” los trabajadores deciden comprometerse con centro de labores; según Saks (2006), esto es una forma para que las personas retribuyan a su organización. Es decir, los trabajadores elegirán

comprometerse con su organización en diferentes grados y en respuesta a los recursos que reciban por parte de la misma (recursos económicos y socio emocionales); por lo tanto, se sentirán en la obligación de responder con mayores niveles de engagement.

En base a este modelo, se infiere que los trabajadores experimentarán mayor engagement dependiendo de los recursos que la organización les brinde; a mayor recurso que se le brinde mayor sería el engagement.

2.1.2.3 Modelo circunflejo de emociones - Bakker y Oerlemans (2011)

El modelo de circunflejo de emociones plantea la diferencia entre el constructo engagement y el constructo satisfacción laboral, indicando que el engagement combina el placer por el trabajo (dedicación) con una elevada activación (vigor, absorción); en contraste a la satisfacción laboral, donde es una forma pasiva de bienestar en el trabajo (Bakker y Oerlemans, 2011).

2.1.2.4 Modelo del impacto de los recursos personales en el engagement (2012)

Ouweneel et al. (2012) menciona una relación recíproca entre las emociones positivas y los recursos personales; es decir, los trabajadores que experimentan emociones positivas desarrollan mejores habilidades relacionadas con el trabajo.

2.1.3 Definición del Engagement

La traducción de la palabra «Engagement» al idioma español es compleja, debido a que no existe un término que abarque en su totalidad el concepto, ya que este representa un estado multidimensional afecto-cognitivo (Grau et al. 2000).

Para esta investigación utilizaremos la definición de Schaufeli y Bakker, creadores el cuestionario Work Engagement Scale (UWES); donde indican que el significado del término “engagement” en español aún es muy complejo si se pretende traducir tal cual puesto que no existe una palabra que pueda describir al concepto totalmente, se entiende que es un estado multidimensional afecto-cognitivo. Se puede asociar íntimamente con la implicación laboral (work involvement), compromiso laboral (organizational commitment), dedicación al trabajo (work dedication), apego laboral (work attachment). Además está influenciada con la psicología positiva vinculado con la motivación y aspectos positivos con relación estrecha al ámbito laboral (Schaufeli & Bakker, 2010).

De tal modo, Schaufeli y Bakker (2003) señalan que el engagement no debe ser comparado con la felicidad, ya que es un período que se da en la mente con dirección encaminado al aspecto positivo, sólo en el ámbito laboral, no obstante, la felicidad tiene que ver con un sentimiento que se sostiene en el tiempo y más profundo que va a constituirse en todos los aspectos de la persona.

Por otro lado, Maslach y Jackson (1986) señalan que el Engagement hace referencia al funcionamiento recomendable de los colaboradores en una organización, el cual va a generar satisfacción a nivel físico, cognitivo, económico, emocional y social.

Asimismo, Kahn (1990) lo menciona como “la energía concentrada que se dirige hacia metas organizacionales. Describe a las personas engaged como aquellas que están física, cognitiva y emocionalmente conectados con sus roles en el trabajo” (p. 694).

Por su parte, Schaufeli, Salanova, Gonzáles-Romá y Bakker (2002) puntualizan el engagement como “un estado psicológico positivo relacionado con el trabajo y que está caracterizado por el vigor, dedicación y absorción o concentración en el trabajo” (p.74).

Otra definición más reciente es la de Bakker, Demerouti y Xanthopoulou (2011), conceptualizan el Engagement como la vinculación psicológica desde la perspectiva positiva de manera directa con el puesto de trabajo dentro de una organización.

Engagement es un término utilizado en el ámbito de las relaciones humanas y la cultura organizacional que se identifica con el esfuerzo voluntario por parte de los colaboradores de una empresa o miembros de una organización. Se entiende que un colaborador engaged es una persona que está implicada en su trabajo y entusiasmada con él (Salanova y Schaufeli, 2009).

De tal modo, diversos estudios afirman que los trabajadores con alto engagement suelen ser más activos, toman iniciativas personales, se auto retroalimentan respecto de su desempeño laboral, buscan nuevos retos profesionales y personales, se comprometen con la excelencia, se ajustan a los valores de la organización, participan en diversas actividades extra laborales, se ven capaces de afrontar las nuevas demandas del día a día laboral, se adaptan mejor a los cambios, tienen alta energía y, además, manifiestan una conexión energética y efectiva con su trabajo (Salanova, Schaufeli, Llorens, Peiró y Grau, 2000).

Adicionalmente, el Engagement más que compromiso es involucramiento que genera un esfuerzo discrecional relacionado con la responsabilidad dentro del puesto de laboral, generando un plus valor llegando a cumplir los objetivos además funciona como

un termómetro dentro de las organizaciones ya que mide la motivación, valores, objetivos y cultura organizacional (Great place to work Perú, 2018).

2.1.4 Dimensiones del Engagement

Según estudios se argumenta que el engagement es un estado mental positivo vinculado con el trabajo, representado por la absorción, dedicación y vigor.

La dimensión vigor se encuentra vinculado por niveles crecientes de energía y resistencia, refleja vitalidad elevada; además de desenvolvimiento diligente de las diversas ocupaciones, busca establecerse para cumplir adecuadamente los requerimientos y mantenerse constante a pesar de las dificultades (Bakker, Salanova, 2006).

La segunda dimensión, dedicación, se entiende con el enganche con el trabajo, así como el orgullo por el trabajo. También refleja cómo el trabajador, en cierta manera, se encuentra comprometido con las labores que ejecuta (Bakker, Salanova, 2006).

Por último, la absorción se muestra mediante la concentración, la sensación de disfrute del trabajo; caracterizada por el empeño y valor que pone la persona en su trabajo (Bakker, Salanova, 2006).

2.1.5 Importancia del Engagement laboral

El engagement en las organizaciones es indispensable para lograr una gestión estratégica con éxito. De tal modo, el engagement ayuda a que los colaboradores se sientan fidelizados, comprometidos y den un valor agregado en sus labores, esto le

permite a la organización la retención de talento humano. Además, al establecer una gestión estratégica del engagement, las organizaciones contarán con profesionales claves, los cuales ayudarán a posicionar a la empresa, a pesar de la crisis o los cambios acelerados provenientes del entorno (Empléate, 2016).

En este sentido, Penta Consultoría (2017) menciona la importancia de promover en el engagement laboral:

- a. Aumento en la productividad: El trabajador engaged presenta una alta motivación, mejora su calidad de trabajo, disminuye de ausentismo y es proactivo, es decir, más de lo que se espera de él.
- b. Disminución en la rotación del personal: Cuando un trabajador experimenta engagement (es engaged), se siente reconocido por sus líderes, siente que su trabajo tiene valor y aporta en la organización, genera un sentimiento de pertenencia por lo cual se siente parte de algo mucho más grande.
- c. Aumento en la calidad del servicio del cliente: El trabajador engaged presenta una mayor disposición y más actitudes positivas frente a su trabajo, lo que beneficia para que estén más atentos a escuchar las necesidades de sus clientes, estar más atentos y empáticos.
- d. Aumento en la rentabilidad: El aumento en la calidad al servicio al cliente tiene una alta relación con la rentabilidad, se generan trabajadores fidelizados, garantizando de esta manera un referido y aliados en futuros negocios.
- e. Innovación de productos y servicios: Cuando el trabajador se involucra de manera voluntaria con su organización, realiza esfuerzos adicionales para hacer que esta

crezca, desarrolla procesos creativos e investiga cómo optimizar los procesos ya existentes.

Por lo mencionado, es importante desarrollar el engagement en el ámbito laboral; ya que impulsará a que los trabajadores den un plus adicional en su puesto y funciones. Por ende, el engagement más que un compromiso, es una fuerte relación que forma el trabajador con su empresa. Es sentirse vinculado y concentrado en todo lo que se está realizando dentro de la organización.

2.1.6 Engagement en las Organizaciones

El engagement, en el ámbito laboral, va a depender de los recursos que la organización proporcione a sus colaboradores, como facilidades remuneratorias, ascensos a mejores cargos, ambiente cómodo, infraestructura idónea para el desarrollo de las funciones. (Bakker, Demerouti y Xanthopoulou, 2011).

Según investigaciones realizadas anteriormente, indican que al manejarse de manera adecuada el engagement se puede observar mayor rentabilidad en la organización, asimismo potencializarla como una herramienta que ayuda a prevenir problemas de salud; en este sentido busca proteger a los colaboradores, desarrollando un eficiente capital humano, por lo cual es preferible invertir en mantener una organización saludable comparado con pérdidas financieras por jornadas no trabajadas (Schaufeli y Bakker, 2003).

Se encuentran tres niveles fundamentales en los cuales se observa la influencia del engagement dentro de Recursos Humanos, en primer nivel, de carácter individual, se

disminuyen de las quejas, los indicadores de ausentismo bajan, mejorándose de esta manera el rendimiento, satisfacción y producción; en el segundo nivel, interpersonal, existe un mejor vínculo o relación entre el cliente y los trabajadores; en el tercer nivel, se contagia el engagement, organizacional, se ve reflejado en la retención de talento humano, de esta manera se mejora la imagen corporativa (Schaufeli y Bakker, 2003).

Por otro lado, Pintado (2014) menciona que cuando el colaborador participa de manera dinámica, activa y productiva, se le conoce como involucramiento organizacional en función a sus tareas laborales, invirtiendo tiempo y energía en ellos mismo, el cual percibe su trabajo como parte central de su vida. Cada colaborador implicado o engaged, se muestra dispuesto al cambio y logra el empoderamiento, la capacidad de realizar una tarea a través de su propia habilidad, así como la responsabilidad compartida.

Las organizaciones pueden desempeñar un rol protagónico para contagiar el engagement en sus colaboradores, anunciando y promoviendo actividades positivas de integración y fidelización laboral, así como también actividades para favorecer la salud y el bienestar laboral en todos sus niveles organizacionales.

2.1.7 Definición de termino

Engagement: Implicación, compromiso y fidelización con el trabajo, caracterizado por el vigor, dedicación y absorción de cada persona.

Dimensión vigor: Expresión de energía y resistencia, reflejando vitalidad elevada, así como rápido desenvolvimiento de las diversas ocupaciones.

Dimensión dedicación: Enganche y orgullo relacionado con el trabajo, está relacionado con las labores que ejecuta.

Dimensión absorción: Se expresa con la concentración, la sensación de disfrute del trabajo; caracterizada por el empeño y valor en el trabajo.

Turismo: Actividad recreativa realizada por personas que consiste en desplazarse fuera de su lugar habitual con fines de ocio, negocios u otros

Capítulo III

Método

3.1 Tipo de investigación y diseño de investigación

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

El diseño de investigación es no experimental de tipo transversal ya que se obtiene datos en un mismo momento, en un tiempo único, y debido a que no se manipularán variables, sino que se pretende conocer los niveles de engagement en los colaboradores de las empresas Nuevo Mundo viajes y Cóndor travel. Según Hernández y Fernández (2010), se entiende por investigación no experimental a la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, no se construye ninguna situación, sino que solo se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador.

3.2 Ámbito temporal y espacial

La investigación se realizó en las instalaciones de una empresa del rubro turístico, en la oficina principal ubicada en el distrito de Miraflores - Lima y en las sedes de Arequipa, Cusco, Chiclayo, Trujillo e Iquitos durante el mes de febrero – abril del año 2019.

3.3 Variables

3.3.1 Variable de estudio: Engagement laboral

3.3.1.1 Definición Conceptual: Un estado mental activo – positivo de realización vinculado con el trabajo, caracterizado por vigor, dedicación y absorción; siendo un estado cognitivo, emocional y de comportamiento propio del trabajador que se dirige hacia el bienestar organizacional (Schaufeli y Bakker, 2003).

3.3.1.2 Definición Operacional: Modo de responder a los reactivos de una escala cuyo contenido está relacionado con el compromiso y fidelización con el trabajo, caracterizado por el vigor, dedicación y absorción de cada persona examinada.

3.3.2 Variables de control

Empresa: Nuevo Mundo Viajes o Cóndor Travel.

Tipo de Turismo: Egresivo o Receptivo.

3.3.3 Variables asignadas

Edad, género y tiempo de servicio.

3.3.4 Operacionalización de Variables

| Variable | Definición Operacional | Dimensiones | Items | Instrumento | Escala | Valores |
|---------------------------|--|-----------------------|----------------------|---|-------------------------------|----------------|
| Engagement Laboral | Modo de responder a los reactivos de una escala cuyo contenido está relacionado con el compromiso y fidelización con el trabajo, caracterizado por el vigor, dedicación y absorción de cada persona examinada. | Vigor | 1, 4, 8, 12, 15, 17 | Escala Utrecht de Engagement en el trabajo (UWES) | Tipo Lickert | Ninguna |
| | | Dedicación | 2, 5, 7, 10, 13 | | | Ve - |
| | | Absorción | 3, 6, 9, 11, 14, 16 | | | Todos los días |
| Variable | Tipo o Naturaleza de Variable | de Escala de Medición | de Tipo de Respuesta | Criterio De Medición | Indicadores | Instrumento |
| Empresa Turística | V. Control Cualitativa | Nominal | Dicotómico | Tipo de Turismo | Egresivo (NM) o Receptivo(CT) | Encuesta |
| Edad | V. Asignada Cuantitativa | Ordinal | Politómica | Números de años cumplidos | Intervalo de edades | Encuesta |
| Género | V. Asignada Cualitativa | Nominal | Dicotómico | Masculino Femenino | Masculino o Femenino | Encuesta |
| Tiempo de servicio | V. Asignada Cuantitativa | Ordinal | Politómica | Tiempo laborando (años). | Intervalo de años | Encuesta |

3.4 Población y Muestra de estudio

La población la constituyen 144 trabajadores de la empresa de turismo egresivo, Nuevo Mundo Viajes, corresponden colaboradores que atienden a clientes que desean conocer otros países; y 141 de la empresa de turismo receptivo, Cóndor Travel, corresponden colaboradores que atienden a clientes que desean conocer el Perú, para ambas empresas se consideraron personas de ambos sexos, en un rango de edad de 20 a 65 años, distribuidos en sedes ubicados en Lima, Arequipa, Cusco, Chiclayo, Trujillo e Iquitos.

Para la elección del tamaño de la muestra se utilizó el método de las probabilidades de poblaciones finitas, determinada a un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 0.05; dando como resultado una muestra representativa de 105 colaboradores de la empresa Nuevo Mundo viajes y 104 colaboradores de la empresa Cóndor Travel. La muestra será tomada a través del muestreo probabilístico aleatorio simple.

Tabla 1

Distribución de la muestra según empresa y género.

| Género | Empresa | | | Total |
|-----------|--------------------|--------------------|--|-------|
| | Nuevo Mundo viajes | Cóndor Travel Perú | | |
| Femenino | 89 | 88 | | 177 |
| Masculino | 16 | 16 | | 32 |
| Total | 105 | 104 | | 209 |

a. Criterios de Inclusión:

Trabajadores de las empresas Nuevo Mundo Viajes y Cóndor Travel, que tengan atención directa con los clientes.

Que estén laborando un tiempo no menor a tres meses.

Que acepten desarrollar el test.

b. Criterios de Exclusión:

Trabajadores de otras áreas no comerciales, del back office o personal operativo.

Que estén laborando un tiempo menor a tres meses.

Quien se niegue a desarrollar el test.

3.5 Instrumento de medición

3.5.1 Escala Utrecht de engagement en el trabajo

Ficha Técnica

1. Descripción General

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

Autores: Wilmar Schaufeli y Arnold Bakker (2003).

Procedencia: Holanda.

Año: 2003

Adaptación en Perú: Ritzy Cárdenas (2016)

Aplicación: Individual – Colectiva

Dirigido: Adultos de 18 años en adelante.

Duración: 10 min

Finalidad: El cuestionario tiene como finalidad identificar el nivel de compromiso en los trabajos como también identificar el nivel de sus dimensiones. Dimensión I: Vigor, Dimensión II: Dedicación, y Dimensión III: Absorción.

1.2 Variable y dimensiones

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 en las empresas.

El cuestionario UWES mide el nivel de Engagement en trabajadores, y sus en tres dimensiones: Vigor, dedicación, y Absorción. Está disponible en 10 idiomas (Alemán, Español, Finlandés, Francés, Griego, Holandés, Inglés, Noruego, Portugués y Sueco) y existe esa base de datos internacional que incluye a 25.000 empleados de 13 países diferentes (Salanova y Schaufeli, 2009).

Componente:

Nivel de engagement. Representado por la suma de las puntuaciones directas de toda la escala.

Dimensiones:

Dimensión I: Vigor: Agrupa aquellas conductas que se identifican por altos niveles de energía y resistencia mental mientras se está trabajando, se transmite el deseo de invertir esfuerzo en el trabajo que se está realizando, incluso cuando existan dificultades.

Dimensión II: Dedicación: Representa aquellas conductas características por la alta implicación laboral, junto con entusiasmo, inspiración, fidelización, orgullo y reto por el trabajo.

Dimensión III: Absorción: Agrupa aquellas conductas características cuando se está concentrado y feliz trabajando, se puede llegar a considerar que el tiempo pasa rápidamente y es difícil desconectarse de actividades laborales.

1.3 Ámbitos de Aplicación

Los autores Schaufeli y Bakker (2003) el instrumento Utrecht Work Engagement Scale (UWES – 17) mencionan que este cuestionario mide las actitudes hacia el trabajo, fue diseñada para una población de trabajadores.

1.4 Material para la aplicación

Para la aplicación del Cuestionario Utrecht Work Compromiso Scale (UWES – 17), se utiliza lapiceros y un cronometro para controlar el tiempo de aplicación.

2. Normas de Aplicación

2.1 Instrucciones Generales

El Cuestionario Utrecht Work Compromiso Scale (UWES – 17) 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 un

máximo de acuerdo es 6 que es siempre. Se indica las respuestas del 0 al 6, de acuerdo a la pregunta afirmativa, así hasta completar los 17 ítems.

2.2 Normas para la Corrección y Puntuación

Para los criterios de calificación del Cuestionario Utrecht Work Compromiso Scale (UWES – 17) se debe de seguir el siguiente procedimiento:

La corrección de los datos del instrumento se realiza una verificación de que cada ítem haya sido contestado. Las puntuaciones que se obtienen por cada sub escala son puntajes directos de la suma de los ítems que lo componen. Y luego del sumatorio total por escala, se obtiene un total por cada escala. Se responden las 17 preguntas en del 0 al 6, donde una mayor puntuación representa una mayor presencia de Engagement en el trabajador.

Las modalidades de respuesta son de 0 como nunca, 1 casi nunca, 2 algunas veces, 3 regularmente, 4 bastante veces, 5 casi siempre y un máximo de acuerdo es 6.

Nivel de Engagement. Representado por la suma de las puntuaciones directas de toda la escala.

Debe obtener un nivel entre 0 y 102 puntos

Dimensión I: Vigor: En este factor el Puntaje Directo (PD) se obtiene del sumatorio total de los 6 ítems que lo componen, en sí sería de la siguiente manera:

$$PD (VI) = \text{ítem1} + \text{ítem4} + \text{ítem8} + \text{ítem12} + \text{ítem15} + \text{ítem17}$$

En la cual su valor mínimo de cada ítem sería 0 y su valor máximo 6

Dimensión II: Dedicación: Para el puntaje de la dimensión se hace una suma de los 5 ítems que lo componen, que en este caso son 5 ítems:

$$PD (DE) = \text{ítem2} + \text{ítem5} + \text{ítem7} + \text{ítem10} + \text{ítem13}$$

En la cual su valor mínimo de cada ítem sería 0 y su valor máximo 6.

Dimensión III: Absorción: Para el PD de la última escala, que se compone de 5 ítems, se hace la sumatoria siguiente:

$$PD (AB) = \text{ítem3} + \text{ítem6} + \text{ítem9} + \text{ítem11} + \text{ítem14} + \text{ítem16}$$

En la cual su valor mínimo de cada ítem sería 0 y su valor máximo 6.

Para todas las escalas

Transforme la puntuación directa con la ayuda del baremo.

3. Desarrollo y validación

3.1 Estudio de investigaciones sobre la validación y confiabilidad en el País de Origen

El instrumento utilizado fue la Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo (UWES), creada por los autores Wilmar Schaufeli y Arnold Bakker en el año 2003, de procedencia Holandesa. El instrumento originalmente presentaba 24 ítems; sin embargo, después de realizar diversos estudios psicométricos en dos muestras diferentes de colaboradores y estudiantes, se eliminaron 7 ítems que fueron identificados como inconsistentes. La versión final consta de 17 ítems y actualmente el UWES posee 3 versiones: UWES-17, UWES-15 y UWES-9, asimismo, posee

validez de 0.65, consistiendo en tres escalas que son altamente correlacionadas, la correlación entre las variables latentes presenta un intervalo entre 0.80 y 0.90 y la consistencia Interna Alpha de Cronbach oscila entre 0.82 y 0.93. Cárdenas (2016).

3.2 Estudios de investigaciones sobre la validación y confiabilidad en el Perú

Ritzy Aydeé Cárdenas Sánchez en el 2016 investigó acerca de las propiedades psicométricas de la Escala Utrecht de Engagement en el trabajo en colaboradores de empresas manufactureras del Distrito de Moche, se tuvo como población a 670 colaboradores y una muestra representativa de 317, incluyendo a 188 varones y 129 mujeres con edades comprendidas entre 18 y 65 años, de grupos ocupacionales de nivel administrativo y operario.

3.2.1 Análisis de confiabilidad a través de consistencia interna de Alpha de Cronbach para UWES

Para la confiabilidad del instrumento, se utilizó el procedimiento estadístico mediante consistencia interna obtenida a través del coeficiente Alpha de Cronbach mostró puntuaciones entre 0.70 y 0.89.

En la Tabla 2, se presentan las estimaciones de confiabilidad mediante los coeficientes de consistencia interna obtenida a partir de una muestra de 317 trabajadores de ambos sexos; utilizando para ello el Alpha de Cronbach.

Como se puede apreciar los valores Alpha de Cronbach, muestran que cada uno de los componentes presenta una buena homogeneidad, evidenciando la existencia de una alta consistencia interna.

Tabla 2

Índice de consistencia interna mediante el Alpha de Cronbach (N=317)

| Dimensiones | Ítems | Alpha |
|--------------------|--------------|--------------|
| Vigor | 6 | 0,70 |
| Dedicación | 5 | 0,80 |
| Absorción | 6 | 0,76 |
| Escala Total | 17 | 0,89 |

3.2.2 Validez de constructo mediante la técnica de análisis ítem-test

Para la validación del UWES – 17 se realizó los índices de homogeneidad según ítem-test obteniendo valores entre 0.40 y 0.71, en el AFE se encontró cargas factoriales altas para cada factor, determinando tres factores, el AFC obtuvo evidencia estadística altamente significativa ($p < .01$), haciendo posible la formación de tres factores. De tal modo se confirma la validez de constructo propuesto por la Utrecht Work Engagement Scale (UWES).

Tabla 3

Validez de constructo ítem-test de UWES

| | Ítems | ítem-test |
|---------|---|-----------|
| Ítem 1 | En mi trabajo me siento lleno de energía (VII)* | 0.50 |
| Ítem 2 | Mi trabajo está lleno de significado y propósito (DE1) | 0.56 |
| Ítem 3 | El tiempo vuela cuando estoy trabajando (AB1) | 0.40 |
| Ítem 4 | Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo (VI2)* | 0.44 |
| Ítem 5 | Estoy entusiasmado con mi trabajo (DE2)* | 0.64 |
| Ítem 6 | Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mí (AB2) | 0.40 |
| Ítem 7 | Mi trabajo me inspira (DE3)* | 0.64 |
| Ítem 8 | Cuando me levanto por las mañanas tengo ganas de ir a trabajar (VI3)* | 0.50 |
| Ítem 9 | Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo (AB3)* | 0.66 |
| Ítem 10 | Estoy orgulloso del trabajo que hago (DE4)* | 0.58 |
| Ítem 11 | Estoy inmerso en mi trabajo (AB4)* | 0.71 |
| Ítem 12 | Puedo continuar trabajando durante largos períodos de tiempo (VI4) | 0.54 |
| Ítem 13 | Mi trabajo es retador (DE5) | 0.62 |
| Ítem 14 | Me “dejo llevar” por mi trabajo (AB5)* | 0.61 |
| Ítem 15 | Soy muy persistente en mi trabajo (VI5) | 0.59 |
| Ítem 16 | Me es difícil ‘desconectarme’ de mi trabajo (AB6) | 0.45 |
| Ítem 17 | Incluso cuando las cosas no van bien, continuo trabajando (VI6) | 0.40 |

Nota: r Coeficientes de correlación de Pearson entre ítem – test corregido.

4. Normas de Interpretación

4.1 Aspectos Generales de interpretación

Como se mencionó se suman las respuestas total y por cada dimensión según cada sub-escala, en las modalidades de respuesta son de 0 como nunca, 1 casi nunca, 2 algunas veces, 3 regularmente, 4 bastante veces, 5 casi siempre y un máximo de acuerdo es 6, donde toman el valor del 0 al 6; de estos resultados se puede interpretar

si la muestra de la investigación presenta una nivel bajo, promedio bajo, promedio, promedio alto y alto; lo cual indica rasgos de su percepción respecto a su realidad en el trabajo.

4.2 Baremos originales y los de adaptación al país debidamente citados con sus referencias

Para establecer los niveles categóricos, presencia de menor o mayor nivel de engagement en trabajadores, a fin de clasificar e interpretar los puntajes directos obtenidos en la escala de UWES, se ha estimado la distribución de los puntajes directos en función de los valores percentilares. Esta categorización se lleva acabo teniendo en cuenta la forma original de calificación del instrumento, que está diseñado para establecer el nivel de engagement.

Tabla 4

Baremos del UWES

| Nivel | Engagement | Vigor | Dedicación | Absorción |
|---------------|------------|---------|------------|-----------|
| Bajo | 48 – 59 | 18 – 23 | 13 – 16 | 12 – 18 |
| Promedio Bajo | 60 – 73 | 24 – 26 | 17 – 20 | 19 – 23 |
| Promedio | 74 – 93 | 27 – 30 | 21 – 24 | 24 – 31 |
| Promedio alto | 94 – 99 | 31 – 34 | 25 – 28 | 32 – 34 |
| Ato | 100 – 102 | 35 – 36 | 29 – 30 | 35 – 36 |

3.6 Procedimientos

La presente investigación se desarrolló en tres etapas según el cronograma programado:

En la primera etapa se procedió a planificar las actividades a realizarse, como también la recolección de la información de investigaciones previas y para el marco teórico.

La segunda etapa se realizó el trabajo en campo, se definió el lugar de aplicación, se coordinó las fechas con las sedes y áreas encargadas. Una vez seleccionada la muestra se procedió a la aplicación del cuestionario, se procedió de manera presencial y virtual. Presencial en la oficina principal, donde se aplicó la encuesta en grupos pequeños utilizando salas reservadas, y vía online a través de la plataforma Google Drive, con un plazo 3 días para enviar sus respuestas.

Finalmente, en la tercera etapa se procedió al análisis estadístico de los datos obtenido con el paquete estadístico SPSS versión 25, se realizó la interpretación e integración de los resultados, contrastándolos con los estudios previos y la base teórica.

3.7 Análisis de Datos

El método de análisis de datos empleado fue con el programa estadístico SPSS versión 25, ya que, la presente investigación pertenece a un enfoque cuantitativo.

3.7.1 Análisis descriptivos y de comparación

Se realizó el análisis de datos descriptivos de la variable en la muestra, para lo cual se aplicó la prueba de normalidad K-S, para determinar la distribución de la muestra y con ello se decidió que prueba, paramétrica o no paramétrica, se aplicaría.

Para la comparación del engagement laboral y sus dimensiones por empresas, y según el género se aplicó la Prueba U de Mann Withney, para el tiempo de permanencia y rango de edad se usó la Prueba de Kruskal Wallis.

3.8 Consideraciones éticas

Se solicitó los permisos respectivos para la recolección de la información, al mismo tiempo que se les informó a cada participante sobre la finalidad de la investigación. Finalmente, se garantiza la confidencialidad de la información proporcionada por los colaboradores que accedan a ser partícipes de modo voluntario del estudio.

Capítulo IV

Resultados

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

4.1 Medidas de tendencia central y prueba de normalidad para la variable engagement, teniendo en cuenta el tipo de turismo.

En la Tabla 5 indica los datos descriptivos de medida de tendencia central y verifica la prueba de bondad de ajuste K-S, cuyos valores nos indican que para el Engagement presenta una distribución no normal ($p < .05$) utilizando un análisis para pruebas no paramétricas.

Tabla 5

Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para el Engagement laboral.

| Variable | Media | D.S | C.V | K-S | P |
|------------|-------|--------|---------|-------|-------|
| Engagement | 77.00 | 13.218 | 174.716 | 0.085 | 0.001 |

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

En los resultados de la Tabla 6 se indican los datos descriptivos de medida de tendencia central y se comprueba la prueba de bondad de ajuste K-S, cuyos valores nos indican que para el Engagement según el tipo de turismo, egresivo y receptivo, presenta una distribución no normal ($p < .05$) utilizando un análisis para pruebas no paramétricas.

Tabla 6

Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para el Engagement laboral por empresas de turismo.

| Engagement | Media | D.S | C.V | K-S | P |
|-------------------|-------|--------|---------|-------|-------|
| Turismo Egresivo | 75.77 | 13.678 | 187.101 | 0.089 | 0.042 |
| Turismo Receptivo | 78.23 | 12.682 | 160.839 | 0.103 | 0.008 |

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

4.2 Frecuencias y porcentajes para la variable engagement, teniendo en cuenta el tipo de turismo.

En la tabla 7 se muestra los niveles en frecuencias y porcentajes del Engagement laboral, donde el 56.5% tiene un engagement promedio laboral, solo un 1.0% alcanzo un nivel alto de engagement y un 12.4% posee un nivel bajo.

Tabla 7

Porcentajes de frecuencia del Engagement laboral.

| Engagement | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Alto | 2 | 1.0% |
| Promedio alto | 17 | 8.1% |
| Promedio | 118 | 56.5% |
| Promedio bajo | 46 | 22.0% |
| Bajo | 26 | 12.4% |
| Total | 209 | 100.0% |

En los resultados de la tabla 8 se muestra los niveles en frecuencias y porcentajes del Engagement laboral según el tipo de turismo, donde el 62.5% tiene un engagement promedio

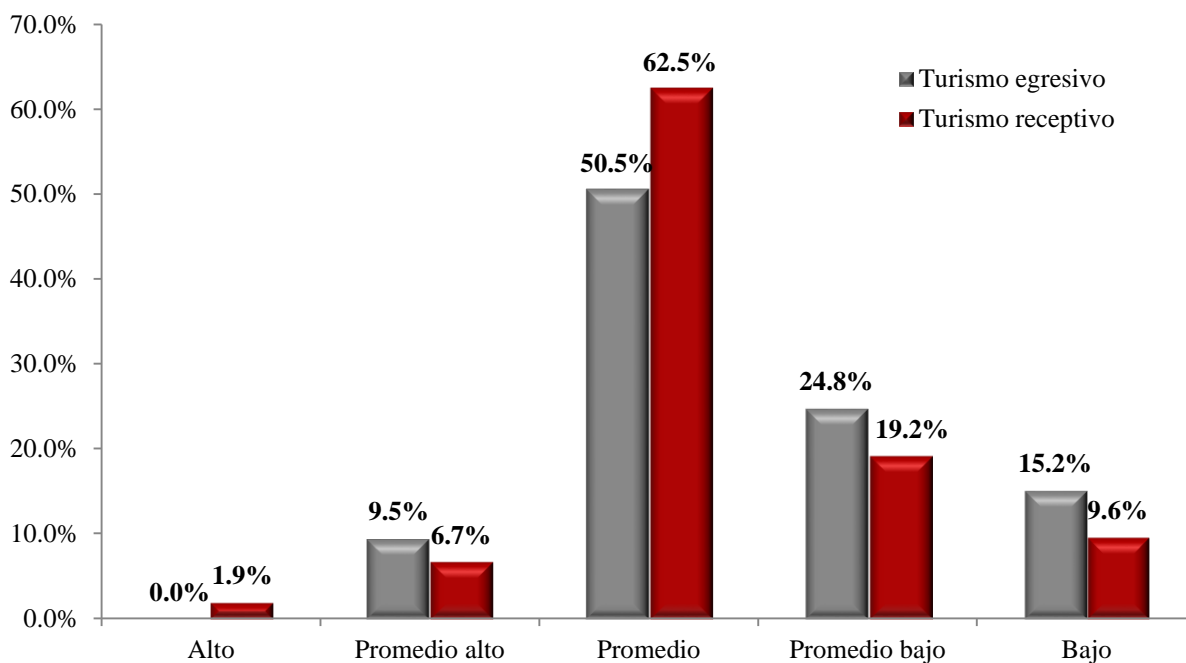
laboral del turismo receptivo, solo un 50.5% alcanzo un nivel promedio de engagement en el turismo egresivo.

Tabla 8

Porcentajes de frecuencia del Engagement laboral por empresas de turismo.

| Engagment | Turismo egresivo | | Turismo receptivo | |
|---------------|------------------|------------|-------------------|------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje |
| Alto | 0 | 0.0% | 2 | 1.9% |
| Promedio alto | 10 | 9.5% | 7 | 6.7% |
| Promedio | 53 | 50.5% | 65 | 62.5% |
| Promedio bajo | 26 | 24.8% | 20 | 19.2% |
| Bajo | 16 | 15.2% | 10 | 9.6% |
| Total | 105 | 100.0% | 104 | 100.0% |

Asimismo, se en la figura 1 se puede notar que el tipo de turismo receptivo posee un mayor nivel de Engagement en contraste con el tipo de turismo egresivo.



Figural. Comparación de porcentajes del Engagement laboral por empresas de turismo.

4.3 Comparación de la variable engagement por empresa del sector turismo, teniendo en cuenta el tipo de turismo.

Para cumplir con el objetivo 1, se halló el coeficiente U de Mann – Whitney en la tabla 10, se comparó el Engagement según el tipo de turismo por lo que obtuvo un valor de 0.201, indicando que no existen diferencias significativas del Engagement laboral; por tanto se rechazaría la hipótesis 1.

Tabla 9

Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para el Engagement laboral según empresa de turismo.

| Variable | U | Z | P |
|-----------|--------|--------|-------|
| Engagment | 4901.5 | -1.278 | 0.201 |

n.s. Diferencias no significativas ($p > .05$)

4.4 Medidas de tendencia central y prueba de normalidad de la variable engagement para el rango de edad, género y tiempo de servicios.

En los resultados de la Tabla 10 muestra los datos descriptivos de medida de tendencia central y verifica la prueba de bondad de ajuste K-S, para el engagement según rangos de edad, cuyos valores nos indican que para el Engagement presenta una distribución no normal ($p < .05$) utilizando un análisis para pruebas no paramétricas.

Tabla 10

Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para la variable engagement según el rango de edad.

| Edad | Media | D.S | C.V | K-S | P |
|-------------------------|-------|--------|---------|-------|-------|
| De 22 a 30 años | 78.05 | 11.631 | 135.277 | 0.077 | 0.147 |
| Más de 30 hasta 33 años | 73.22 | 15.098 | 227.949 | 0.203 | 0.006 |
| Más de 33 años | 76.88 | 14.439 | 208.473 | 0.095 | 0.081 |

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

Asimismo, para los resultados de la Tabla 11 muestra los datos descriptivos de medida de tendencia central y verifica la prueba de bondad de ajuste K-S, para el engagement según el género, cuyos valores nos indican que para el Engagement presenta una distribución no normal ($p < .05$) utilizando un análisis para pruebas no paramétricas.

Tabla 11

Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para la variable engagement según género.

| Género | Media | D.S | C.V | K-S | P |
|-----------|-------|--------|---------|-------|-------|
| Femenino | 77.07 | 12.806 | 163.984 | 0.094 | 0.001 |
| Masculino | 76.59 | 15.527 | 241.088 | 0.147 | 0.078 |

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

De la misma forma, para los resultados de la Tabla 12 se muestra los datos descriptivos de medida de tendencia central y verifica la prueba de bondad de ajuste K-S, para el engagement según el tiempo de servicio, cuyos valores nos indican que para el Engagement presenta una distribución no normal ($p < .05$) para los colaborados que trabajan menor a cuatro años por lo cual se utilizará un análisis para pruebas no paramétricas, y para los colaborados que trabajan más de cuatro años presentan una distribución normal ($p > .05$).

Tabla 12

Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para la variable engagement según tiempo de servicios.

| Tiempo de servicios | Media | D.S | C.V | K-S | P |
|---------------------------|-------|--------|---------|-------|--------|
| Hasta 2 años | 78.54 | 12.227 | 149.488 | 0.084 | 0.082 |
| Más de 2 año hasta 4 años | 78.05 | 13.060 | 170.576 | 0.123 | 0.139 |
| Más de 4 años | 74.32 | 14.323 | 205.150 | 0.079 | 0.200* |

* Este es un límite inferior de la significación verdadera.

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

4.5 Frecuencias y porcentajes para la variable engagement según el rango de edad, género y tiempo de servicios, teniendo en cuenta el tipo de turismo.

En la tabla 13 se muestra los niveles en frecuencias y porcentajes del Engagement laboral según los rangos de edad y el tipo de turismo, donde las personas de 30 a 33 años poseen un 59.3% de engagement laboral promedio, teniendo el 64.3% los colaboradores de turismo receptivo.

Tabla 13

Medias y porcentajes de Engagement laboral según rangos de edad en dos empresas de turismo.

| Edad | Engagement | Turismo egresivo | | Turismo receptivo | | Total | |
|-------------------------|---------------|------------------|-------|-------------------|-------|-------|-------|
| | | N | % | N | % | N | % |
| De 22 a 30 años | Alto | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| | Promedio alto | 4 | 10.3% | 5 | 7.6% | 9 | 8.6% |
| | Promedio | 19 | 48.7% | 41 | 62.1% | 60 | 57.1% |
| | Promedio bajo | 12 | 30.8% | 15 | 22.7% | 27 | 25.7% |
| | Bajo | 4 | 10.3% | 5 | 7.6% | 9 | 8.6% |
| Más de 30 hasta 33 años | Alto | 0 | 0.0% | 1 | 7.1% | 1 | 3.7% |
| | Promedio alto | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| | Promedio | 7 | 53.8% | 9 | 64.3% | 16 | 59.3% |
| | Promedio bajo | 1 | 7.7% | 1 | 7.1% | 2 | 7.4% |
| | Bajo | 5 | 38.5% | 3 | 21.4% | 8 | 29.6% |
| Más de 33 años | Alto | 0 | 0.0% | 1 | 4.2% | 1 | 1.3% |
| | Promedio alto | 6 | 11.3% | 2 | 8.3% | 8 | 10.4% |
| | Promedio | 27 | 50.9% | 15 | 62.5% | 42 | 54.5% |
| | Promedio bajo | 13 | 24.5% | 4 | 16.7% | 17 | 22.1% |
| | Bajo | 7 | 13.2% | 2 | 8.3% | 9 | 11.7% |

Asimismo, en la tabla 14 se muestra los niveles en frecuencias y porcentajes del Engagement laboral según el género y el tipo de turismo, donde las mujeres poseen un 57.1% de engagement laboral promedio, teniendo el 64.8% las mujeres de turismo receptivo.

Tabla 14

Medias y porcentajes de Engagement laboral según género en dos empresas de turismo.

| | | Turismo egresivo | | Turismo receptivo | | Total | |
|-----------|---------------|------------------|-------|-------------------|-------|-------|-------|
| | | N | % | N | % | N | % |
| Femenino | Alto | 0 | 0.0% | 1 | 1.1% | 1 | 0.6% |
| | Promedio alto | 9 | 10.1% | 4 | 4.5% | 13 | 7.3% |
| | Promedio | 44 | 49.4% | 57 | 64.8% | 101 | 57.1% |
| | Promedio bajo | 24 | 27.0% | 17 | 19.3% | 41 | 23.2% |
| | Bajo | 12 | 13.5% | 9 | 10.2% | 21 | 11.9% |
| Masculino | Alto | 0 | 0.0% | 1 | 6.3% | 1 | 3.1% |
| | Promedio alto | 1 | 6.3% | 3 | 18.8% | 4 | 12.5% |
| | Promedio | 9 | 56.3% | 8 | 50.0% | 17 | 53.1% |
| | Promedio bajo | 2 | 12.5% | 3 | 18.8% | 5 | 15.6% |
| | Bajo | 4 | 25.0% | 1 | 6.3% | 5 | 15.6% |

Del mismo modo, en la tabla 15 se muestra los niveles en frecuencias y porcentajes del Engagement laboral según el tiempo de servicio y el tipo de turismo, donde los colaboradores que trabajan hasta dos años poseen un 61.2% de engagement laboral promedio, teniendo el 67.2% de turismo receptivo.

Tabla 15

Medias y porcentajes de Engagement laboral según tiempo de servicio en dos empresas de turismo.

| | | Turismo egresivo | | Turismo receptivo | | Total | |
|---------------------------|---------------|------------------|-------|-------------------|-------|-------|-------|
| | | N | % | N | % | N | % |
| Hasta 2 años | Alto | 0 | 0.0% | 1 | 1.6% | 1 | 1.0% |
| | Promedio alto | 1 | 2.9% | 7 | 10.9% | 8 | 8.2% |
| | Promedio | 17 | 50.0% | 43 | 67.2% | 60 | 61.2% |
| | Promedio bajo | 11 | 32.4% | 9 | 14.1% | 20 | 20.4% |
| | Bajo | 5 | 14.7% | 4 | 6.3% | 9 | 9.2% |
| Más de 2 año hasta 4 años | Alto | 0 | 0.0% | 1 | 5.6% | 1 | 2.6% |
| | Promedio alto | 3 | 14.3% | 0 | 0.0% | 3 | 7.7% |
| | Promedio | 11 | 52.4% | 11 | 61.1% | 22 | 56.4% |
| | Promedio bajo | 5 | 23.8% | 4 | 22.2% | 9 | 23.1% |
| | Bajo | 2 | 9.5% | 2 | 11.1% | 4 | 10.3% |
| Más de 4 años | Alto | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| | Promedio alto | 6 | 12.0% | 0 | 0.0% | 6 | 8.3% |
| | Promedio | 25 | 50.0% | 11 | 50.0% | 36 | 50.0% |
| | Promedio bajo | 10 | 20.0% | 7 | 31.8% | 17 | 23.6% |
| | Bajo | 9 | 18.0% | 4 | 18.2% | 13 | 18.1% |

4.6 Comparación de la variable engagement por empresa del sector turismo según el rango de edad, género y tiempo de servicios, teniendo en cuenta el tipo de turismo.

En los resultados de la tabla 16 se presenta el valor del coeficiente H de Kruskal – Wallis para comparar el Engagement según rangos de edad, teniendo un valor de 0.369, asimismo, según el tipo de turismo Egresivo tiene un valor de 0.211 y turismo Receptivo un valor de 0.925, por lo cual, no existen diferencias significativas en el Engagement laboral. Por tanto se rechaza parcialmente la hipótesis 2.

Tabla 16

Análisis de la prueba H de Kruskal-Wallis para comparar el Engagement según edad en dos empresas de turismo.

| Variable | gl | P |
|-------------------|----|-------|
| Engagement | 2 | 0.369 |
| Turismo egresivo | 2 | 0.211 |
| Turismo receptivo | 2 | 0.925 |

n.s. Diferencias no significativas ($p > .05$)

En la tabla 17 se presenta el valor del coeficiente U de Mann – Whitney para comparar el Engagement según el género, se obtuvo un valor de 0.986, asimismo, según el tipo de turismo Egresivo tiene un valor de 0.435 y turismo Receptivo un valor de 0.454, por lo cual, no existen diferencias significativas en el Engagement laboral. Por tanto se rechaza parcialmente la hipótesis 2.

Tabla 17

Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para el Engagement laboral según género en dos empresas de turismo.

| Variable | U | Z | P |
|-------------------|---------|--------|-------|
| Engagement | 2826.5 | -0.017 | 0.986 |
| Turismo egresivo | 624.500 | -0.781 | 0.435 |
| Turismo receptivo | 621.000 | -0.748 | 0.454 |

n.s. Diferencias no significativas ($p > .05$)

Finalmente en la tabla 18 se presenta el valor del coeficiente H de Kruskal-Wallis para comparar el Engagement según el tiempo de servicio, se obtuvo un valor de 0.158, asimismo, según el tipo de turismo Egresivo tiene un valor de 0.430, por lo cual, no existen

diferencias significativas en el Engagement laboral; y para el turismo Receptivo se obtuvo un valor de 0.025, donde existirían diferencias significativas en el tiempo de servicio, por tanto se rechaza parcialmente la hipótesis 2.

Tabla 18

Análisis de la prueba H de Kruskal-Wallis para comparar el Engagement según tiempo de servicio en dos empresas de turismo.

| Variable | gl | P |
|-------------------|----|--------|
| Engagement | 2 | 0.158 |
| Turismo egresivo | 2 | 0.430 |
| Turismo receptivo | 2 | 0.025* |

n.s. Diferencias no significativas ($p > .05$)

* Diferencias significativas ($p < .05$)

4.7 Medidas de tendencia central y prueba de normalidad para las dimensiones de la variable engagement, teniendo en cuenta el tipo de turismo.

En los resultados de la Tabla 19 muestra los datos descriptivos de medida de tendencia central y verifica la prueba de bondad de ajuste K-S, para las dimensiones del engagement, cuyos valores nos indican que para el Engagement presenta una distribución no normal ($p < .05$) utilizando un análisis para pruebas no paramétricas.

Tabla 19

Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para las dimensiones del Engagement laboral.

| Dimensiones | Media | D.S | C.V | K-S | P |
|-------------|-------|-------|--------|-------|-------|
| Vigor | 27.69 | 4.863 | 23.648 | 0.106 | 0.000 |
| Dedicación | 23.95 | 4.573 | 20.911 | 0.155 | 0.000 |
| Absorción | 25.35 | 5.280 | 27.874 | 0.090 | 0.000 |

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

Asimismo en la Tabla 20 muestra los datos descriptivos de medida de tendencia central y verifica la prueba de bondad de ajuste K-S, para las dimensiones del engagement según el tipo de turismo, cuyos valores nos indican que para el Engagement presenta una distribución no normal ($p < .05$) utilizando un análisis para pruebas no paramétricas.

Tabla 20

Media, desviación estándar, coeficientes de variación y prueba de bondad de ajuste para las dimensiones del Engagement laboral por empresas de turismo.

| Dimensiones | | Media | D.S | C.V | K-S | P |
|-------------|-------------------|-------|-------|--------|-------|-------|
| Vigor | Turismo Egresivo | 27.24 | 4.939 | 24.395 | 0.101 | 0.011 |
| | Turismo Receptivo | 28.14 | 4.765 | 22.707 | 0.123 | 0.001 |
| Dedicación | Turismo Egresivo | 23.62 | 4.762 | 22.680 | 0.157 | 0.000 |
| | Turismo Receptivo | 24.29 | 4.370 | 19.100 | 0.151 | 0.000 |
| Absorción | Turismo Egresivo | 24.91 | 5.376 | 28.906 | 0.087 | 0.047 |
| | Turismo Receptivo | 25.80 | 5.168 | 26.706 | 0.092 | 0.029 |

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

4.8 Frecuencias y porcentajes para las dimensiones de la variable engagement, teniendo en cuenta el tipo de turismo.

En la tabla 21 se muestra los niveles en frecuencias y porcentajes de las dimensiones del Engagement laboral según el tipo de turismo, donde la dimensión absorción poseen un 54.1% de engagement laboral promedio, teniendo el 56.7% los colaboradores de turismo receptivo.

Tabla 21

Medias y porcentajes por las dimensiones Vigor, Dedicación y Absorción en dos empresas de turismo.

| Dimensiones | Turismo egresivo | | Turismo receptivo | | Total | | |
|-------------|------------------|----|-------------------|----|-------|-----|-------|
| | N | % | N | % | N | % | |
| Vigor | Alto | 5 | 4.8% | 5 | 4.8% | 10 | 4.8% |
| | Promedio alto | 29 | 27.6% | 35 | 33.7% | 64 | 30.6% |
| | Promedio | 28 | 26.7% | 32 | 30.8% | 60 | 28.7% |
| | Promedio bajo | 16 | 15.2% | 17 | 16.3% | 33 | 15.8% |
| | Bajo | 27 | 25.7% | 15 | 14.4% | 42 | 20.1% |
| Dedicación | Alto | 16 | 15.2% | 22 | 21.2% | 38 | 18.2% |
| | Promedio alto | 41 | 39.0% | 39 | 37.5% | 80 | 38.3% |
| | Promedio | 23 | 21.9% | 22 | 21.2% | 45 | 21.5% |
| | Promedio bajo | 15 | 14.3% | 15 | 14.4% | 30 | 14.4% |
| | Bajo | 10 | 9.5% | 6 | 5.8% | 16 | 7.7% |
| Absorción | Alto | 0 | 0.0% | 3 | 2.9% | 3 | 1.4% |
| | Promedio alto | 13 | 12.4% | 11 | 10.6% | 24 | 11.5% |
| | Promedio | 54 | 51.4% | 59 | 56.7% | 113 | 54.1% |

| | | | | | | |
|---------------|----|-------|----|-------|----|-------|
| Promedio bajo | 24 | 22.9% | 22 | 21.2% | 46 | 22.0% |
| Bajo | 14 | 13.3% | 9 | 8.7% | 23 | 11.0% |

Asimismo, en la figura 2 se puede notar que para la dimensión vigor el tipo de turismo receptivo posee un nivel de Engagement promedio alto (33.7%) y promedio (30.8%) es mayor en contraste con el tipo de turismo egresivo.

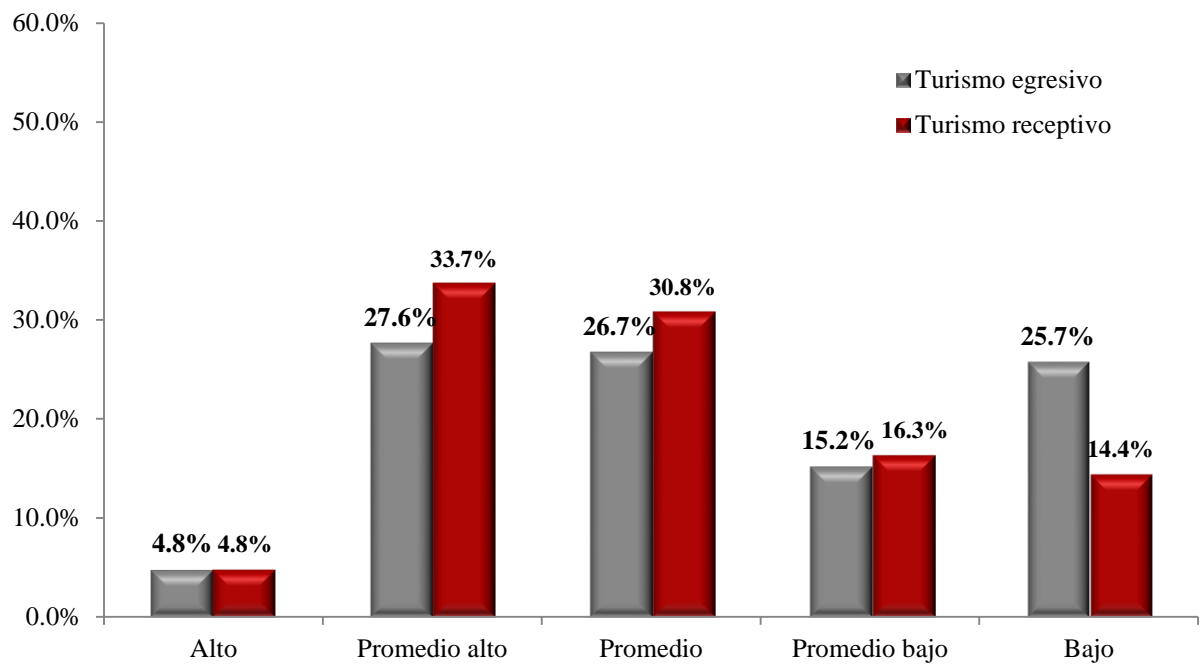


Figura2. Comparación de porcentajes de la dimensión Vigor por empresas de turismo.

Por otro lado, en la figura 3 se puede notar que para la dimensión dedicación el tipo de turismo egresivo posee un nivel de Engagement promedio alto (39.0%) y promedio (21.9%) es mayor en contraste con el tipo de turismo receptivo.

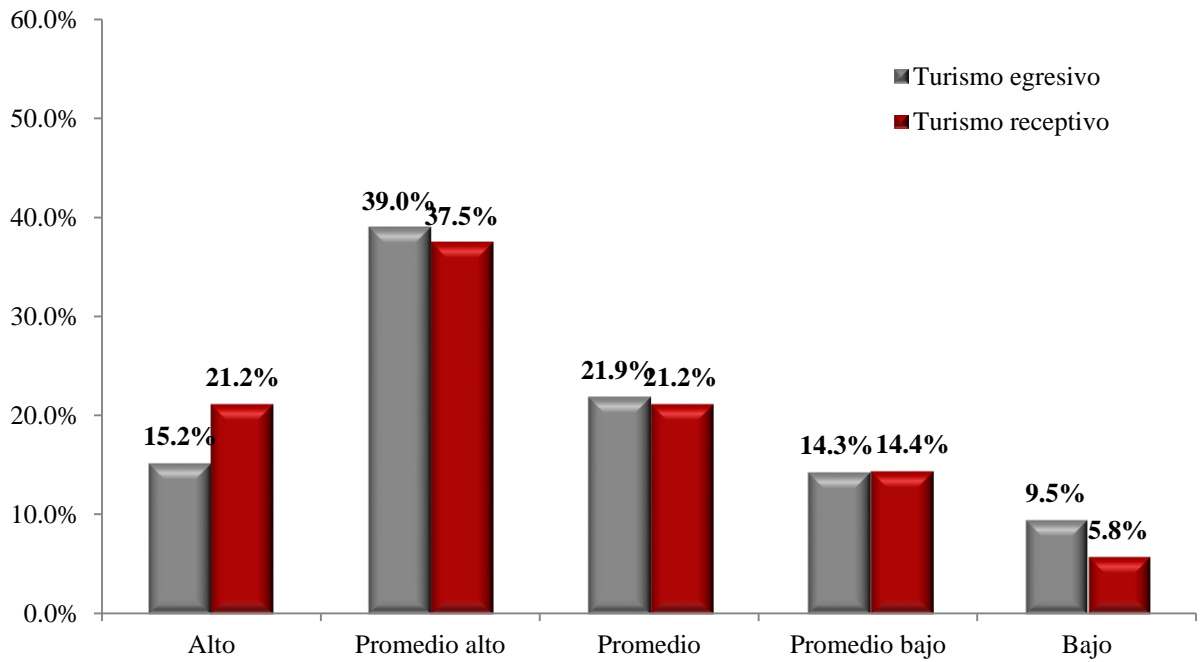


Figura3. Comparación de porcentajes de la dimensión Dedicación por empresas de turismo.

Por último, en la figura 4 se puede notar que para la dimensión absorción el tipo de turismo receptivo posee un nivel de Engagement promedio alto (67.7%) es mayor en contraste con el tipo de turismo egresivo.

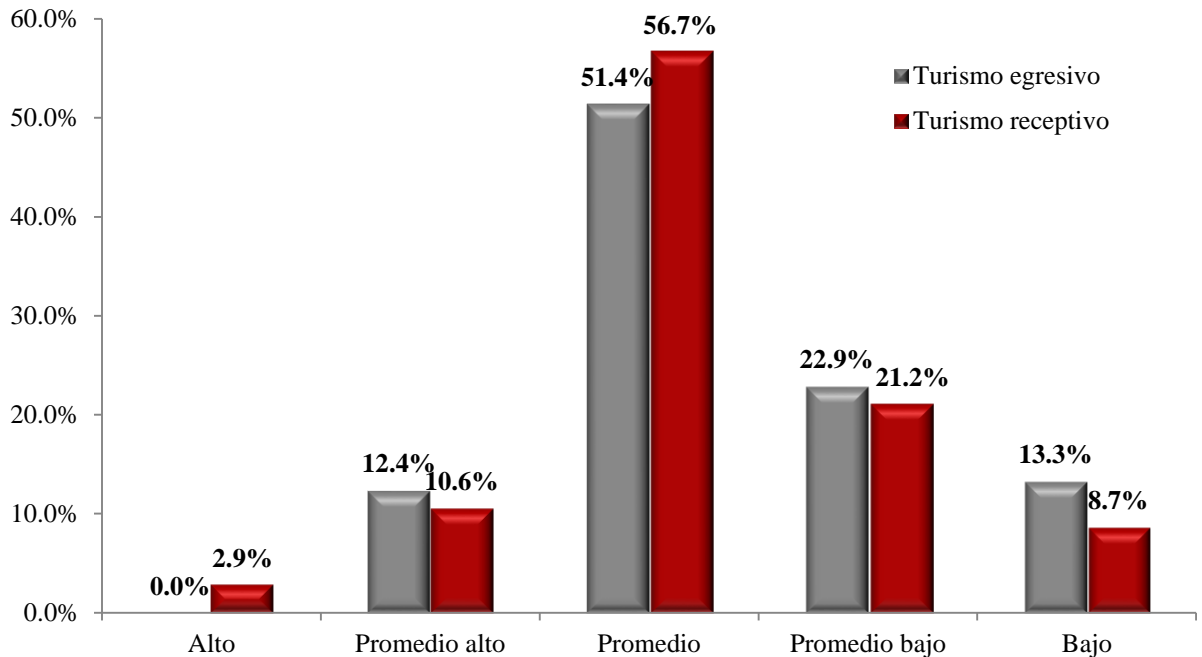


Figura 4. Comparación de porcentajes de la dimensión Absorción por empresas de turismo.

4.9 Comparación de las dimensiones de la variable engagement por empresa del sector turismo.

En los resultados de la tabla 22 se presenta el valor del coeficiente H de Kruskal – Wallis para la dimensión Vigor del Engagement, donde tiene un valor de 0.162, por lo cual, se estima que no existen diferencias significativas en las dimensiones del Engagement laboral que perciben los trabajadores según el tipo de turismo, rechazándose la hipótesis 3.

Tabla 22

Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para para la dimensión Vigor en dos empresas de turismo.

| Variable | U | Z | P |
|----------|----------|--------|-------|
| Vigor | 4850.500 | -1.398 | 0.162 |

n.s. Diferencias no significativas ($p > .05$)

Del mismo modo, para los resultados de la tabla 23 se presenta el valor del coeficiente H de Kruskal – Wallis para la dimensión Dedicación del Engagement, donde tiene un valor de 0.379, por lo cual, se estima que no existen diferencias significativas en las dimensiones del Engagement laboral que perciben los trabajadores según el tipo de turismo, rechazándose la hipótesis 4.

Tabla 23

Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para para la dimensión Dedicación en dos empresas de turismo.

| Variable | U | Z | P |
|------------|----------|--------|-------|
| Dedicación | 5077.000 | -0.879 | 0.379 |

n.s. Diferencias no significativas ($p > .05$)

Finalmente, para los resultados de la tabla 24 se presenta el valor del coeficiente H de Kruskal – Wallis para la dimensión Absorción del Engagement, donde tiene un valor de 0.241, por lo cual, se estima que no existen diferencias significativas en las dimensiones del Engagement laboral que perciben los trabajadores según el tipo de turismo, rechazándose la hipótesis 5.

Tabla 24

Análisis de la prueba U de Mann – Whitney para para la dimensión Absorción en dos empresas de turismo.

| Variable | U | Z | P |
|-----------|----------|--------|-------|
| Absorción | 4948.500 | -1.172 | 0.241 |

n.s. Diferencias no significativas ($p > .05$)

Capítulo V

Discusión de resultados

El objetivo general de esta investigación estuvo orientado a determinar el Engagemet laboral en dos empresas privadas del sector turismo en el Perú, donde la hipótesis general presumía que existen diferencias del engagement laboral entre empresas.

Para analizar el primer objetivo específico, los resultados indican que no existen diferencias ($p > 0.05$) del engagement entre las dos empresas del sector turismo, esto indicaría que no habría diferencia en el engagement que perciben los trabajadores según el tipo de turismo, con ello, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la primera hipótesis específica de investigación. Estos resultados concuerdan con Quezada (2017) quien estableció que no existen diferencias en dos restaurante – pollería ($p > 0.05$). Asimismo, los resultados de León (2017) concordarían indicando que no existen diferencias de engagement entre dos áreas de atención al cliente en una empresa financiera. Sin embrago, Cumpa (2015) difiere con su investigación que si existen diferencias a través de la prueba de chi cuadrado siendo significativo ($p < 0.05$), en el engagement laboral en tres empresas de comercialización de bebidas y alimentos.

Esto puede ser debido a que las empresas se sienten cada vez más preocupas por el bienestar y la fidelización de sus trabajadores, causando un nivel más alto de engegement sin diferenciar el rubro donde se desempeñen; siendo esto validado por los resultados en los avances de las investigaciones al paso de los años.

Para el segundo objetivo específico donde se presume que existen diferencias de engagement según las variables asignadas, los resultados indican que para la variable asignada “edad” no existen diferencias ($p>0.05$) del engagement entre las dos empresas del sector turismo, esto indicaría que no habría diferencia en el engagement de los trabajadores según su edad. Asimismo, en los resultados de la variable asignada “genero” también se halló que no existen diferencias ($p>0.05$) del engagement; esto quiere decir que el engagement percibido por hombres y mujeres es semejante. Por último, para la variable asignada “tiempo de servicio” los resultados indican que para la empresa de turismo receptivo si existen diferencias significativas ($p<0.05$), esto indicaría que si habría diferencia en la percepción del engagement de los trabajadores según el tiempo de servicio, por tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza parcialmente la segunda hipótesis específica de investigación.

Asimismo, Fernández (2018) menciona que existe diferencia en la variable “tiempo de servicio” con su investigación a docentes de un instituto superior, donde señala que a mayor antigüedad en la institución mayor engagement laboral. Esto puede deberse a que la estabilidad laboral, así como, los beneficios laborales aumentan directamente proporcional a los años de servicio; del mismo modo, las personas se sienten más identificadas con sus organizaciones a medida que van permaneciendo en ella, y esto puede aumentar el engagement en los trabajadores. Esto indicado por Bernal y Donoso (2017) en su investigación a docentes en una universidad, donde sus resultados reflejaron que existen ciertos factores que incluyen en el engagement como la estabilidad laboral.

Seguidamente, para el análisis del tercer objetivo específico donde se indica que existen diferencias en la dimensión Vigor del engagement, los resultados mostraron que no existen diferencias ($p>0.05$) para esta dimensión entre las dos empresas del sector turismo, es

decir, que no habría diferencia en el Vigor en que realizan su labor los trabajadores en las empresas de turismo, por eso, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la tercera hipótesis específica de investigación. Además, esta dimensión presenta una gran mayoría de colaboradores con un nivel bajo de Vigor (20.1%).

Para el análisis del cuarto objetivo específico donde se indica que existen diferencias en la dimensión Dedicación del engagement, los resultados indicaron que no existen diferencias ($p > 0.05$) para esta dimensión entre las dos empresas del sector turismo, es decir, que no habría diferencias en la Dedicación en que realizan su labor los trabajadores en estas dos empresas de turismo, de esta manera, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la cuarta hipótesis específica de investigación. A su vez, la dimensión Dedicación presenta una gran mayoría de colaboradores con un nivel alto (18.2%), esto quiere decir que estarían totalmente dedicados a su trabajos; estos resultados concordarían con la investigación de Contreras (2015) donde señala que de los trabajadores completamente en estado de engagement la dimensión dedicación obtuvo el nivel más alto.

Finalmente, el quinto objetivo específico donde se presume que existen diferencias en la dimensión Absorción del engagement, los resultados indicaron que no existen diferencias ($p > 0.05$) para esta dimensión entre las dos empresas del sector turismo, es decir, que no habría diferencias en cuanto los trabajadores se muestran Absortos al realizar su labor en estas dos empresas de turismo, con ello, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la quinta hipótesis específica de investigación. Del mismo modo, la dimensión Absorción obtuvo un gran porcentaje de colaboradores en nivel promedio (54.1%) a diferencia de la investigación de Quezada (2017) donde indica que la dimensión Absorción predominó en el nivel alto.

Capítulo VI

Conclusiones

Del presente estudio se concluye lo siguiente:

1. No existen diferencias ($p > 0.05$) de engagement en los trabajadores de las empresas de turismo, es decir, que en ambas empresas se percibe el engagement análogamente. Por tanto, se rechaza la hipótesis principal y se acepta la hipótesis nula.
2. El nivel predominante de engagement en los trabajadores de una empresa del rubro turístico es el promedio con el 56.5%, siendo más alto en la empresa de turismo receptivo con el 62.5%.
3. Se estableció que no existen diferencias ($p > 0.05$) al comparar el engagement con la edad y el género; mientras que si existen diferencias significativas ($p < 0.05$) según el tiempo de servicio de la empresa de turismo receptivo.
4. El nivel promedio fue el predominante en las dimensiones del engagement, Vigor (21.5%), Dedicación (28.7%) y Absorción (54.1%); siendo la dimensión Absorción con el promedio más alto de la empresa de turismo receptivo con el 56.7%.
5. No existen diferencias ($p > 0.05$) en las dimensiones del engagement laboral para las empresas del sector turismo.

Capítulo VII

Recomendaciones

1. Las organizaciones deben impulsar, instaurar y desarrollar estrategias y actividades que promuevan la recreación y bienestar laboral, los cuales elevarán el engagement de sus trabajadores asegurando la potencialización organizacional.
2. Para tener trabajadores engaged, se recomienda que las organizaciones deben tener definido las descripciones de puestos con las funciones y responsabilidades que los trabajadores desempeñan; así como también tener una política de aumentos y banda salarial, esto generará una mayor estabilidad laboral y se tendrá un panorama más claro de línea de sucesión.
3. Se recomienda que las organizaciones tengan un reconocimiento a su personal con mayor desempeño y de mayor antigüedad de servicio, así se fomentara la fidelización organizacional y a su vez elevará el engagement.
4. Para fomentar el engagement a través del sentimiento de fidelización, se recomienda involucrar a los colaboradores con propuestas y programas de bienestar laboral, realizar el levantamiento de necesidades individuales y como organización.
5. Se recomienda seguir con las investigaciones de esta variable en distintos ámbitos como educativo, publicitario, social y clínico; así como también en otros rubros del área organizacional, sobre todo en las microempresas que predominan en nuestro país.

Capítulo VIII

Referencias

- Alarcón, R. (2009). *Psicología de la Felicidad. Introducción a la Psicología Positiva*. (1ª ed.). Lima: Edit. Universitaria.
- Avant, K. & Walker, L. (2010). *Strategies for Theory Construction in Nursing*. 5a ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River. Recuperado en <https://www.iberlibro.com/9780132156882/Strategies-Theory-Construction-Nursing-Lorraine-0132156881/plp>
- Bakker, A. & Oerlemans, W. (2011). "Subjective Well-Being in Organizations". En K. Cameron y G. Spreitzer (eds.), *Handbook of Positive Organizational Scholarship*. Oxford: Oxford University Press, pp. 178-189. Recuperado en https://www.academia.edu/2796255/Subjective_well-being_in_organizations
- Bakker, A. y Salanova, S. (2006). *El nuevo enfoque de la Psicología Positiva en las organizaciones*. Valencia: España.
- Bakker, A., Demerouti, E. & Xanthopoulou, D. (2011). *Cómo los Empleados Mantienen su Engagement en el Trabajo*. *Ciencia y Trabajo*, 13 (41). 135-142. Recuperado en http://www.beamanaged.com/doc/pdf/arnoldbakker/articles/articles_arnold_bakker_262.pdf
- Bakker, A., y Demerouti, E. (2013). La teoría de las demandas y los recursos laborales. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 29(3), 107-115.

- Bakker, Arnold B.; Llorens, Susana; Schaufeli, Wilmar B. y Salanova, Marissa (2006). "Testing the Robustness of the Job Demands-Resources Model". *International Journal of Stress Management*, vol. 13, p. 378-391.
- Bernal, A., & Donoso, M. (2017). "Engagement" y bienestar en el profesorado universitario. Hacia la delimitación de indicadores evaluativos. *Contextos Educativos. Revista de Educación*, 0(20), 183-199. doi:<http://dx.doi.org/10.18172/con.2997>
- Bobadilla, M., Callata, C. & Caro, A. (2015). *Engagement laboral y cultura organizacional: el rol de la orientación cultural en una empresa global* (tesis de maestría), Universidad del Pacífico, Lima, Perú. Recuperado el 01 de junio del 2019, en <http://hdl.handle.net/11354/1027>
- Cárdenas, R. (2016). *Propiedades psicométricas de la Escala Utrecht de Engagement en el trabajo en colaboradores de empresas manufactureras del Distrito de Moche* (tesis de licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado en <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/111>
- Confiep. (2018-2019). Empresarios haciendo país. Lima, Perú. *Turismo en el Perú*. Recuperado de <https://www.confiep.org.pe/noticias/economia/turismo-en-peru/>
- Contreras, C. (2015). Determinación del nivel de Engagement laboral en trabajadores de una planta de producción de petróleo y gas costa afuera en México. *Ciencia & trabajo*, 17(52), 37-42. Recuperado en <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-24492015000100008>
- Córdoba, N. (2015). *Niveles de Engagement en los colaboradores de una industria de detergentes ubicada en Escuintla* (tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar, Escuintla, Guatemala. Recuperado en <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Cordoba-Nely.pdf>

- Crabtree, S. (2013). *Worldwide, 13% of employees are engaged at work*. Recuperado en <http://www.gallup.com/poll/165269/worldwide-employees-engaged-work.aspx>
- 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. Recuperado en <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/799>
- Demerouti, E.; Bakker, A.; Nachreiner, F. y Schaufeli, W. (2001). “*The Job Demands - Resources model of Burnout*”. *Journal of Applied Psychology*, vol. 86, p.499-512
- Empléate (2016). *Importancia del engagement en el trabajo*. Recuperado en <http://blog.empleate.com/importancia-del-engagement-en-el-trabajo/2334>
- Fernández, G. (2018). *Engagement y desempeño docente en el Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Red Avansys* (tesis de maestría). Universidad San Martín de Porras, Lima, Perú. Recuperado en <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3709>
- Gestión. (2015 - 2016). Diario Gestión. Lima, Perú. Construye salario emocional. Recuperado en <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/brinde-empleados-salario-emocional-merecen-69362>
- Granados, C. (2015). *Engagement laboral en la dirección de gestión del talento humano de la contraloría general de la república* (tesis de licenciatura). Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Bogotá, Colombia. Recuperado en <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/3464>

- Grau, R., Llorens, S., Peiro, J., Salanova, M. y Schaufeli, W. (2000). “Desde el burnout al Engagement: ¿Una nueva perspectiva?”. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*. Madrid, vol. 16, núm. 2, p. 117-134.
- Great place to Work (2018). *Los 55 Mejores lugares para trabajar*. Recuperado en <https://www.greatplacetowork.com.pe/images/lists/las-mejores-2018/GPTW-Los-Mejores-Lugares-Para-Trabajar-2018.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta Edición). México DF: McGraw- Hill interamericana Editores.
- Hobfoll, S. E. (2001). “The Influence of Culture, Community, and the Nested-Self in the Stress Process: Advancing Conservation of Resources Theory. Lead article”. *Applied Psychology*, vol. 50, p. 337-370.
- Kahn, W. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *The Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724. Recuperado en <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256287>
- Kahn, W. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *The Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724. Recuperado en <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256287>
- León, M (2017). *Estudio del engagement laboral en trabajadores de atención al público de Scotiabank, Arequipa* (tesis de licenciatura). Universidad Católica San Pablo, Arequipa, Perú. Recuperado en <http://repositorio.ucsp.edu.pe/handle/UCSP/15570>
- Maslach, C. & Jackson, S. (1986). *Maslach Burnout Inventory (2da Ed.)*. California: Consulting Psychologists Press. Recuperado en <http://www.scielo.org.pe/pdf/psico/v30n1/a05v30n1>

- Maslach, C. y Leiter, M. P. (1997). *The Truth about Burnout: How Organizations Cause Personal Stress and What to Do about It*. San Francisco, CA: Jossey- Bass.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B. & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual Review of Psychology*, 52, 397-422. Recuperado en <http://www.scielo.org.co/pdf/acp/v10n2/v10n2a12.pdf>
- Ouweneel, E.; Le Blanc, P.; Schaufeli, W. & Van Wijhe, C. (2012). “Good Morning, Good Day: A Diary Study on Positive Emotions, Hope, and Work Engagement”. *Human Relations*, vol. 65, p. 1129-1154.
- Penta Consultoría (2017). *Profesionales felices: los 5 beneficios del engagement laboral*. Recuperado en <http://info.pentaconsultoria.com/blog/empleados-felices-los-5-beneficios-delengagement-laboral>
- Pintado, E. (2014). *Comportamiento Organizacional: Generación y liderazgo conductivo del talento humano*. Lima, Perú. 4° Edición.
- Quezada, H. (2017). *Engagement Laboral en las Empresas Pollería Rockys S.A. y Pollería Norky E.I.R.L. (tesis de licenciatura)*. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado en <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11520>
- Rodríguez, M. & Chugá, B. (2019). *Evaluación del nivel de Engagement Laboral de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda. Agencia Quito Centro, en el periodo septiembre 2018 – febrero 2019 (tesis de licenciatura)*. Universidad Central de Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado en <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/18321>

- Saks, A. M. (2006). Antecedents and Consequences of Employee Engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600-619. Recuperado en <http://cinik.free.fr/chlo/doc%20dans%20biblio,%20non%20imprim%C3%A9s/maintien%20dans%20l'emploi/atcd%20et%20cons%C3%A9quences%20de%20engagement.pdf>
- Salanova, M. & Schaufeli, W. (2009). *El engagement en el trabajo. Cuando el trabajo se convierte en pasión*. España: Alianza Editorial.
- Salanova, M., Schaufeli, W. B., Llorens, S., Peiró, J. M., & Grau, R. (2000). Desde el «burnout» al «engagement»: ¿Una nueva perspectiva? *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 16(2), 117-134.
- Schaufeli, W. & Bakker, A. (2003). *Utrecht Work Engagement Scale*. Utrecht: Utrecht University. Recuperado en http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/Test%20Manuals/Test_manual_UWES_Espanol.pdf
- Schaufeli, W. & Bakker, D. (2010). *El vínculo entre el engagement y el Burnout: Un análisis correlacional*. *Journal of Happiness Studies*. New York. Estados Unidos.
- Schaufeli, W., Salanova, M., Gonzáles-Romá, V. & Bakker, A. (2002). *The measurement of burnout and engagement: A two sample confirmatory factor analytic approach*. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92. Recuperado en <https://link.springer.com/article/10.1023/A:1015630930326>
- 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.

ANEXOS

| MATRIZ DE CONSISTENCIA | | | | | |
|--|--|---|---|--|---|
| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPOTESIS | VARIABLES | INDICADORES | METODOLOGIA |
| ¿Existen diferencias entre dos empresas del sector turismo, Nuevo Mundo y Cándor Travel, con respecto al Engagement laboral? | <p>General: Describir y comprar el Engagement laboral en dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.</p> <p>Específicas: OE1 Determinar si existen diferencias significativas del Engagement laboral, teniendo en cuenta el tipo de turismo, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. OE2 Determinar si existen diferencias significativas del Engagement laboral, teniendo en cuenta las variables asignadas “edad”, “genero” y “tiempo de servicio”, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. OE3 Determinar si existen diferencias significativas en la dimensión “vigor”, teniendo en cuenta el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. OE4 Determinar si existen diferencias significativas en la dimensión “dedicación” teniendo en cuenta el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. OE5 Determinar si existen diferencias significativas en la dimensión “absorción”, teniendo en cuenta el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.</p> | <p>General: Existen diferencias en el Engagement laboral en dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.</p> <p>Específicas: H1 Existen diferencias significativas del Engagement laboral según el tipo de turismo, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. H0 No existen diferencias significativas del Engagement laboral según el tipo de turismo, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. H2 Existen diferencias significativas del Engagement laboral según las variables asignadas “edad”, “género” y “tiempo de servicio”, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. H0 No existen diferencias significativas del Engagement laboral según las variables asignadas “edad”, “género” y “tiempo de servicio”, en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. H3 Existen diferencias significativas en la dimensión “vigor”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. H0 No existen diferencias significativas en la dimensión “vigor”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. H4 Existen diferencias significativas en la dimensión “dedicación”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. H0 No existen diferencias significativas en la dimensión “dedicación”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. H5 Existen diferencias significativas en la dimensión “absorción”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú. H0 No existen diferencias significativas en la dimensión “absorción”, según el tipo de turismo en los trabajadores de dos empresas privadas del sector turismo en el Perú.</p> | <p>Variable de estudio: Engagement</p> <p>Variable de Control: Empresa – Tipo de turismo</p> <p>Variables Asignadas: 1.Edad. 2.Genero. 2.Tiempo de servicio.</p> | <p>Engagement: Respuesta a los ítems en escala.</p> <p>Dimensiones: 1. Vigor. 2. Absorción. 3. Dedicación.</p> <p>Turismo Egresivo. Turismo Receptivo.</p> <p>1.Años cumplidos. 2.Masculino, femenino. 3.Tiempo laborando.</p> | <p>Tipo de Investigación: Descriptivo</p> <p>Diseño de investigación: Descriptivo – comparativo.</p> <p>Muestra: Conformada por 209 colaboradores.</p> <p>Instrumento: Escala Utrecht de Engagement en el trabajo (UWES).</p> |

Encuesta de Bienestar y Trabajo (UWES)

El siguiente cuestionario es para uso de una investigación de tipo académico, por lo cual solicitamos responder con la mayor sinceridad posible. La información recabada de este cuestionario será manejada de manera confidencial.

| | | | | |
|----------|-------------|-------------------|---------------|---|
| Empresa: | Nuevo Mundo | | Cóndor Travel | |
| Área: | | Fecha de ingreso: | | |
| Edad: | | Género: | F | M |

Las siguientes preguntas se refieren a los sentimientos de las personas en el trabajo. Por favor, lea cuidadosamente cada pregunta y decida si se ha sentido de esta forma. Si nunca se ha sentido así conteste '0' (cero), y en caso contrario indique cuántas veces se ha sentido así teniendo en cuenta el número que aparece en la siguiente escala de respuesta (de 1 a 6).

| Nunca | Casi nunca | Algunas veces | Regularmente | Bastante veces | Casi siempre | Siempre |
|-------------|--------------------|------------------------|--------------------|--------------------|------------------------|----------------|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Ninguna vez | Pocas veces al año | Una vez al mes o menos | Pocas veces al mes | Una vez por semana | Pocas veces por semana | Todos los días |

1. _____ En mi trabajo me siento lleno de energía (VI1)*
2. _____ Mi trabajo está lleno de significado y propósito (DE1)
3. _____ El tiempo vuela cuando estoy trabajando (AB1)
4. _____ Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo (VI2)*
5. _____ Estoy entusiasmado con mi trabajo (DE2)*
6. _____ Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mí (AB2)
7. _____ Mi trabajo me inspira (DE3)*
8. _____ Cuando me levanto por las mañanas tengo ganas de ir a trabajar (VI3)*
9. _____ Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo (AB3)*
10. _____ Estoy orgulloso del trabajo que hago (DE4)*
11. _____ Estoy inmerso en mi trabajo (AB4)*
12. _____ Puedo continuar trabajando durante largos períodos de tiempo (VI4)
13. _____ Mi trabajo es retador (DE5)
14. _____ Me "dejo llevar" por mi trabajo (AB5)*
15. _____ Soy muy persistente en mi trabajo (VI5)
16. _____ Me es difícil 'desconectarme' de mi trabajo (AB6)
17. _____ Incluso cuando las cosas no van bien, continuo trabajando (VI6)