



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Engagement y su relación con la productividad en  
ICEL - SJL periodo 2022**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciado en Administración

**AUTORES:**

Condori Quispe, Katherine ([orcid.org/0000-0003-0047-4989](https://orcid.org/0000-0003-0047-4989))

De La Cruz Sanchez, Alexander Junior ([orcid.org/0000-0002-7944-010X](https://orcid.org/0000-0002-7944-010X))

**ASESOR:**

Dr. Illa Sihuincha, Godofredo Pastor ([orcid.org/0000-0002-2532-3194](https://orcid.org/0000-0002-2532-3194))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y UNIVERSITARIA:**

Desarrollo sostenible, emprendimiento y responsabilidad social

LIMA - PERÚ

2022

## Dedicatoria

A nuestros padres, por su inmenso amor y apoyo incondicional y siempre ser nuestra fuente de motivación para concluir con éxito este proyecto de tesis y perseguir nuestros sueños, por ser parte de nuestra fortaleza.

Katherine  
Alexander Junior

## Agradecimiento

A la Universidad César Vallejo, por la incomparable oportunidad de permitirnos ser parte de ella y de esta forma obtener con éxito la titulación profesional.

Los autores

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenido .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras .....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	9
III. METODOLOGÍA.....	25
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	25
3.2 Variables y operacionalización .....	26
3.3 Población, muestra y muestreo .....	27
3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos.....	28
3.5 Procedimiento.....	30
3.6 Método de análisis de datos .....	30
3.7 Aspectos éticos.....	30
IV. RESULTADOS .....	31
4.2. Análisis descriptivo univariado.....	36
V. DISCUSIÓN.....	40
VI. CONCLUSIONES.....	45
VII. RECOMENDACIONES .....	49
REFERENCIAS.....	51
ANEXOS .....	47

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Frecuencia de la variable engagement .....	31
<b>Tabla 2</b> Frecuencia de la dimensión conexión .....	32
<b>Tabla 3</b> Frecuencias de la dimensión interacción. ....	33
<b>Tabla 4</b> Frecuencia de la dimensión participación .....	34
<b>Tabla 5</b> Frecuencias de la variable productividad .....	35
<b>Tabla 6</b> Prueba de hipótesis general .....	36
<b>Tabla 7</b> Prueba de hipótesis específica 1 .....	37
<b>Tabla 8</b> Prueba de hipótesis específica 2 .....	38
<b>Tabla 9</b> Prueba de hipótesis específica 3 .....	39

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	Histograma de frecuencias de la variable de engagement.....	31
<b>Figura 2</b>	Histograma de frecuencias de la dimensión de conexión.....	32
<b>Figura 3</b>	Histograma de frecuencias de la dimensión interacción.....	33
<b>Figura 4</b>	Histograma de frecuencias de la dimensión participación.....	34
<b>Figura 5</b>	Histograma de frecuencias de la variable productividad. ....	35

## Resumen

El informe de investigación tuvo como finalidad describir la relación entre las variables del engagement y la productividad en la empresa Icel Perú. Para fundamentar la variable engagement, se acudió a autores como Quiroz y Muñoz (2020), Hr Circular (2018) y Moreno (2018).

Para la variable productividad, se acudió a Hiver, Ali, Hoorie y Mercer (2021), Tang, Walsh, Lemer (2020) y Huamán (2019). La metodología fue de tipo aplicada y de diseño descriptivo, correlacional. La población de estudio fue conformada por 210 trabajadores. Se diseñaron dos cuestionarios para cada variable con 30 preguntas cada una. Fueron validadas por dos especialistas de la escuela de Administración mediante el coeficiente de Aiken. La fiabilidad del instrumento se ejecutó con el test de Alpha de Cronbach. Los resultados obtenidos en la prueba de hipótesis mediante el estadígrafo de Rho Spearman, para la hipótesis general el coeficiente de correlación de 0.732 y un Sig. (Bilateral)= 0.001, confirmando el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis alterna. Se concluye que existe relación entre las variables del engagement y la productividad.

Palabras clave: Engagement, productividad, compromiso, eficiencia.

## **Abstract**

The purpose of the research report was to describe the relationship between the variables of engagement and productivity in the company Icel Perú. To substantiate the engagement variable, authors such as Quiroz and Muñoz (2020), Hr Circular (2018) and Moreno (2018) were consulted.

For the productivity variable, Hiver, Ali, Hoorie and Mercer (2021), Tang, Walsh, Lemer (2020) and Huaman (2019) were consulted. The methodology was of an applied type and descriptive, correlational design. The study population was made up of 210 workers. Two questionnaires were designed for each variable with 30 questions each. They were validated by two specialists from the School of Administration using the Aiken coefficient. The reliability of the instrument was carried out with the Cronbach's Alpha test. The results obtained in the hypothesis test using the Rho Spearman statistician, for the general hypothesis the correlation coefficient of 0.732 and a Sig. (Bilateral)= 0.001, confirming the rejection of the null hypothesis and the acceptance of the alternative hypothesis. It is concluded that there is a relationship between the variables of engagement and productivity.

Keywords: Engagement, productivity, commitment, efficiency.



## I. INTRODUCCIÓN

En las organizaciones actuales a nivel global, el engagement es impulsado por generar un cambio dentro de las empresas y que estas permitan enfocarse cada día en mejorar el bienestar de los trabajadores. Las organizaciones podrían verse beneficiadas aplicando y reforzando los niveles de engagement de los empleados, de este modo su rendimiento se verá reflejado en la productividad. Así mismo es necesario resaltar que se debe trabajar sobre estos aspectos tales como manejando una comunicación fluida, dar reconocimientos por las tareas entre otras (Lupano y Waisman, 2018, p.5). Estos factores ayudarían a incrementar los niveles de engagement de los trabajadores el cual sería de gran utilidad y su rendimiento sería favorable para la organización.

El engagement en el ámbito empresarial se identifica como un elemento que puede ser de suma importancia, en donde se busca alcanzar un mejor desempeño laboral y ventajas competitivas (Vera y Ornelas, 2021); la energía que la persona puede transmitir emocionalmente permitirá realizar las funciones y cumplir las metas de la organización (Rivera, 2020, p.1); por ello se debe de entender que el engagement es un estado psicológico del personal de trabajo (Muzzo, 2021, p.5); medir el engagement en una organización permitirá conocer el grado de compromiso de cada trabajador por su puesto de trabajo y la empresa (Info capital humano, 2018); y así realizar sus funciones correctamente, debido a la identificación que tendrán con la empresa para lograr alcanzar las metas propuestas por la organización (Espinoza y Vílchez, 2019, p.31).

Durante una charla en Chile, se sostuvo que los trabajadores que cuenten con un alto nivel de engagement podrán desempeñarse de una mejor forma y con ello pueden mejorar la producción de la empresa. Moenne (2019); puede estar relacionado con factores que influyan de forma positiva o negativa en los trabajadores (Fonseca y Gómez, 2019, p.18). Un estudio señaló, que en Colombia los millennials valoran la flexibilidad que la empresa les puede brindar en el trabajo y la influencia que puede generar en ellos sentirse satisfechos, debido a que priorizan tener un equilibrio personal de vida que no esté sujeta al trabajo estrictamente (Ramírez y Parra, 2020, p.p 19-20). Asimismo, un estudio en México indicó el impacto que se encuentra entre el engagement y la

satisfacción en el trabajo, en donde el nivel de engagement del trabajador tendrá una influencia para sentirse motivado y predispuesto al cumplir con sus funciones, y en tal sentido no piensa abandonar la organización (Colín, 2018, p.43). En Colombia se realizó una investigación en donde el estrés es un factor determinante que puede hacer sufrir consecuencias no favorables para la empresa, sí es que no se toma conciencia de ello y se decide buscar alternativas de solución, con el fin de que los trabajadores no sufran de esta problemática y su nivel de engagement no se vea afectado (Aristizábal, Mejía y Quiroz, 2018 p.116).

En el mundo globalizado de hoy, las organizaciones buscan generar un engagement en sus trabajadores, este mide la participación de los empleados en las empresas para las que trabajan, y tanto la investigación como la experiencia de campo han demostrado que los empleados con niveles más altos de engagement tienen a sentir más pasión por lo que hacen, muestran mayor entusiasmo y orgullo de ser parte de la empresa Martin (2018). Señaló que el nivel de compromiso separa a los empleados que aportan lo básico para hacer el trabajo y los empleados que ponen toda su dedicación, energía y ganas en lo que consideran una parte importante del trabajo

Se manifestó que el fenómeno del engagement en las empresas y sus efectos es materia de investigación reciente en el área de estudios organizacionales. El estudio del engagement, satisfacción laboral y rendimiento de la tarea que se realizó en el contexto laboral chileno nos indicó que los trabajadores que cuenten con un alto nivel de engagement tienen más probabilidades de mostrar un compromiso con la empresa, caso contrario pasaría con aquellos trabajadores que tengan un nivel bajo de engagement en donde tendrían más probabilidades de renunciar al trabajo, presentar menor satisfacción por el trabajo y ser menos productivos. Por ello, en estos tiempos cruciales se tiene que competir en el mercado. Los hallazgos sugieren que las organizaciones deben invertir en la gestión de engagement en el personal de trabajo de la empresa (Juyumaya, 2018). En los últimos años, la incertidumbre de las organizaciones antes de lograr el capital económico, es el capital intelectual; considerando a los empleados lo más importante que tienen las empresas, para este fin se ha aparecido muchas maneras de atraer a un empleado, mantenerlo siempre motivado, comprometiéndolo y fidelizarlo, ya que

es una pieza clave para la empresa (Vinces, 2018). Las personas son la columna de cualquier organización por sus valores y su importante papel que interpreta en la empresa, en las que cumple un rol importante mediante las funciones organizacionales y administrativas que realiza para lograr los objetivos trazados por la institución. La gestión eficaz del personal que viene a ser un proceso de selección bien planificado para el fortalecimiento de sus habilidades y destrezas que permitan garantizar la excelente gestión a la contribución de la creación de valor.

En el entorno nacional, se manifestó que el engagement se comprende como un estado mental positivo, un logro que es relacionado con las funciones del trabajador, interpretado por la energía, dedicación y absorción. Diseñado por aspectos vinculados con el compromiso desde la perspectiva empresarial. Mientras que la productividad es el resultado del desempeño laboral de diversos elementos, en el cual el sujeto es el principal. Las organizaciones que promueven el buen funcionamiento de las actividades empleando una cultura, clima y practicas organizacionales que aseguran la salud y la seguridad del personal permite desarrollar beneficios relacionados con el compromiso de los colaboradores hacia la empresa (Díaz, 2018); de igual manera se manifiesta que las organizaciones y los lideres deben centrarse en el compromiso y el bienestar de los trabajadores, crear una relación laboral estable. Por esta razón es necesario tener en cuenta el impacto mental y emocional de los empleados ya que pueden experimentar altos niveles de agotamiento y, por lo tanto, baja productividad (Agurto, Mogollón y Castillo, 2020); de tal modo se indica que los niveles altos de engagement en una empresa logrará que el personal de trabajo de la empresa cumpla sus funciones de una manera más eficiente y por lo tal se logren las metas de la organización. Los trabajadores tienen una ventaja cuando se sienten satisfechos en un ambiente de trabajo cómodo, que les permite disfrutar su trabajo y desempeñar sus funciones sin ningún tipo de impedimento. Así mismo se debe tener en cuenta que las empresas exigen resultados a sus trabajadores y si estas no les brindan las herramientas de trabajo necesarias para mejorar su desempeño laboral o simplemente también no ofrecen espacios para recuperar energía, producirán cansancio en el trabajador (Circular HR, 2018).

En el contexto latinoamericano existe un poco información actualizada entre la productividad y competitividad. Sin embargo, en América Latina el crecimiento de su economía y productividad han cumplido con identificar las nuevas tendencias de una perspectiva comparativa. Esto provoca que los empresarios busquen asesorías y realicen capacitaciones dentro de sus empresas para que puedan obtener mejores resultados en un marco laboral donde sus trabajadores puedan desarrollar sus capacidades de la mejor manera (Mejía y Jiménez, 2020). Se comentó acerca de la importancia que tiene la productividad, por lo cual es necesario disponer de herramientas que permitan su medición y gestión. Esto hace que la empresa tenga el entendimiento del proceso interno que se va a realizar dentro de la organización y el cual permitirá también realizar los ajustes necesarios cuando sea pertinente. Entre los factores que determina la productividad lograda por la organización se destaca al capital humano, debido a que son quienes son las personas que desarrollan los procesos de la empresa y juegan un papel importante dentro de la empresa para poder lograr las metas propuestas. Bajo el criterio se comprende que la empresa debe velar por asignar a cada trabajador sus responsabilidades acordes a sus capacidades y preparación. Para ello, aspectos como apoyar al equipo de trabajo de la empresa cuando sea necesario, mejorar el ambiente laboral y reducir las distracciones, ayudarán a motivar y conservar un equipo de trabajo enfocado en sus responsabilidades (Fontalvo, De la Hoz y Morelos, 2018).

Mantener al equipo motivado mejora la productividad de la empresa, hay una clara correlación entre el estado emocional del personal de trabajo y su satisfacción con su puesto de trabajo, su productividad y alcance de sus objetivos. Las empresas deben ser más solidarias y velar por las necesidades de los trabajadores (Andina, 2020). Para ello las organizaciones deben promover el trabajo en equipo, escuchar a los trabajadores para que puedan expresar sus ideas y reconocer las funciones que realizan. El 52,2% de habitantes de la capital padece de estrés, provocado por la epidemia, problemas de salud, económicos y familiares. Las perturbaciones psicológicas afectan el desempeño laboral, lo que puede manifestarse en forma de ausentismo, desgaste profesional y reducción de la productividad, espacio donde las empresas hoy en día luchan por enfrentar la revitalización económica (El peruano, 2021). En este panorama, los líderes deben apuntar a tener un grupo de trabajo eficiente, para eso debería

existir dentro de la organización una comunicación clara y concisa de parte todas las áreas involucradas para poder conocer y saber qué aspectos mejorar e implementar cambios para mejorar las oportunidades que se le ofrecerá a los trabajadores, esto permitirá abrir puertas para crear vínculos de confianza y afinidad entre la empresa y el trabajador. Los resultados del trabajador serán favorables para la empresa ya que su rendimiento será muy productivo para la organización.

A nivel local, Icel Perú, situada en la capital de Lima y distrito de San Juan de Lurigancho, es una empresa de servicios que ofrece charlas, seminarios y cursos de importación y exportación de productos, cuenta con 7 años en el mercado, realiza capacitaciones y ofrece conocimiento e información detallada de cada uno de los procedimientos de importación que conlleva realizarla. El servicio es ofrecido a todo el público en general ya que se busca que las personas puedan emprender un negocio en base a los conocimientos brindados. Actualmente debido a la pandemia, es posible que encontremos a muchas personas a las que les gustaría conocer y aprende más sobre el negocio de la importación. Sin embargo, pueden encontrarse en el camino de la búsqueda con trabajadores que no les brindan información detallada y precisa sobre los servicios que ofrece la empresa lo que conllevaría que los clientes no se sientan conformes con la información proporcionada por el trabajador; por lo tanto, no contrate los servicios de la empresa cuando realice la consulta del servicio que ofrece la institución, esto sin duda afectaría la productividad.

Los ingresos de la empresa se han visto afectados debido a la pandemia, de tal modo no se han brindado las conferencias, talleres y cursos como se tenía previsto. Por lo tanto, los trabajadores se vieron perjudicados debido al estrés laboral que se produjo dentro de la empresa debido a que el estado financiero no pasaba por un buen momento y la incertidumbre que sintieron al no saber qué pasaría con los puestos de trabajo. Debido a esto, no realizaban sus funciones correctamente y por lo tanto no brindaban la información necesaria al comprador para realizar el contrato del servicio con la institución. La dificultad se encontró en el área de ventas por lo que se logró canalizar y entender que no había un nivel de engagement adecuado en dicha área y por ende los resultados que buscaba obtener la organización no se lograban alcanzar.

Por lo cual, se ejecutó la justificación del estudio, señalando el origen del estudio es decir “Responde a la pregunta por qué y para qué se investiga (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018, p.83). Teniendo en cuenta la justificación teórica, se indicó que el estudio, está dirigido con bases teóricas, de suma importancia para fomentar el nivel de conocimiento; y poder así comprender la importancia del Engagement y la productividad, desde diferentes perspectivas. Es por ello que se utilizó distintos análisis que tengan relación o semejanza con las variables de la investigación (Córdova, 2018, p.68). Justificación Metodológica, desde la perspectiva metodológica para realizar este presente estudio se utilizaron instrumentos de medición de las variables y de recaudación de datos como encuestas, mediante el cuestionario; la cual se aplicó a los clientes del instituto quienes pueden observar y percibir el comportamiento del trabajador al momento de realizar la contratación del servicio que ofrece Icel Perú. La investigación es correlacional, debido a que se basó en las relaciones teóricas (Hernández y Mendoza, 2018, p.178), Con el propósito de demostrar la relación entre el engagement con la productividad.

Justificación Social, el proyecto de investigación busca definir la importancia del engagement en los trabajadores de una organización para poder lograr una productividad óptima de ellos. A través del conocimiento generado se buscará que la empresa ofrezca a sus trabajadores un ambiente laboral donde ellos se sientan satisfechos, del mismo modo que se preocupen por sus necesidades y se tenga un buen ambiente laboral. Hoy en día es importante conocer el significado del engagement, el cual se define como un modo de entusiasmo característico de personas que sienten una pasión por su trabajo. Por lo general, estas personas muestran su productividad mediante los resultados obtenidos (Circular HR, 2018, p.19). De este modo los trabajadores podrán alcanzar altos estándares de engagement y por lo cual la empresa podrá alcanzar una productividad alta, ya que el personal se sentirá comprometido con la organización y realizarán sus labores de una buena manera.

Justificación económica, terminando el propósito del presente estudio es que la empresa Icel Perú, San Juan de Lurigancho, permita fortalecer y manejar de manera positiva sus niveles de engagement, buscando los logros económicos para la empresa, ya que de esta forma se impulsará a la organización a situarse en el mercado y fidelizar a sus trabajadores. El informe es un recurso para los

próximos análisis y material de referencia para futuros investigadores, además de incrementar el engagement y mejorar la productividad en otras empresas (Bizneo, 2022). De tal manera el desarrollo sistemático del estudio se comenzó a plantear el problema científico, en donde se identifica, desarrolla y formula el problema a investigar (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018, p.102). Se entiende como el planteamiento del problema, al punto de partida de un trabajo de investigación, ya que en él se definirá la estructura del proyecto y se buscará mediante ello aclarar el panorama del proyecto de investigación. Se expuso el siguiente problema general: ¿Qué relación existe entre el Engagement y la productividad? Los Problemas específicos son los siguientes: ¿Qué relación existe entre la conexión y la productividad?; ¿Qué relación existe entre la interacción y la productividad?; ¿Qué relación existe entre la participación y la productividad?

Prosiguiendo con los objetivos, se planteó como el propósito de la investigación, aquello que se aspira a lograr y alcanzar, el cual respondan las preguntas que se pretende con la investigación (Bilbao y Escobar, 2020, p.22). Así mismo deben de ser expresados con claridad pues servirán para orientar el trabajo, al momento de planteamiento del problema, estos deberán ser alcanzables con los recursos disponibles, ya que tienen que ser identificables con los resultados (Souza y Otrocki, 2020). La investigación planteó como objetivo general determinar la relación que existe entre el engagement y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho. También se planteó como objetivo específico a) Identificar la relación que existe entre la conexión y la productividad, b) Identificar la relación que existe entre la interacción y la productividad, c) Identificar la relación que existe entre la participación y la productividad.

En cuanto a hipótesis general, para realizar una hipótesis no es necesario que sea verdadera; sin embargo, no se debe prescribir una hipótesis sin haber observado la literatura, ya que es posible que se pueda cometer el error de hacer suposiciones menores sin examinar cuidadosamente el documento, ya que se pueden cometer errores como asumir que la información ha sido confirmada o afirmar algo que ha sido rechazado (Espinoza, 2018). Debido a lo comentado, aplicando la hipótesis en el trabajo de investigación nos ayudará a darle una dirección al presente estudio, para tratar de demostrar la veracidad de la información y conseguir una probable solución al problema propuesto. Según

Tapia et al. (2019) comentó: La hipótesis es una suposición que realiza el investigador luego de estudiar la teoría sobre el contenido que le importa y el cual debe ser consecuente con la pregunta de investigación. [...] (p.32). De acuerdo a lo mencionado las hipótesis son predicciones que se realizan sobre los resultados del trabajo de investigación, en este caso es una respuesta sencilla a las preguntas realizadas en el planteamiento del problema. En cuanto a la hipótesis general planteada fue: Existe relación entre el Engagement y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho. Las hipótesis específicas son: Existe relación entre la conexión y la productividad en Icel Perú; Existe relación entre la interacción y la productividad en Icel Perú; Existe relación entre la participación y la productividad en Icel Perú.



## II. MARCO TEÓRICO

Para comprender la situación del problema sobre el análisis de las variables engagement y productividad, se debe tomar antecedente que nos permitan realizar una comparación de los enunciados de trabajos anteriores. Por ello, se realiza una asimilación de las consecuencias y deducciones de investigaciones realizadas con anterioridad. (Ríos, 2017, p.57). Los trabajos previos escogidos del entorno nacional, permitirá entender las funciones de las variables dentro de las empresas y la manera cómo se comprueban los análisis de la muestra de la investigación realizada. Para ello se ha trabajado con tres antecedentes que en los siguientes párrafos se detallaran.

Huamanchumo (2020), en su trabajo de investigación Engagement y productividad laboral en el personal administrativo de una Universidad Privada de Lima Norte – 2021, para obtener el grado académico de Maestra en Administración y Negocios (MBA), en la Universidad Cesar Vallejo. La investigación tuvo como finalidad definir la relación que hay entre engagement y productividad laboral en el personal administrativo. Para la teoría engagement Schaufeli, Salanova, González-Roma y Bakker (2002) indican que es un estado psicológico positivo. Sus dimensiones fueron vigor, dedicación y absorción. Para la teoría productividad, según Koontz y Weihrich (2004) lo detallan como la división entre la cantidad de bienes y recursos utilizados. Sus dimensiones fueron eficacia, eficiencia y efectividad. La metodología aplicada fue de tipo básico, no experimental. La población fue de 85 asistentes. Por consiguiente, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede considerar que la significancia bilateral o p-valor equivale a  $0.00 < 0.05$ , existiendo correlación entre engagement y productividad laboral. De acuerdo, al coeficiente de correlación de R Pearson 0.762, dio como resultado alto. De tal modo, se rechaza H0 y se define la existencia de relación del engagement y productividad laboral con los trabajadores del área administrativa de la Universidad Privada de Lima Norte. Concluyeron; en base al resultado obtenido que el engagement tiene una correlación con la productividad en el trabajo, y en tal sentido la universidad debe realizar lo siguiente: a) confiar en los trabajadores; esto es apreciado por los trabajadores; b) ambiente laboral seguro, en donde haya la certeza de expresar opiniones sin temor; c) metas comunes, en cierto modo; la imagen de la empresa

son sus propios empleados, son quienes representan a la empresa; d) grupo de trabajo y e) esfuerzo laboral, una persona capacitada y responsable se compromete a lograr resultados sin presiones, sin embargo la empresa tiene que agregarle un valor, demostrando así un interés hacia sus trabajadores por el esfuerzo logrado a conseguir sus objetivos.. En cuanto, a la relación entre energía y productividad en el trabajo, la organización sugiere que los colaboradores de la institución mejoren sus funciones y tengan una solidez en el trabajo, buscando crear una sólida asociación cognitiva con su propio trabajo, y esto creará un deseo de esforzarse ante la dificultad de su tarea, lo que debe incentivar el trabajo en equipo en la empresa. En base al resultado, esfuerzo y conexión con la productividad de la organización, se recomienda a las instituciones a formar desde el inicio colaboradores con potencial intelectual, generar líderes, esto permitirá mejorar la autorregulación emocional, personas comprometidas. Y los empleados reflejarán satisfacción por el trabajo. En resumen, la relación entre absorción y productividad laboral de la empresa debe mantenerse e incrementar los estímulos emocionales de sus trabajadores. En general esta dimensión genera algunas dificultades para los trabajadores, ya que se necesita ajustar el tiempo dedicado a una tarea en particular.

El estudio del trabajo de investigación entiende el interés del personal y el compromiso que ellos puedan tener con la empresa, ya que a partir de ello su productividad se verá reflejada en los resultados que pueda lograr la empresa. En tal sentido es importante que la empresa cree un vínculo con los trabajadores para que se sientan satisfechos con su trabajo, puedan tener un nivel alto de engagement y así la empresa pueda lograr una alta productividad.

Callantes y Villalobos (2020), en su trabajo de investigación Engagement y su relación con la productividad laboral de los colaboradores de la empresa negocios Peña E.I.R.L, Piura -2019, para obtener el grado académico de Bachiller en Administración, en la Universidad Cesar Vallejo. La investigación tuvo como propósito definir la relación entre el vigor y la productividad laboral del personal de la librería Negocios Peña. Para la teoría Vigor, según Mendoza y Gutiérrez (2017) lo detallan como un valioso nivel de fuerza mental en el trabajo. Para la teoría Productividad utilizó a Rojas (2017), en donde indica que la productividad mide y muestra la relación entre la producción con la cantidad de esfuerzo realizado en el desempeño laboral. En la metodología, el estudio fue

cuantitativo, diseño no experimental. La población fue de 50 personas. Por consiguiente, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede considerar que la significancia bilateral es equivalente a  $0.00 < 0.005$ , existiendo correlación entre vigor y productividad laboral. De acuerdo, al coeficiente de R Pearson 0.812, dio como resultado alto. En tal sentido, se rechaza  $H_0$  y se precisa la existencia de relación entre vigor y la productividad laboral de la librería Negocios Peña. Concluyeron que, para los trabajadores de la empresa, su puesto en la empresa tiene un valor especial ya que sienten una motivación y satisfacción al realizar sus funciones.

Valladares (2020), en su trabajo de investigación Relación del engagement y la productividad laboral de los colaboradores en el área de logística, empresa Backus S.A.A. – Talara 2019, para obtener el grado de Licenciada en Administración, en la Universidad Cesar Vallejo. La investigación tuvo como objetivo definir la dedicación y la productividad laboral de los colaboradores en el área de logística, empresa Backus S.A.A. Para la teoría Dedicación, según Albrecht (2010) lo detalla como la pasión que el colaborador siente por su puesto de trabajo. Para la teoría Productividad utilizó a Render & Heizer (2014), en donde lo señala como la consecuencia de separar los bienes o servicios entre una o más entradas como la mano obrera o administración. En la metodología, el trabajo de investigación es de tipo descriptiva, diseño no experimental. La población fue de 30 colaboradores. Por consiguiente, de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar que la significancia bilateral es equivalente a  $0.00 < 0.05$ , existiendo una correlación entre dedicación y productividad laboral. De acuerdo, al coeficiente de R Pearson 0.859, dio como resultado alto. En tal sentido, se rechaza  $H_0$  y se precisa la existencia de relación entre dedicación y la productividad laboral de los colaboradores en el área de logística, empresa Backus S.A.A. Concluyeron que es importante que la empresa gestione el liderazgo, en donde busque crear las condiciones suficientes para que el trabajador pueda evidenciar un alto nivel de dedicación en el trabajo.

Politi (2020), en su trabajo de investigación Influencia del engagement en el desempeño laboral de los trabajadores de una empresa de telecomunicaciones en Chiclayo, para obtener el grado académico de Maestra en Gestión del Talento Humano, en la Universidad Cesar Vallejo. La

investigación tuvo como objetivo definir la adsorción y el desempeño laboral de los trabajadores de una empresa de telecomunicaciones en Chiclayo. Para la teoría adsorción, según Salanova y Llorens (2008) lo detallan como un estado psicológico de experiencia óptima y conexión con el trabajo. Para la teoría desempeño Laboral, según Cejas (2017) es el conocimiento y habilidades que se desarrollan en el trabajo y a su vez están relacionadas con los resultados que se obtienen en base a las decisiones que se emplean dentro de sus funciones.

En la metodología el tipo de estudio es no experimental, correlacional, descriptivo. La población fue de 39 trabajadores. Por consiguiente, de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar que la significancia bilateral es equivalente a  $0.00 < 0.05$ , existiendo una correlación entre absorción y desempeño laboral. De acuerdo, al coeficiente de R Pearson 0.803, dio como resultado alto. En tal sentido se rechaza  $H_0$  y se precisa la existencia de relación entre absorción y desempeño laboral de los trabajadores de una empresa de telecomunicaciones en Chiclayo. Concluyeron que se debe realizar una evaluación ergonómica de las oficinas, en donde se busque la instalación de equipos que permitan desarrollar sus funciones a los trabajadores de manera eficaz y a su vez puedan desprenderse de materiales externos que influyan en el trabajo

Se estableció que los trabajos previos de los estudios cuyo análisis se hicieron desde el ámbito internacional permitieron analizar las variables dentro de las organizaciones de forma opuesta a nuestro ámbito nacional. En esta oportunidad se ha incluido tres estudios previos que a continuación se detallaran en donde su función será plasmar los resultados del estudio.

Asimismo, Rodríguez (2021), en su tesis Compromiso organizacional y su relación con la productividad laboral en una empresa química, para obtener el grado de Maestro en Administración con especialidad en alta dirección, en la Universidad Autónoma de Querétaro, México, se planteó como objetivo identificar la relación entre el compromiso organizacional y la productividad de la empresa química. Para la variable compromiso organizacional citó a Palomino (2017), indico que el compromiso se crea cuando la empresa decide velar por los intereses de los trabajadores. Para la variable productividad cito a Jarkas (2012), quien lo identifico como la habilidad de mano de obra de un trabajador al desempeñar las funciones en la empresa. La investigación fue de tipo no

experimental. La población estuvo conformada por el personal administrativo. Se obtuvo una correlación de 0.703, mediante el estadígrafo de Rho Spearman y un Sig. (Bilateral)=0.001, confirmando que existe una estrecha relación entre las variables. De tal forma se rechaza la H0 y se acepta la H1, en donde se acepta que hay una correlación favorable entre las variables de compromiso organizacional y productividad laboral. Se recomienda distribuir de una forma equitativa de las funciones por puesto de trabajo, teniendo un personal de trabajo capacitado para que realicen sus funciones.

El trabajo de investigación presentado indica interés de realizar una correcta gestión dentro de la empresa para lograr incrementar la productividad laboral en la organización.

Santos (2019), en su trabajo de investigación Relación entre engagement y desempeño por competencias en trabajadores del área administrativa de la empresa Coinobras S.A.S, para optar el grado de Psicólogo, en la Universidad Pontificia Bolivariana. La investigación tuvo como propósito definir el vigor y desempeño por competencia de trabajadores en el área administrativa de la empresa Coniobras S.A.S. Para la teoría Vigor, según Spotón (2012) lo detalla como niveles altos de energía y adaptabilidad psicológica durante el trabajo. Para la teoría Desempeño laboral, según Morgan (2015) lo define como una manera de reconocer la idea que se tiene de sí mismo y por parte de un cliente interno. En la metodología el tipo de estudio es descriptivo correlacional. La población fue de 10 trabajadores del área administrativa. Por consiguiente, de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar que la significancia bilateral es equivalente a  $0.00 < 0.05$ , existiendo una correlación entre vigor y desempeño laboral. De acuerdo, al coeficiente de R Pearson 0.656, dio como resultado medio. En tal sentido se rechaza la H0 y se precisa la existencia de relación entre vigor y desempeño laboral en los trabajadores del área administrativa de la empresa Coniobras S.A.S.

Concluyeron que se pudo evidenciar el esfuerzo que el trabajador realiza al momento de cumplir con sus funciones sin importar la situación que suceda en ese momento, solo busca cumplir sus deberes.

Sanabria (2019), en su trabajo de investigación Relación entre engagement y satisfacción laboral en empresa de construcción de la ciudad de Bucaramanga, para optar al título de Psicóloga, en la Universidad Pontificia

Bolivariana. La investigación tuvo como objetivo definir la dedicación y la satisfacción laboral en una empresa de construcción en la ciudad de Bucaramanga. Para la teoría Dedicación, según Schaufeli y Salanova (2007) implica estar conforme y satisfecho con el trabajo que se tiene y expresar orgullo e inspiración para cumplir las funciones. Para teoría Satisfacción Laboral, según Salazar & Núñez (2007) lo detallan como una situación mental y anímico sobre la experiencia laboral. En la metodología el tipo de estudio es no experimental, correlacional. La población fue de 127 trabajadores. Por consiguiente, de acuerdo a los datos obtenidos se encontró una correlación significativa de nivel 0.001 con  $\rho=0.295$ , siendo una relación confiable; en donde se rechaza la  $H_0$  y se precisa la existencia de relación entre dedicación y satisfacción laboral en una empresa de construcción en la ciudad de Bucaramanga.

Jiménez (2021), en su trabajo de investigación Relación entre engagement y calidad de vida en el trabajo en funcionarios de establecimientos educacionales chilenos, Universidad de Talca Chile. La investigación tuvo como objetivo definir la absorción y la calidad de vida en el trabajo en funcionarios de establecimientos educacionales chilenos. Para la teoría Absorción, según Ventura, Salanova & Llorens (2015) es la concentración y bienestar en el trabajo, buscando que los trabajadores y la organización tengan beneficios en común. Para la teoría Calidad de vida, según Hipólito (2017) es vista como una filosofía organizacional que permite perfeccionar las funciones de los trabajadores. En la metodología el tipo de estudio es descriptivo correlacional. La población fue conformada por 241 funcionarios. Por consiguiente, de acuerdo a los datos obtenidos se puede considerar que la significancia bilateral es equivalente a  $0.00 < 0.05$ , existiendo una correlación entre absorción y la calidad de vida. De acuerdo, al coeficiente de R Pearson 0.512, dio como resultado medio. En tal sentido se rechaza la  $H_0$  y se precisa la existencia de relación entre absorción y calidad de vida en el trabajo en funcionarios de establecimientos chilenos.

El fundamento teórico, fue la base contextual de las teorías empleadas en el presente informe de investigación. Es por ello que los estudios previos y las investigaciones planteadas tienen una vinculación similar a la nuestra, para tenerlo como una base teórica y poder así precisar y delimitar el objeto de estudio de la investigación (Vera, Castaño y Torres, 2018, p.32). Por ello que se definió en primer lugar la variable engagement.

Según los autores Quiroz y Muñoz (2020), indicaron que existe una certeza que se adquiere la experiencia del engagement en el trabajo, esto se comprende como una circunstancia mental y no como un rasgo personal; además, tiene una persistencia y duración en el tiempo, se refleja en la fuerza y satisfacción en el trabajo, por lo tanto el engagement es resultado que el trabajador podrá disfrutar luego de recibir un buen trato de parte de la organización, así como también de los beneficios que pueda obtener en el su centro de trabajo; lo cual es respaldado por Schaufeli (2019), quien indica que el compromiso laboral es un concepto motivacional, debido a que los trabajadores asignan recursos personales a sus labores de trabajo. Por lo tanto, el grado de compromiso de los trabajadores se verá reflejado según la motivación que ellos perciban de parte de la empresa, por lo cual realizaran sus labores de una manera eficaz. Los autores indicaron las siguientes dimensiones.

Primera dimensión conexión: Es el vínculo que existe entre la empresa y el trabajador en el marco laboral (Quiroz y Muñoz, 2020). El objetivo que se busca, es entablar una conexión que permita desarrollar el trabajo sin dificultades. Es por ello que se indica a la primera dimensión, como la relación que se entablará entre el trabajador y la empresa; percibiendo que entre ambas partes son capaces de afrontar eficazmente las demandas del trabajo. (Cedeño, 2020, p.70). Esto logrará que el clima organizacional de la empresa sea la correcta y en donde se pueda desarrollar las funciones eficientemente.

Señalaron como indicadores para esta dimensión: canales, son herramientas útiles que permiten a la empresa estar más conectados con su trabajadores; comunicación, permite transmitir el mensaje de cada trabajador acerca del desarrollo de las funciones y lo que implica en el trabajo; medios sociales, busca crear un contenido y mensaje para los trabajadores; imagen, es la percepción de los trabajadores acerca del lugar del trabajo y su organización; marca, es la identificación de la organización y los servicios que ofrece.

Estos indicadores componen la diversificación de la dimensión conexión, debido a que engloba a todo el proceso que conlleva realizarlo, desde la forma más sencilla para poder lograr resultados favorables. En este proceso la empresa podrá estar más conectada con sus trabajadores, en los cuales podrá conocer el mensaje de cada uno de ellos y a su vez transmitirles una respuesta para que ellos puedan sentirse satisfechos y escuchados a su vez.

Segunda dimensión interacción. Nos permite medir el nivel de compromiso del trabajador con la institución y sus resultados en su área (Quiroz y Muñoz, 2020). Por ello, se establece también como la relación que existe entre la institución y el colaborador mediante una propuesta que no interfiera con las responsabilidades de trabajo y relación de ambas. (Cedeño, 2020, p.59), Para poder crear un engagement en los puestos de trabajo de la empresa se debe de fomentar la interacción entre los trabajadores y la empresa; a través de prácticas, como limitar las horas de trabajo extra, no involucrar la vida personal del trabajador con las funciones y el desarrollo de su trabajo. Esto coincide con lo que indico (Federico, 2018, p.71), mientras la interacción social del personal sea mayor, su capacidad productiva irá en aumento, en donde todo cambio que se busque implementar permitirá que se logre obtener una reacción positiva de parte del trabajador.

Señalaron como indicadores para esta dimensión: activos, son aquellas personas que están en constante aprendizaje y comprometidos con la empresa; inactivos, son aquellas personas que no desarrollan sus funciones; espectadores, son aquellas personas que están en aprendizaje; semiactivos, son aquellas personas que desarrollan sus funciones solo por deber; críticos, desarrollan sus funciones y no se sienten cómodos en la empresa. (Aguado y Jiménez, 2018, pp.72-81).

Los indicadores son un argumento para dimensión interacción, al realizar dicha práctica se busca que la relación entre ambas partes sea la adecuada. Es por ello que se debe establecer una comodidad para que los trabajadores sean activos es sus funciones y puedan desarrollar todo su potencial en su área de trabajo. Por ello se debe tener en cuenta que no se debe de desperdiciar el talento humano de un trabajador por que puede verse reflejado en los resultados de su trabajo.

Tercera dimensión participación: Es la conexión que el trabajador demuestra por su trabajo y el entusiasmo que transmite al cumplir sus funciones (Quiroz y Muñoz. 2020). Del mismo modo, se puede indicar como el grado de confianza que permite conocer la creatividad y libre expresión de todos los miembros. Así mismo se pueden debatir ideas. (Federico, 2018, p.102). De tal modo se podrá alcanzar un nivel de engagement significativo logrando la participación de los miembros que conforman la empresa, esto sin lugar a duda



buscará obtener buenos resultados ya que se conocerán ideas innovadoras y diferentes puntos de vista que permitirán alcanzar resultados favorables para la empresa. Esto coincide con lo que indicó (Reyes, 2020, p.35), la participación mejora la calidad de las decisiones que se puedan tomar en una empresa y las cuales se hacen de manera más eficiente.

Resaltaron como indicadores para esta dimensión: público, son los individuos que componen el grupo de trabajo en la empresa; integración, busca que el equipo de trabajo trabaje en conjunto; canales sociales, son los medios por los cuales se busca interactuar con los trabajadores; concursos, es una recompensa que se realiza para poder reconocer el grado de fidelidad del equipo de trabajo con la organización; monitoreo, es un proceso que se realiza para poder determinar los avances que la empresa va obteniendo según las funciones de cada trabajador. (Quiroz y Muñoz, 2020, pp.56-61). Según lo manifestado en sustento a la dimensión participación, se puede señalar la importancia que conlleva tener una participación efectiva de los trabajadores en una empresa; puesto que, involucrar a los miembros que conforman la empresa permitirá desarrollar nuevas actividades y con ello una mejor experiencia y satisfacción laboral.

El segundo autor que sustenta la variable engagement es Hr Circular (2018), quien afirmó el engagement en el trabajo como un estado activo y positivo relacionado con el trabajo que se caracteriza por energía, dedicación y absorción. El concepto de engagement ha ido desarrollándose a lo largo de los últimos años. (p.18). En la actualidad las empresas buscan crear un vínculo con los trabajadores por medio de la motivación y reconocimiento por su desempeño en la empresa. Es por ello que se debe involucrar al personal en los propósitos de la empresa para generar una buena comunicación y con ello obtener resultados favorables.

Primera dimensión energía, es la fuerza que transmite durante la jornada laboral (Lázaro, 2019, p.46). Es la disposición que cuenta el trabajador, el cual se describe como una inversión de esfuerzo ante obstáculos que se puedan presentar. (Cuti, 2020, p.57). Desde el momento en donde el trabajador se sienta comprometido con la empresa demostrará mediante hechos las actividades que es capaz de realizar, empleando su energía en cada una de las actividades que

realice. De esta forma podrá demostrar el compromiso que tiene con la organización.

Segunda dimensión dedicación, se examina mediante el grado en donde el trabajador se encuentra animado y orgulloso de su puesto laboral (Cutí, 2020, p.57). Se determina de igual forma por su implicancia y motivación en el trabajo (Maldonado, 2020, p.9). Se puede determinar la importancia de la dedicación en los puestos de trabajo de cada empresa, en donde se entiende que un personal demostrará dedicación en las actividades que realice cuando se sienta satisfecho y conforme con el trato que la organización le brinde dentro y fuera de empresa.

Tercera dimensión absorción, es la manera en donde el trabajador se involucra en las actividades de la empresa. (Cutí, 2020, p.57). Se puede definir también como la concentración y disfrute que el trabajador desempeñara en la empresa mediante las funciones que realice. (Maldonado, 2020, p.20). Se indica la importancia de la absorción en los puestos de trabajo de la organización, en donde se establece que el trabajador tendrá una cierta dificultad al momento de desvincularse de sus labores.

Como tercer autor que sustenta la variable engagement, se menciona a Moreno (2018), quien aseguró el compromiso como la condición psicológica que identifica la relación entre un individuo y una empresa (p.32). En la teoría del engagement se determina el compromiso del trabajador con la empresa, en el cual se busca que el colaborador se comprometa con la institución y se sienta satisfecho al realizar sus actividades. El engagement laboral es básicamente el involucramiento con la organización y estar comprometido con la organización en donde se trabaja. (Lázaro, 2019, p.50); es por ello que el engagement es una organización es de suma importancia porque creará un compromiso y un grado de fidelidad del trabajador con la empresa, en donde los datos de las funciones que se hagan tendrán una gran importancia para la empresa.

Primera dimensión compromiso afectivo, se comprende por la satisfacción emocional que el trabajador tiene por la empresa (Maldonado, 2020, p.9). Se puede definir el compromiso afectivo como la estabilidad y felicidad de un individuo por su puesto de trabajo (Lázaro, 2019, p.16). Desde el momento en el que el trabajador sienta una satisfacción por sus labores podrá desempeñar cada

una de sus funciones correctamente y a su vez habrá un entorno laboral con un alto índice de compromiso.

Segunda dimensión compromiso de continuidad, es el grado de querer permanecer por un periodo largo en la empresa, debido a la satisfacción que siente por su trabajo y la empresa (Coronado, 2020, p.3). Se puede indicar también el compromiso de continuidad como el resultado del esfuerzo que un individuo tiene por la empresa y por la estabilidad en la organización (Vizcaíno, 2020, p.23). En este caso el trabajador buscara permanecer en su puesto de trabajo, puesto que tendrá la incertidumbre de no poder encontrar un puesto de trabajo similar o mejor a su actual empleo que le ofrezcan mayores beneficios y le genere una satisfacción en sus funciones.

Tercera dimensión compromiso normativo, es el deber de mantenerse en la organización por motivos éticos y un grado de lealtad hacia la empresa (Medina, 2018, p.62). Se puede definir el compromiso normativo como un valor personal en donde el individuo tiene un sentimiento de lealtad hacia la empresa; y una obligación moral, en donde su pensamiento es mantenerse en la empresa ya que cree que es lo ideal. En esta oportunidad el trabajador busca contribuir con su desempeño laboral a la empresa en cierta forma de agradecimiento por la oportunidad de trabajar en ella, de esta forma ayuda a fomentar y realizar las metas propuestas por la organización.

En las teorías seleccionadas para la segunda variable productividad, se tiene como autor principal a Hiver, Ali, Hoorie y Mercer (2021), quienes indicaron que la productividad se utiliza para determinar la rentabilidad de talleres, maquinas, equipos de trabajo y empleados (p.5). Se considera que los trabajadores son una utilidad para la organización, ya que ellos al realizar sus funciones correctamente reflejaran en sus resultados una utilidad para la empresa.

Para que una empresa pueda mantenerse en el mercado y así mismo crecer, necesita que su rentabilidad no se vea afectada; por ello, la importancia de la productividad es que vaya en un constante crecimiento. (Balcazar, 2018, p.35). Seguidamente, se plantean las siguientes dimensiones.

Primera dimensión producto, es el servicio que el trabajador ofrece para poder satisfacer una necesidad (Hiver, Ali, Hoorie y Mercer, 2021, p.10). Los trabajadores se ven en la necesidad de ofrecer un servicio o producto en donde

se busque lograr cumplir con la necesidad del cliente y por lo tanto cumplir con los objetivos de la empresa. Esto permitirá que la empresa no se vea afectada en su productividad.

Señalo como indicadores de esta dimensión: Tecnología, es la aplicación de conocimientos e ideas de forma detallada que busca crear una solución. Inversión, es una actividad en donde se destina un dinero para poder generar un cambio dentro de la empresa. Innovación, es un proceso en donde las ideas que se plantean generan un impacto en la organización. Satisfacción, es la sensación de felicidad que una persona obtiene al resolver una necesidad. Eficiencia, es la relación de los recursos empleados para alcanzar logros. Se puede indicar que el análisis de estos indicadores permitirá que el producto que se ofrezca pueda ser de gran utilidad, ya que se empleará los recursos necesarios para obtener buenos resultados.

La empresa debe de utilizar estos indicadores como una guía para el desarrollo de las funciones, de tal modo que puedan emplear cada uno de ellos con la finalidad de mejorar el producto que se desea brindar.

Segunda dimensión proceso. En donde si el sistema de producción no se selecciona apropiadamente de acuerdo al producto y al mercado se obtendrá resultados deficientes. (Hiver, Ali, Hoorie y Mercer, 2021, p.11). Para establecer el proceso que conlleva a obtener una alta productividad para la empresa, se debe considerar que se debe utilizar los recursos que la empresa dispone para poder optimizar el trabajo y el proceso sea el adecuado (Orellana, 2019). Esta base de datos nos permitirá definir de una manera más clara el proceso que debe desarrollar toda organización para poder ofrecer un servicio eficiente, el cual será ejecutado por sus trabajadores.

Señaló como indicadores de esta dimensión: Mercado, se define como el conjunto donde las personas interactúan para poder satisfacer una necesidad. Deficiencia, se puede indicar que es la carencia de fuerza y voluntad de un individuo para realizar sus actividades. Capacidades, son los recursos y habilidades de un individuo para realizar sus funciones. Efectividad, es la capacidad de lograr el resultado que desea obtener. Valor, es la virtud de un individuo por el cual es bien considerado. Se puede indicar que el análisis de estos indicadores permitirá que el proceso que se desarrolle sea eficiente y puedan desarrollar todas sus capacidades para lograr buenos resultados.

La empresa Icel Perú debe aprovechar al máximo el capital humano que tiene dentro de la compañía, esto para poder desarrollar y emplear todas sus capacidades en poder ofrecer un producto de calidad; el no realizarlo causara impactos negativos en la empresa lo cuales se verán reflejados con una baja productividad.

Tercera dimensión fuerza de trabajo, se relaciona con la capacidad de trabajar (Hiver, Ali, Hoorie y Mercer, 2021, p.12). La fuerza laboral en una empresa es la fuerza intelectual y física de un individuo para desarrollar actividades productivas dentro de la empresa en donde se busca desarrollar todas las capacidades para que en conjunto se logren los propósitos establecidos. (Westreicher, 2020). La empresa Icel Perú al tener una fuerza de trabajo comprometida podrá alcanzar altos estándares de productividad, sin embargo, debe saber emplear cada una de las capacidades de sus trabajadores eficazmente.

Detallando como indicadores de esta dimensión Ubicación, es el lugar donde se desarrolla todas las funciones que establece la empresa. Capacitación, es una estrategia que se realiza para que el personal pueda desarrollar sus habilidades y adquirir conocimiento. Supervisión, es una actividad donde se dirige a una organización a realizar bien sus funciones. Diseño de trabajo, se especifica la actividad de un grupo de personas. Objetivos, son los resultados que una organización desea lograr.

Se pudo establecer que los indicadores nos permitirán establecer el nivel de la fuerza de trabajo en donde mediante la capacitación que se realice se podrá conocer el grado de participación de cada trabajador en su puesto de trabajo, y por consiguiente mediante la supervisión se podrá tener una información veraz del desempeño de los trabajadores junto con sus funciones.

El segundo autor teórico para la variable productividad, son Tang, Walsh y Lemer (2020), quienes indicaron que existe un debate en determinar la productividad, como el nexo entre productos e insumos, evaluando la eficiencia que la empresa utiliza para realizar sus actividades (p.24). En este panorama la productividad está sujeta a los productos o insumos, por lo que se establece como la cantidad de bienes o servicios brindados por el número de recursos empleados por la organización.

Primera dimensión rendimiento, es el producto de los resultados obtenidos en las funciones del trabajo. Se encuentra un vínculo entre el rendimiento productivo y los recursos que se utilizarán para obtener un resultado positivo, en donde indican que “la mayor productividad que puede tener una empresa es el rendimiento que el personal puede desarrollar para lograr los objetivos” (Pilligua, 2019, p.8). Es importante saber el impacto que conlleva tener un adecuado rendimiento en la empresa, dado que permitirá influir en los demás trabajadores las ganas por desempeñar las funciones de la misma forma y alcanzar las metas propuestas por la organización.

Segunda dimensión cambio tecnológico, es el impacto que se realiza para que la empresa pueda desarrollar nuevos procesos en los cuales se podrá obtener una mayor productividad y la organización pueda ser más moderna; y al mismo tiempo esté preparada para los cambios. Se indica que el cambio tecnológico puede llegar a ser una herramienta para lograr un impacto económico si la empresa y los capacitadores se basarán en fortalecer capacidades y habilidades del personal de trabajo (Bensusán y Flores, 2020, p.47). La empresa de Icel Perú debe aprovechar el cambio tecnológico para poder lograr un impacto en el incremento de funciones que desempeñaran sus trabajadores.

Tercera dimensión capital humano, son las capacidades y habilidades personales de un individuo para desarrollar funciones dentro de una organización. Se considera que en toda empresa el equipo de trabajo que lo integra busca alcanzar el éxito de la empresa, de tal modo en trabajan en conjunto para lograr desarrollar y aplicar todas sus capacidades, habilidades y conocimientos en la práctica del trabajo (Guest, 2021). La empresa de Icel Perú debe utilizar el conocimiento, habilidades y capacidades de su capital humano para desarrollar nuevos métodos de trabajo en donde se busque obtener mejores resultados.

Hoy en día es indiscutible para toda organización que su personal de trabajo desempeñe todas sus capacidades y habilidades, para que en conjunto puedan alcanzar un rendimiento óptimo para la empresa y por ende la empresa logre sus objetivos propuestos.

El tercer autor que sustenta la teoría de la variable productividad, citaremos a Huamán (2019), quien indicó que la productividad es el empleo

energético de la innovación y los bienes para ampliar el compuesto añadido de productos y servicios” (p.1). El trabajo se puede realizar de diferentes formas y algunos trabajadores pueden ser más productivos que otros. Sin embargo, si se trabaja con los recursos necesarios y se realiza un buen desempeño, se podrá aumentar la productividad de la empresa, debido a un trabajo eficaz.

Primera dimensión ventas, es la actividad que se realiza para sostener a una empresa mediante los ingresos. El proceso de venta que se tiene en una organización es primordial satisfacer las necesidades del consumidor como del trabajador (Jaramillo, 2018, p.29). Es importante mencionar que toda organización puede sufrir consecuencias que afecten a los colaboradores; por este lado, la organización no lograría obtener las ventas deseadas. Por lo tanto, esta causa principalmente sería por la poca preocupación de la empresa en invertir en capacitar a los trabajadores, no ofrecer un ambiente laboral adecuado, la poca disposición de herramientas de trabajo (Torres, 2019). Por ello, la empresa debe analizar los factores que pueden conllevar a tener un bajo nivel de ventas y poner en marcha un plan que los ayude a mejorar ese aspecto.

Segunda Dimensión calidad de producto, es la percepción mental que el cliente tiene acerca del producto que va a comprar. La calidad del producto es de suma importancia en toda empresa, ya que de esta forma se buscará ofrecer un producto o servicio innovador que sea del agrado del consumidor y de esta manera pueda nuevamente en un futuro cercano obtener nuevamente el servicio. (Unade, 2019). Es importante que los indicadores de calidad del producto sean medibles constantemente, ya que de este modo se podrá llevar un control adecuado de lo que estamos ofreciendo, por lo que ellos podrán observar un producto de calidad que la empresa les ofrece y ayudara sin suda a conseguir las metas propuestas por la empresa (Málaga, 2019). Se entiende la influencia que conlleva ofrecer un producto de calidad en el servicio, ya que de esta manera se podrán obtener buenos resultados, y los clientes tienen una principal participación por el nivel de satisfacción que tendrán al momento de obtener el producto.

Tercera dimensión precio, es el valor que tiene un producto para ser adquirido o comprado. El precio de un producto o servicio tiene una relación directa en cuanto a los beneficios que puede alcanzar una organización, ya que a partir de fijar el precio habrá una vinculación directa con el consumidor si es que llega a

cumplir las expectativas y satisfacer sus necesidades (Escalona, 2018). En el punto de vista empresarial se debe ofrecer un precio justo y acorde al mercado para que el producto pueda ser visto y a la vez seleccionado por el cliente. Desde esa base, podemos analizar también a los competidores directos de la empresa los cuales irán fijando precios en el mercado o incluso sobrevalorando el producto; es ahí, donde la empresa debe emplear una estrategia como mantener o establecer precios atractivos en el mercado ofreciendo a la vez un producto o servicio de calidad (Díaz, 2018, p.33).



### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo de investigación.**

Para este enfoque se tomó al autor Hernández, 2018 quien detalló los métodos cuantitativos, utilizan el recojo de información de datos para demostrar las hipótesis mediante la estadística, con el objetivo de establecer patrones de comportamiento y probar teorías. El enfoque cuantitativo permite emplear datos numéricos para poder medir las variables del estudio, así mismo, se implementa en el sistema estadístico para lograr obtener el resultado sugerido por el investigador. La medición numérica se realizó por medio de las encuestas con preguntas cerradas, con un nivel de medición formulada por la correlación de Spearman, con el fin de identificar el comportamiento de las variables y establecer las hipótesis.

El tipo de investigación se hace referencia a Guevara et al. (2020) quien definió la investigación descriptiva se realiza cuando se busca describir una realidad, en sus principales componentes (p.165). La investigación es descriptiva ya que se utilizó métodos de encuestas y por lo tanto se podrá entender mejor las creencias, comportamientos y pensamientos del grupo de personas entrevistadas. Es por ello que esta investigación es de tipo descriptiva.

##### **Diseño de investigación.**

El diseño fue no experimental, según Cabezas, Andrade y Torres (2018) explicaron que el tipo de investigación en las variables analizadas no son manipuladas de manera intencional, más aún con el propósito de dicho estudio es apreciar los cambios que se pueden presentar en un marco natural [...] (p.79). Según lo comentado, no experimental es un diseño que se ejecuta sin utilizar determinadamente las variables y en la que solo se examinan los fenómenos en su ambiente natural para luego analizarlos.

Para el nivel correlacional se utilizó la definición de Medina y Gonzales (2021) en donde indica que es un estudio que busca estudiar la relación entre dos variables. Nos explica que en el análisis la correlación muestra dos o más variables, en donde una variable puede ser dependiente y por lo tanto la otra independiente. De esta manera se podrá lograr comprobar si el estudio tiene una

semejanza entre las dos variables o de lo contrario no existe una relación entre ambas.

### **3.2 Variables y operacionalización**

#### **Variable**

La variable es aquello que se puede observar, medir y cambiar fácilmente, son conceptos que componen datos de cierto tipo llamado hipótesis (Espinoza, 2018, p.39). En la investigación se emplearon las siguientes variables: conexión, interacción y participación. Estos criterios nos permitirán formular hipótesis y analizar la probabilidad de influencia de una u otra variable.

Estas variables constituyen una entidad abstracta y recibirán diferentes valores numéricos para producir resultados medibles y cuantificables; en relación a la variable. Para la variable dependiente, son las variables modificadas por la variable independiente (Ibidem, p.42).

#### **Definición conceptual de la variable engagement**

Quiroz y Muñoz (2020) comentaron que es claro que el engagement se vive en el trabajo, lo cual debe comprender como un estado de ánimo y no como una personalidad individual; también es permanente, de larga duración se evidencia mediante el disfrute, el enfoque y la energía.

#### **Definición operacional.**

Se opera la variable para convertir una definición teórica en una práctica, que se puede cuantificar utilizando herramientas adecuadas para que se pueda medir. La operación permite medir la variable, sus dimensiones e índices (Espinoza, 2018, p.43). Las dimensiones de la variable *engagement* son: *conexión*, *interacción* y *participación*.

#### **Indicadores.**

Los indicadores de la dimensión *conexión* son: canales, comunicación, medios sociales, imagen y marca. Los indicadores de la dimensión *interacción* son: activos, inactivos, espectadores, semiactivos y críticos. Los indicadores de la dimensión *participación* son: público, integración, canales sociales, concurso y monitoreo.

#### **Escala de medición**

Para probar las variables del tema de investigación, la escala utilizada es ordinal de tipo Likert, en donde a cada respuesta se le asignara una escala numérica en los factores indicados y se determinarán pesos; diseñado para interpretar los

datos obtenidos. Para ello, la escala dada tendrá la siguiente interpretación: nunca, tendrá un valor de uno; casi nunca, valdrá dos; a veces, valdrá tres; casi siempre, valdrá cuatro y siempre, valdrá cinco.

#### **Definición conceptual de la variable productividad**

Hiver, Ali, Hoorie y Mercer. (2021). quienes indicaron: [...] La productividad se utiliza para determinar la rentabilidad de talleres, maquinas, equipos de trabajo y empleados [...] (p.5). La productividad en relación a los empleados es sinónimo de utilidad. Es por ello que se es lucrativo cuando con la suma de insumos y recursos utilizados en un tiempo establecido se obtiene la mayor cantidad de beneficio para la organización.

#### **Definición operacional.**

Se realiza la operación de la variable para convertir una explicación hipotética en una práctica, que se puede medir con instrumentos. El proceso logra reconocer la variable, sus dimensiones y sus indicadores (Espinoza, 2018, p.43). Las dimensiones de la variable *productividad* son: *producto*, *proceso* y *fuerza de trabajo*.

#### **Indicadores.**

Los indicadores de la dimensión *producto* son: tecnología, inversión, innovación, satisfacción y eficiencia. Los indicadores de la dimensión *proceso* son: mercado, deficiencia, capacidad, efectividad y valor. Los indicadores de la dimensión *fuerza de trabajo* son: ubicación, capacitación, supervisión, diseño de trabajo y objetivos.

#### **Escala de medición**

Para contrastar las variables de los sujetos de estudio, la escala de Likert ordinal, donde a cada respuesta se le asignará una escala numérica de puntuaciones en los factores mencionados y se le asignarán pesos para facilitar el análisis de la información recaudada. Para ello, la escala dada tendrá la siguiente interpretación: nunca, tendrá un valor de uno; casi nunca, un valor de dos; a veces, un valor de tres; casi siempre, un valor de cuatro y siempre, un valor de cinco.

### **3.3 Población, muestra y muestreo**

Según Hernández, (2018), Mencionaron que una población es el compuesto de todos los acontecimientos que coinciden con una serie de especificaciones (p.169). Dźwigoł (2018) indico que “la población viene a ser el compuesto de

todos los elementos que conforman la investigación. En la que se define como un grupo de la unidad de la muestra” (p.184). La población en este proyecto estuvo conformada por 210 colaboradores trabajadores de la empresa Icel Perú. Según Hernández, (2018), Mencionaron que el censo de la población viene a ser el número de elementos sobre el cual se presunta generalizar los resultados” (p.278). Para Bernal, 2018, indicó que el censo de la población es la suma de la totalidad de la población, por tanto, no se aplica con una muestra sino con el estudio sobre la cantidad total de personas (p.165).

#### **Criterios de inclusión**

Los criterios de inclusión son características que los posibles participantes deben tener en cuenta en un estudio. En este caso, se consideran los empleados de la institución.

#### **Criterios de exclusión**

Los criterios de exclusión son las características que impiden a los trabajadores participar en la investigación del curso. En este caso, se excluyen a las personas que no integran y no pertenecen a la institución.

#### **Muestra.**

Hernández y Mendoza (2018), argumentaron que es un subconjunto de una población, reflejando las características que definen a la población de las que se separa (p.196). En este estudio se conformó una muestra de 210 colaboradores de Icel Perú.

#### **Muestreo.**

Es la selección uno o varios subgrupos de una determinada población para estudiar y posiblemente obtener los rasgos más representativos (Valderrama y Jaimes, 2019, p.259). Por conveniencia, en la encuesta se utilizó un patrón de muestreo no probabilístico. Según Otzen y Manterola (2017), han demostrado que permite elegir a que estados es probable acceder y aceptar ser incluidos (p.230). Con base a lo anterior y en el contexto de los criterios de inclusión y exclusión, se estableció el tipo de muestra para ejecutar el estudio a 210 colaboradores

### **3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos**

#### **Técnicas.**

Sánchez, et al. (2018), indicó es el conjunto de medios e instrumentos a través de los cuales se efectúa el método (p.120). El instrumento de la encuesta fue

utilizado para la investigación, según Legra (2018), quien indico que se trata de una interacción escrita, lo que permite interrogar a un mayor número de individuos a lo largo de un periodo de tiempo (p.275).

### **Instrumento.**

Según Arias (2021) manifestó que un instrumento de recolección de datos se usa para recopilar, registrar o almacenar todo tipo de información (p.87). Es aquí en donde se aplicó como instrumento el cuestionario, que con sitio en reunir información real y concisa de cada persona entrevistada. La escala será de tipo Likert, puesto que trata de una cadena de interrogación planteadas en tipo de afirmación y apreciaciones, en los que se les presenta a los entrevistados para así poder obtener sus apreciaciones. El cuestionario consta de 60 preguntas (30 ítems para cada variable), donde pondrán en cuestión las dos variables, sus dimensiones e indicadores del proyecto de investigación.

Tabla 1. Escala de Likert

<b>1</b>	<b>Nunca</b>
<b>2</b>	<b>Casi Nunca</b>
<b>3</b>	<b>A veces</b>
<b>4</b>	<b>Casi Siempre</b>
<b>5</b>	<b>Siempre</b>

*Nota: Elaboración propia*

### **Validez del instrumento**

Según Hernández, 2018, define que “[...] la validez es el grado en que una herramienta mide realmente la variable que busca analizar [...]” (p.200). Silva (2018) manifestó que el instrumento que el investigador pretende medir de forma veras y concisa. La validez del instrumento se ejecutó mediante el juicio de un asesor temático y un asesor metodológico, a criterio de la Universidad Cesar Vallejo. Dicho esto, las herramientas empleadas con el fin de evaluar, hacer un análisis, poder conseguir y obtener un informe que garantice objetividad, consistencia, actualidad, coherencia, pertinencia y actualidad.

### **Contabilidad del instrumento**

Para Hernández, 2018, Sostiene que la confiabilidad es la medida en que la aplicación repetida de una herramienta en un objeto o individuo conduce a los mismos resultados (p.277). Por su parte, Fernández (2019) señaló que la confiabilidad es una herramienta, se da en una forma apropiadamente

identificable de verificar si las preguntas están relacionadas o no para obtener una buena coincidencia. (p.96).

El presente informe tomó en cuenta el método de Alfa de Cron Bach para poder obtener conocimiento de la confiabilidad de los ítems que se emplearon en los cuestionarios.

### **3.5 Procedimiento**

Primero comenzamos solicitando los permisos necesarios enviando una solicitud a la gerencia de la institución, para que nos conceda el permiso de recopilar información y datos para elaborar este informe, mayormente los documentos son confidenciales para la empresa y difíciles de obtener para realizar una investigación e informe. Luego se realizó la coordinación con el personal de la empresa para informarles que se realizaría una investigación en la empresa en los cuales ellos serían partícipes y tendrían que llenar una encuesta la cual se les brindó mediante un enlace de WhatsApp. Para este proceso no se les obligó a realizar la encuesta, solo se les indicó que podrían responderlo en un máximo de tres días. Posteriormente tabulamos toda la información obtenida y preparamos una base de datos construida con el software SPSS para realizar el análisis estadístico de la información y comprobar las hipótesis planteadas. **3.6**

### **Método de análisis de datos**

Según Fernández (2019), manifestó que es un proceso en el que se aplica el progreso estadístico, con el fin de dar perspectiva sobre las respuestas de los encuestados que están sujetos a la problemática (p.149). Para el análisis de los datos se empleó el paquete estadístico SPSS versión 25. Así mismo se utilizó este paquete estadístico ya que se desea proporcionar resultados como, el alfa de Cron Bach para así demostrar la fiabilidad del cuestionario, distribución de frecuencias, obtención de gráficos y porcentajes mediante las tablas.

### **3.7 Aspectos éticos**

El desarrollo de este estudio sigue y mantiene el principio de ética dispuesto por la escuela, el respeto, la objetividad y la honestidad hacia los trabajadores que realizan la investigación, teniendo la autorización de la empresa para realizar dicha investigación sobre la empresa Icel Perú.

## IV. RESULTADOS

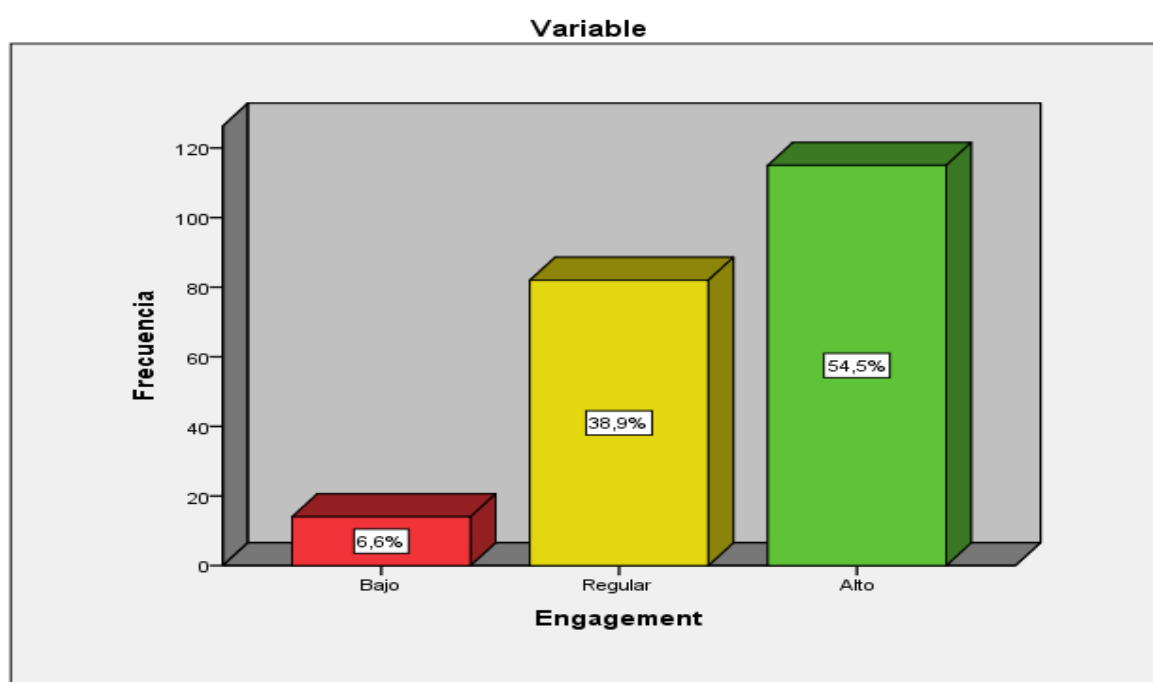
### 4.1 Anál isis descriptivo univariado

Tabl a1

*Frecuencia de la variable engagement*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	14	6,6	6,6	6,6
	Regular	82	38,9	38,9	45,5
	Alto	115	54,5	54,5	100,0
	Total	211	100,0	100,0	

**Figura 1** Histograma de frecuencias de la variable de engagement.



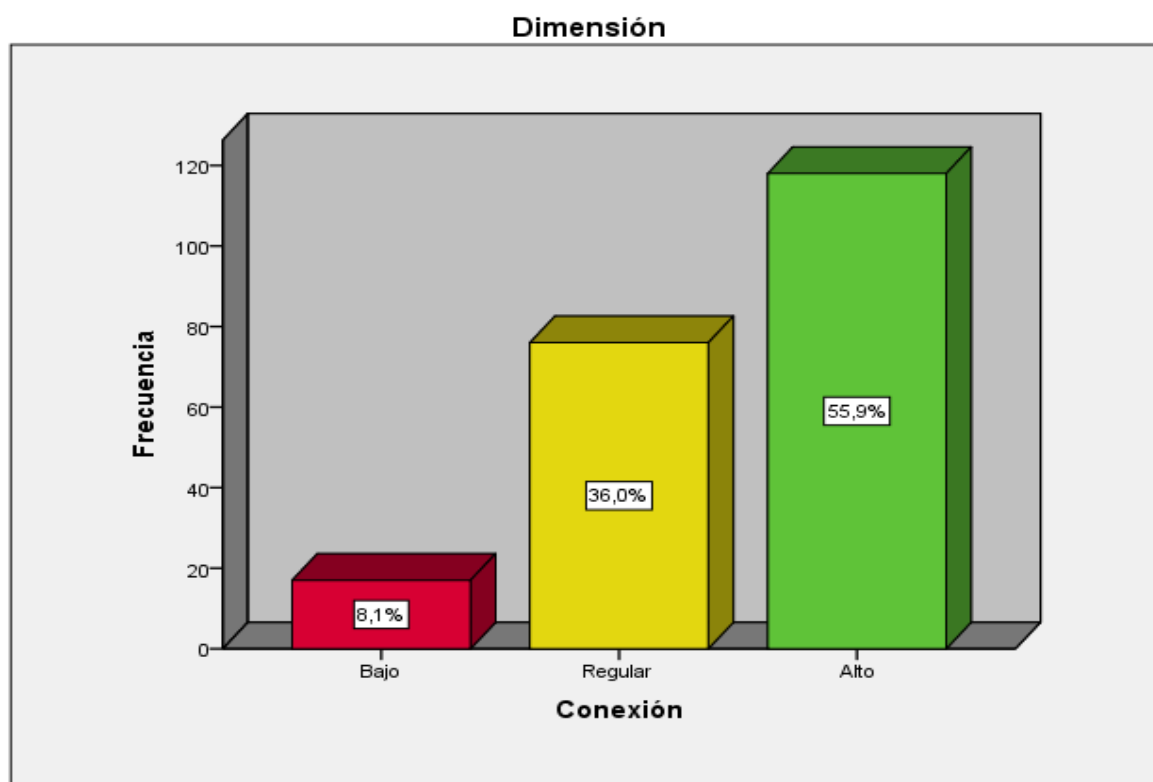
*Nota:* En la tabla 1 y figura 1, del 100% de los encuestados; el 54.5% considera que el nivel de engagement es alto en Icel Perú. Sin embargo, el 38.9% indicó que el nivel de engagement es regular en Icel Perú. El 6,6% manifestó que el nivel de engagement en Icel Perú es bajo. Es decir, según este estudio, existe un alto nivel de engagement, sin embargo, la participación de los trabajadores es necesaria para lograr mayores niveles de compromiso.

**Tabl a2**

*Frecuencia de la dimensión conexión*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	17	8,1	8,1	8,1
	Regular	78	36,0	36,0	44,1
	Alto	118	55,9	55,9	100,0
	Total	211	100,0	100,0	

**Figura 2** Histograma de frecuencias de la dimensión de conexión.



*Nota:* En la tabla 2 y figura 2, del 100% de los encuestados; el 55,9% manifestó que existe un alto grado de conexión en Icel Perú. Sin embargo, el 36% alegó que el grado de conexión es regular en Icel Perú. También existe el 8,1% que indicó que el grado de conexión es bajo en Icel Perú. Esto significa que Icel Perú encuentra aceptable la conexión con sus trabajadores, sin embargo, un bajo porcentaje de personas dice que la conexión es insuficiente.

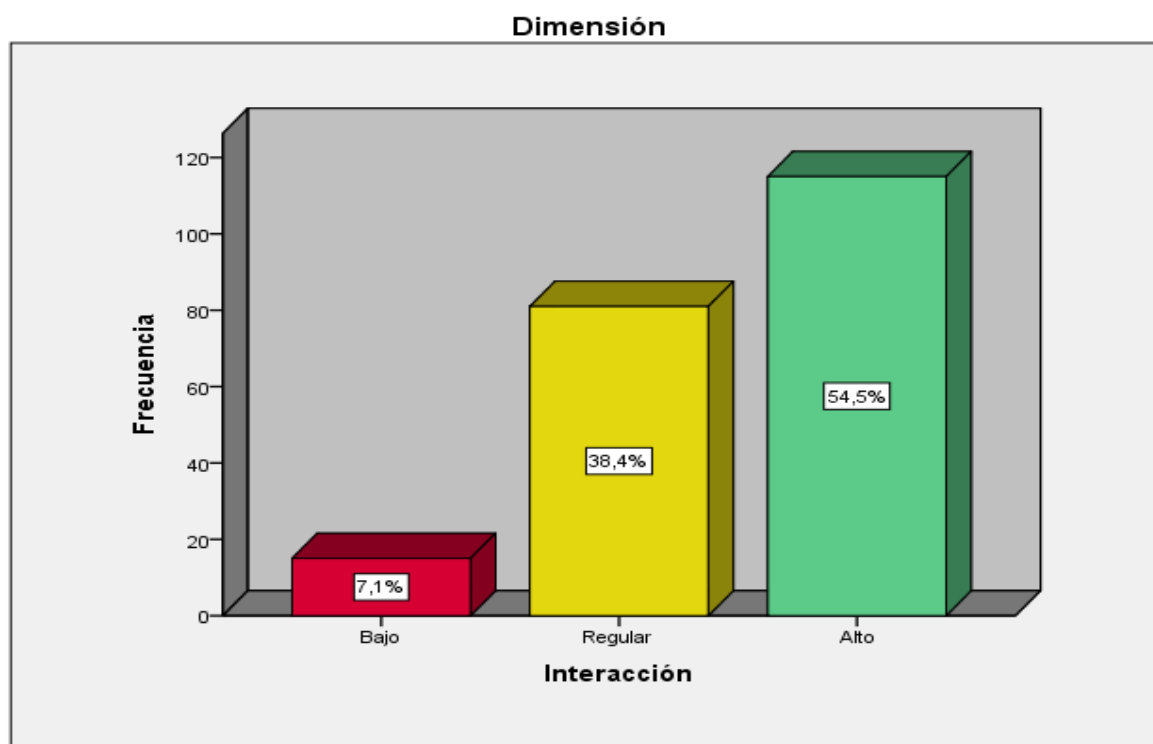


**Tabl a3**

*Frecuencias de la dimensión interacción.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	15	7,1	7,1	7,1
	Regular	81	38,4	38,4	45,5
	Alto	115	54,5	54,5	100,0
	Total	211	100,0	100,0	

**Figura 3** Histograma de frecuencias de la dimensión interacción.



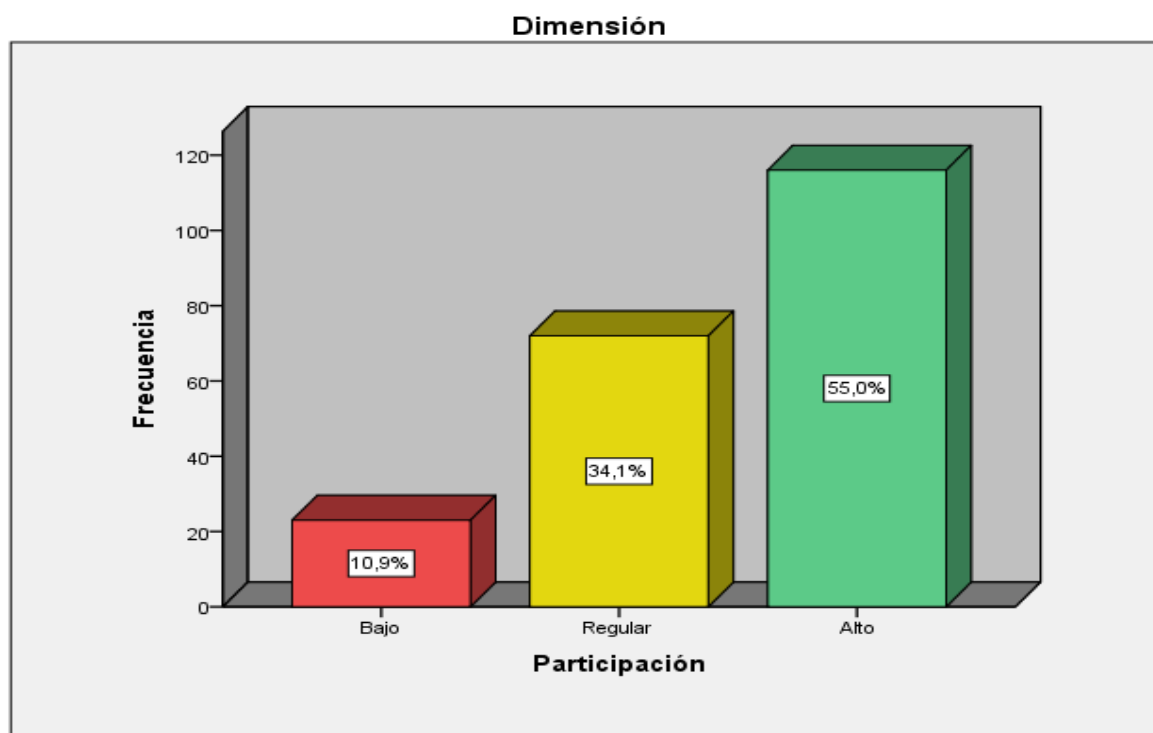
*Nota:* En la tabla 3 y figura 3, del 100% de los encuestados; el 54,5% manifestó que el nivel de interacción es alto en Icel Perú. Así pues, el 38,4% señaló que el nivel de interacción es regular en Icel Perú. Sin embargo, existe el 7,1% que expresó que el nivel de interacción es bajo en Icel Perú. Se puede observar que se logra una buena interacción y por ende una buena comunicación efectiva dentro de la organización.

**Tabl a4**

*Frecuencia de la dimensión participación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	23	10,9	10,9	10,9
	Regular	72	34,1	34,1	45,0
	Alto	116	55,0	55,0	100,0
	Total	211	100,0	100,0	

**Figura 4** Histograma de frecuencias de la dimensión participación



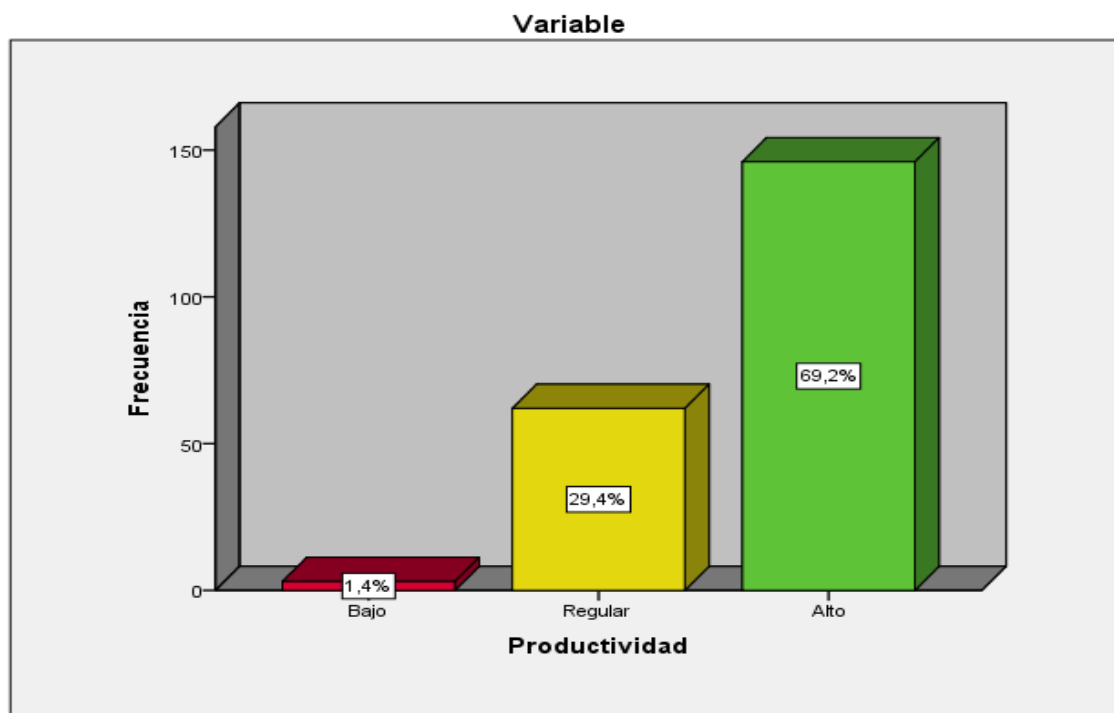
*Nota:* Con respecto a la tabla 4 y figura 4, del 100 % de los encuestados; el 55% manifestó que el nivel de participación es alto en Icel Perú. Así pues, el 34,1% indicó que el nivel de participación es regular en Icel Perú. También existe el 10,9% que declaró que el nivel de la participación es bajo en Icel Perú. Está claro que la organización está involucrando a los trabajadores para conseguir un mayor compromiso con la empresa.

**Tabl a5**

*Frecuencias de la variable productividad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	3	1,4	1,4	1,4
	Regular	62	29,4	29,4	30,8
	Alto	146	69,2	69,2	100,0
	Total	211	100,0	100,0	

**Figura 5** Histograma de frecuencias de la variable productividad.



*Nota:* En la tabla 5 y figura 5, del 100% de los encuestados; el 69,2% manifestó que el nivel de productividad es alto en Icel Perú. Ahora bien, el 29,4% aseveró que el nivel de la productividad es regular en Icel Perú. Sin embargo, existe el 1,4% que aseveró que perciben que el nivel de la productividad es bajo en Icel Perú. Esto indica que Icel Perú tiene un alto índice de productividad, por lo tanto, se necesita un mayor nivel de engagement para ser más productivos en la empresa.

## 4.2. Análisis descriptivo univariado

### Prueba de hipótesis general.

Son enunciados que muestran lo que se está investigando y tratando de comprobar, así como evidenciar un producto de investigación (Arispe, 2020, p.37).

### Hipótesis estadística

H0 No existe relación entre el engagement y la productividad en Icel Perú, SJL.

H1 Existe relación entre el engagement y la productividad en Icel Perú, SJL.

### Tabla 6

#### Prueba de hipótesis general

		Correlaciones	
		Engagement	Productividad
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	1,000
	Engagement	Sig. (bilateral)	,732**
		N	,000
Spearman		Coefficiente de correlación	211
	Productividad	Sig. (bilateral)	,732**
		N	,000
			211

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* En la tabla 6, se encontró que la relación entre las variables engagement y productividad es significativa al nivel de 0,732 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva considerable entre las variables de estudio. Se puede deducir también que la relación es directamente proporcional; es decir que la empresa al incluir la práctica del engagement con los trabajadores, permitirá fortalecer la productividad en la organización; es decir, que, a mayor compromiso de los trabajadores con la organización, mayor será la productividad reflejada en los indicadores rentables de Icel Perú.

*Decisión.* Para aceptar o rechazar la hipótesis se recurrió al Sig. (Bilateral) =0,000 < 0,05; en consecuencia, cabe señalar que la significancia obtenida en el análisis fue significativa; por consiguiente, se puede afirmar que la relación entre el engagement y la productividad ha sido comprobada. Se confirma el rechazo de la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, sí existe una correlación positiva considerable entre las variables engagement y productividad en Icel Perú.

## Prueba de hipótesis específica 1

### Hipótesis estadística

H0 No existe relación entre la conexión y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho.

H1 Existe relación entre la conexión y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho.

### Tabl a7

#### Prueba de hipótesis específica 1

		Correl aciones	
		Conexión	Productividad
Rho de Spearman	Conexión	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,671**
		N	,000
Rho de Spearman	Productividad	Coeficiente de correlación	211
		Sig. (bilateral)	,671**
		N	,000

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* En la tabla 7, se encontró que la relación entre la dimensión conexión y la variable de productividad es significativa al nivel 0.671 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Se puede deducir también que la relación es directamente proporcional; es decir, que mientras se tenga una conexión estable en la empresa, el panorama no será complejo para los trabajadores; por lo tanto, la ventaja competitiva y la productividad de la empresa será mayor en beneficio de Icel Perú.

*Decisión.* Para aceptar o rechazar la hipótesis se recurrió al Sig. (Bilateral)=0,000 < 0,05; en consecuencia, cabe señalar que la significancia obtenida en el análisis fue positiva; por consiguiente, se puede afirmar que la relación entre la conexión y la productividad ha sido comprobada. Se confirma el rechazo de la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, sí existe una correlación positiva considerable entre la dimensión conexión y la variable productividad en Icel Perú.

## Prueba de hipótesis específica 2

### Hipótesis estadística

- H0 No existe relación entre la interacción y la productividad en Icel Perú., San Juan de Lurigancho.
- H1 Existe relación entre la interacción y la productividad en Icel Perú., San Juan de Lurigancho.

### Tabl a8

#### Prueba de hipótesis específica 2

		Correl aciones		
			Interacción	Productividad
Rho de Spearman	Interacción	Coeficiente de correlación	1,000	,603**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	211	211
Rho de Spearman	Productividad	Coeficiente de correlación	,603**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	211	211

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* En la tabla 8, se encontró que la relación entre la dimensión interacción y la variable productividad es significativa a nivel de 0.603 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva media entre las variables de estudio. Se puede deducir también que la relación es directamente proporcional; es decir que mientras más completa sea la interacción con los trabajadores, se podrá determinar el grado de fidelización, así mismo se permitirá que los trabajadores tengan una buena relación con la empresa y se sientan comprometidos con Icel Perú.

*Decisión.* Para aceptar o rechazar la hipótesis se recurrió al Sig. (Bilateral)=0,000 < 0,05; en consecuencia, cabe señalar que la significancia obtenida en el análisis fue positiva; por consiguiente, se puede afirmar que la relación entre la conexión y la productividad ha sido comprobada. Se confirma el rechazo de la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, sí existe una correlación positiva considerable entre la dimensión interacción y la variable productividad en Icel Perú.

### Prueba de hipótesis específica 3

#### Hipótesis estadística

- H0 No existe relación entre la participación y la productividad en Icel Perú, SJL.
- H1 Existe relación entre la participación y la productividad en Icel Perú, SJL.

**Tabl a9**

#### Prueba de hipótesis específica 3

			Correl aciones	
			Participación	Productividad
Rho de Spearman	Participación	Coeficiente de correlación	1,000	,703**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	211	211
	Productividad	Coeficiente de correlación	,703**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	211	211

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* En la tabla 9, se encontró que la relación entre la dimensión participación y la variable productividad es significativa a nivel de 0.703 positivo; por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva alta entre las variables de estudio.

También se puede inferir que las relaciones son proporcionales, es decir que mientras la aportación de los colaboradores sea constante y se comunique el compromiso que la organización quiere con ellos, esto ayudara a tener un impacto positivo y así beneficiar la productividad de la empresa Icel Perú.

Decisión. Para aceptar o rechazar la hipótesis se recurrió al Sig. (Bilateral)=0,000 < 0,05, en consecuencia, cabe señalar que la significancia obtenida en el análisis fue positiva; por consiguiente, se puede afirmar que la relación entre la participación y la productividad ha sido comprobada. Se confirma el rechazo de la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna; afirmando que, si existe una correlación positiva considerable entre la dimensión participación y la variable productividad en Icel Perú

## V. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como propósito establecer de qué forma el engagement se relaciona con la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho, 2022. Para obtener información se tuvo que recurrir a antecedentes, comprobación inferencial para comprobar la relación existe entre las variables de estudio. También se establece objetivos específicos como identificar la relación que existe entre la conexión y la productividad, identificar que existe entre la interacción y la productividad, identificar la relación que existe entre la participación y la productividad. para comprobar los resultados y presentarlos para su discusión, la hipótesis propuesta se compara con evidencias externas de la investigación.

La discusión de la hipótesis general planteada, que tuvo como finalidad comprobar que existe relación entre el engagement y la productividad en Icel Perú. Los resultados en la estadística descriptiva informan que el 54,5% manifestó que se cuenta con un nivel de engagement alto. El 38,9% señaló que se dispone de nivel de engagement regular y el 6,6% posee un nivel bajo. En los resultados inferenciales se obtuvo un coeficiente de 0.732, mediante el estadígrafo Rho de Spearman como prueba no paramétrica; y un Sig. (Bilateral)=0.000, rechazando la hipótesis nula y aceptando la relación entre el engagement y la productividad en la unidad de estudio observada. Los resultados obtenidos se sustentan en la teoría de Quiroz y Muñoz (2020) quienes afirmaron que el engagement debe ser identificado como un estado de energía y se evidencia con la identificación, concentración y disfrute del trabajador en su puesto del trabajo. También Hiver, Ali, Hoorie y Mercer (2021), quienes afirmaron que la productividad se utiliza para determinar la rentabilidad de talleres, maquinas, equipos de trabajo y empleados.

Los resultados cuantitativos justifican la existencia de la relación estrecha entre las variables de estudio; dado que contar con altos niveles de engagement en los trabajadores, permitirá que la empresa pueda obtener altos niveles de productividad, bajo un correcto estímulo de parte de la empresa hacia los trabajadores, para que los trabajadores se sientan satisfechos y a la vez comprometidos con el trabajo que realizan, con ello podrán garantiza la productividad de la organización.



Se sustenta el resultado de Hr circular (2018), quien definió que el engagement se define como un estado activo y positivo relacionado con el trabajo que se caracteriza por energía, dedicación y absorción; y Tang, Walsh y Lemer (2020) indicaron que la productividad lo establecen como la cantidad de bienes y servicios brindados por el número de recursos utilizados por la empresa y establece las dimensiones: rendimiento, cambio tecnológico, acumulación de capital, esfuerzo laboral y retroalimentación. Cabe señalar que en algunos contextos las variables son más diversas, y están influenciadas por el liderazgo que promueven los gerentes de las organizaciones; es por ello que existe una variedad de correlaciones positivas para los resultados de las encuestas, en donde muestran un comportamiento similar a las empresas que no son del entorno nacional. En el caso de las encuestas nacionales, el coeficiente muestra un comportamiento inversamente proporcional; es decir, a mayor nivel engagement que el trabajador pueda obtener, mayor serán los resultados de productividad que se puedan alcanzar. En consecuencia, a mayor valor estadístico de Rho de Spearman, mayor será el grado de asociación entre las variables; cuya explicación básicamente está referida a ofrecer un correcto ambiente laboral a los trabajadores, comprometerse con ellos, ofrecerles beneficios para poder lograr un vínculo y poder así lograr que ellos puedan tener un compromiso con la empresa, asimismo puedan estar conforme con las funciones que deben de desarrollar y puedan trabajar lo más cómodos posible.

No siempre sucede eso en las empresas, debido a esto no logran alcanzar una buena productividad, ya que no se comprometen con el trabajador, no les ofrecen beneficios, el ambiente laboral está cargado de estrés, ello hace que realicen sus labores de una mala manera, sin un compromiso con la empresa. En relación a la variable productividad, coinciden las posturas de los autores quienes argumentan las investigaciones indicando que se debe de ejercer dicha práctica de engagement en la empresa con el fin de alcanzar niveles altos de engagement dentro de la organización. Por lo tanto, se puede concluir que las variables engagement y productividad, son variables que reúne las condiciones para su ejecución de forma consecutiva e inseparable, dado que los resultados que se obtienen son dependientes de su aplicación conjunta.

La discusión de la primera hipótesis específica, tuvo como propósito comprobar que existe relación entre la conexión y la productividad en Icel Perú,

San Juan de Lurigancho. En los resultados inferenciales se obtuvo un coeficiente de correlación 0.671, mediante el estadígrafo Rho de Spearman como prueba no paramétrica; y un Sig. (Bilateral)=0.000, rechazando la hipótesis nula y aceptando la relación entre conexión y productividad en la unidad de estudio observada. Los resultados obtenidos se sustentan en la teoría de Hiver, Ali, Hoorie y Mercer (2020), quienes señalaron que el ambiente laboral son la conexión entre el trabajador y el empleador. Hiver, Ali, Hoorie y Mercer (2020), indicaron que la productividad se utiliza para determinar la rentabilidad de talleres, maquinas, equipos de trabajo y empleados. El resultado del análisis conjuga la correlación positiva perfecta con las teorías que emanan de los fundamentos conceptuales, afirmando que mientras más sostenido sea la conexión, dentro del engagement, esto permitirá que se pueda lograr tener una buena relación laboral dentro de la empresa, es decir se podrá tener un vínculo laboral estable entre el trabajador y la empresa.

En conclusión, se podrá señalar que se tendrá una conexión exitosa con el trabajador, cuando se logre tener una buena relación laboral en la empresa para poder alcanzar una alta productividad, asimismo asegurar un buen desempeño laboral de los trabajadores. De esta manera tienen una relación adecuada y trabajan en conjunto para el beneficio de la institución.

La discusión de la segunda hipótesis específica, tuvo como propósito comprobar que, si existe relación entre la interacción y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho. En los resultados inferenciales se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.603, mediante el estadígrafo rho de Spearman como prueba no paramétrica; y un Sig. (Bilateral)=0.000, rechazando la hipótesis nula y aceptando la relación entre la interacción y la productividad en la unidad de estudio observada. Los resultados obtenidos se sustentan en la teoría de Hiver, Ali, Hoorie y Mercer (2020), quienes señalaron que el trabajo en equipo funciona, es por ello que la interacción entre los trabajadores efectiva, hace que puedan comunicarse de una buena manera, en donde se podrán compartir ideas, sugerir cambios y realizar críticas constructivas. Huamán (2019), indicó que la productividad es el empleo energético de la innovación y los bienes para ampliar el compuesto añadido de productos y servicios.

En conclusión, realizar una adecuada interacción dentro de la organización permitirá que se alcance una productividad alta en la empresa, esto

debido a que existirá una buena comunicación dentro de la organización, por lo tanto, se podrá conocer distintas opiniones de parte del equipo de trabajo y buscaran una mejora. Una vez realizada dicho intercambio de ideas se podrá poner en práctica las propuestas de mejora que se establezcan y es allí donde se podrán ver los cambios positivos y productivos a su vez en favor de la empresa. Ello va a depender de la empresa si es que brinda las facilidades a sus trabajadores de proponer cambios para su mejora y dar a conocer sus pensamientos e ideas de trabajo que perjudican alcanzar la productividad para la empresa.

La discusión de la tercera hipótesis específica, tuvo como finalidad demostrar que, si existe relación entre la participación y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho. En los resultados inferenciales se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.703, mediante el estadígrafo Rho de Spearman como prueba no paramétrica; y un Sig. (Bilateral)=0.000, rechazando la hipótesis nula y aceptando la relación entre la participación y la productividad en la unidad de estudio observada. Los resultados obtenidos se sustentan en la teoría de Los resultados obtenidos se sustentan en la teoría de Hiver, Ali, Hoorie y Mercer (2020), Indicaron que la participación va más allá de la consulta: los trabajadores y sus representantes deben participar también en la toma de decisiones. La participación de los trabajadores permite desarrollar métodos eficaces para la prevención de riesgos laborales. Tang, Walsh, Lemer (2020), indicaron que de esta forma la productividad se establece como la cantidad de bienes o servicios brindados por el número de recursos utilizados por la empresa. Los resultados obtenidos combinan la relación positiva promedio con las teorías derivadas de la base conceptual, lo que lo que confirma que la intervención de los trabajadores en las decisiones que la empresa pueda tomar es de suma importancia para realizar cambios constructivos para la organización.

En conclusión, en relación a los resultados obtenidos, se puede conocer que actualmente las empresas buscan conocer la perspectiva del trabajador acerca de su puesto de trabajo y del lugar donde desarrolla sus funciones, al realizar dicha práctica de indagar, preguntar, proponer alternativas de cambios para poder lograr cambios que se vean reflejados en la productividad de los trabajadores. En este caso se puede observar los roles que la empresa le propone a sus trabajadores como hacerlos partícipes de la toma de decisiones.

Esto no sucede en todas las organizaciones hoy en día, por lo que algunas empresas nos cuentan con empleados capacitados y listos para tomar decisiones cuando sea necesario, por lo tanto, cometen errores, dañando la productividad.

## VI. CONCLUSIONES

Según Valderrama (2019), indica que las conclusiones se separan de los resultados del informe y se ofrece una solución a los objetivos propuestos en el estudio (p.311). Por lo tanto, se condujo a elaborar las conclusiones logradas en el transcurso de la investigación.

Primera. Los resultados obtenidos mediante la realización de la estadística descriptiva univariada en base a la hipótesis general con respecto a la relación que existe entre el engagement y la productividad en Icel Perú SAC, el 54,5% de los colaboradores indicó que el engagement posee un alto grado de influencia en la productividad. El 38,9% manifestó que se cuenta con un engagement regular y el 6,6% cuenta con un bajo grado. En el caso de productividad el 69,2% manifestó que posee un alto grado en Icel Perú SAC, el 29,4% indicó que se existe un nivel regular y un 1,4% asevero un bajo nivel. De este resultado se puede concluir que ambas variables de investigación se encuentran estrechamente relacionadas; Contar con un alto nivel de engagement en los trabajadores permitirá a la empresa alcanzar un alto nivel de productividad, Asimismo se puede indicar lo que está ocurriendo en la empresa Icel Perú SAC, donde la falta de compromiso por parte del trabajador y el mal manejo del recurso humano de parte de la empresa hace que realicen sus funciones de una manera no adecuada. En los resultados inferenciales se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,732, utilizando como prueba no paramétrica el estadígrafo de Rho Spearman; y un Sig. (Bilateral) = 0.000 que rechaza la hipótesis nula y acepta la relación entre el engagement y la productividad en el trabajo de estudio observado. Los resultados cuantitativos comprueban la relación entre las variables de estudio; dado que bajo un correcto estímulo de la empresa al trabajador, para que ellos puedan sentirse satisfechos y al mismo tiempo sean participes y se involucren más con sus funciones, de esta manera se podrá asegurar la productividad en la empresa.

Segundo. La primera hipótesis específica, tuvo como propósito comprobar que, si existe una relación entre la conexión y la productividad en Icel Perú,

San Juan de Lurigancho, Los resultados alcanzados en la estadística univariada muestran que, el 55,9%% mostró un alto grado de conexión en Icel Perú, el 36% manifestó una conexión regular y el 8,1% un bajo nivel de conexión en la empresa. En el caso de productividad el 69,2% manifestó que posee un alto grado en Icel Perú SAC, el 29,4% indico que se existe un nivel regular y un 1,4% asevero un bajo nivel. De este resultado se puede concluir que ambas variables de investigación se encuentran estrechamente relacionadas. Este resultado nos muestra la relación que existe entre la conexión y la productividad. Al contar una conexión estable en la empresa, se puede mejorar la productividad. Del mismo modo, se puede señalar que se refleja que en la empresa Icel Perú SAC mantener una buena relación con los empleados y los superiores permita a la empresa seguir avanzando. En los resultados inferenciales se obtuvo un coeficiente de correlación 0.671, mediante el estadígrafo Rho de Spearman como prueba no paramétrica; y un Sig. (Bilateral) = 0,000, rechazando la hipótesis nula y aceptando la relación entre la conexión y la productividad en Icel Perú SAC, San Juan de Lurigancho. El resultado muestra que cuanto más fuerte sea la conexión, dentro del engagement mejora relación laboral se puede lograr en la empresa, es decir se podrá tener un vínculo laboral estable entre el trabajador y la empresa.

Tercera. En la segunda hipótesis específica tuvo como propósito comprobar que, si existe relación entre la interacción y la productividad en Icel Perú SAC, San Juan de Lurigancho. Los resultados alcanzados en la estadística univariada señalan que el 54,5% manifestó que el nivel de interacción es alto en la empresa, el 38,4% señaló que el nivel de interacción es regular y el 7,1% es bajo. En el caso de productividad el 69,2% manifestó que posee un alto grado en Icel Perú SAC, el 29,4% indico que se existe un nivel regular y un 1,4% asevero un bajo nivel. De este análisis se puede deducir que dichas variables de investigación se encuentran estrechamente relacionadas. Este resultado nos muestra la buena interacción dentro de la empresa, Asimismo, se refleja en los resultados que la interacción entre los trabajadores efectiva permite compartir ideas,

sugerir cambios y realizar críticas constructivas. En los resultados inferenciales se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.603, mediante el estadígrafo de Rho Spearman como prueba no paramétrica; y un Sig. (Bilateral) = 0.000, rechazando la hipótesis nula y aceptando la relación entre la interacción y la productividad. Estos resultados nos confirman que al realizar una adecuada interacción dentro de la organización permitirá que se alcance una productividad alta en la empresa.

Cuarta. La tercera hipótesis específica, tuvo como propósito comprobar que, si existe relación entre la participación y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho. Los resultados obtenidos en la estadística univariada establecieron que el 55% manifestó que se tiene un nivel de participación alta en Icel Perú. Así pues, el 34% manifestó que se cuenta con un nivel de participación alta y el 10.9% manifestó que perciben que el nivel de participación es bajo. Para la variable productividad, el 69.2% manifestó que la empresa Icel Perú tiene un nivel alto de productividad, el 29.4% un nivel regular y el 1.4% un nivel bajo. Este resultado evidencia que la organización hace participar a sus trabajadores para poder lograr un mayor compromiso con la empresa. Este resultado demuestra la relación que existe entre la participación y la productividad: Mientras se tenga una adecuada participación en la organización, se podrá alcanzar un nivel de productividad alta. En los resultados inferenciales se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.703, mediante el estadígrafo de Rho Spearman como prueba no paramétrica; y un Sig. (Bilateral)=000, rechazando la hipótesis nula y aceptando la relación entre la participación y la productividad en la unidad de estudio observada. Por lo tanto, se puede inducir que existe correlación positiva alta entre las variables de estudio. Manifiesta una curva de tendencia positiva; por lo tanto, se puede deducir que la relación es directamente proporcional; Es decir, que mientras la participación de los trabajadores sea constante y se logre transmitir el compromiso que la organización busca tener con ellos, permitirá tener un impacto positivo y a su vez la productividad de la empresa Icel Perú se verá beneficiada.

Quinta. Los resultados estuvieron sujetos a la participación mediante de la encuesta de 210 personas, La primera limitación estuvo determinado al

tiempo, ya que gracias a una previa coordinación y disposición de cada uno de los encuestados se pudieron responder las preguntas del cuestionario. Finalmente, la otra limitación estuvo sujeta al permiso y acceso de información para poder realizar el presente trabajo de estudio. Estos factores fueron claves para poder presentar el trabajo final de investigación



## **VII. RECOMENDACIONES**

Valderrama (2019), indicó “Las recomendaciones manifiestan la naturaleza del informe por lo cual debe tener una relación con las conclusiones y ofrecer una alternativa al problema que se brinda” (p.313). Seguidamente, se ejecuta las recomendaciones indicadas.

Primera. Actualmente en las empresas, no se realizan a menudo la práctica del engagement, es por ello que los trabajadores no se sienten tan involucrados ni satisfechos con el trabajo que realizan dentro de la empresa, y con ello la productividad que la organización espera lograr alcanzar se puede ver afectada. Por lo tanto, se sugiere al área de Recursos Humanos poner un mayor énfasis en el área operativa de la empresa ya que de alguna u otra manera son aquellas personas que realizan el esfuerzo necesario para poder cumplir con los objetivos propuestos por la organización. Se debe tener en cuenta que el nivel de participación de cada trabajador en cuanto a los objetivos alcanzados por la institución es de mucha ayuda para la empresa ya que de ahí parte poder lograr los objetivos trazados por la institución.

Segunda. En cuanto a la relación laboral que debe existir en toda organización, se sugiere a la empresa a involucrarse más con sus trabajadores para que de esta manera se pueda crear una mayor relación de satisfacción en un agradable ambiente laboral, donde se puedan desempeñar las funciones de cada trabajador sin ningún tipo de problemas ni inconvenientes y en un periodo cercano se puedan obtener mejores resultados de productividad, el cual permitirá a la empresa tener un buen estado financiero. Al realizar dicha práctica el colaborador se sentirá respaldado por la empresa y podrá desempeñar sus funciones con mayor entusiasmo y dedicación en donde podrá emplear toda su destreza física y mental a favor de la institución.

Tercera. Se aconseja a la organización a recopilar la información y emplear los cambios necesarios que los trabajadores de la empresa creen necesarios que se deben de realizar para que de esta manera se puedan tener mejores resultados y de una u otra forma el desempeño de sus funciones

se puedan ver reflejados en los resultados que la organización espera lograr alcanzar. Con esta medida se espera que los niveles de productividad de cada uno de los trabajadores sean altos.

Cuarta. Se sugiere al área administrativa de la empresa junto con el área de recursos humanos a trabajar de la mano para poder lograr establecer un nivel alto de engagement en los trabajadores para que de esta manera ellos puedan sentir un grado de confianza por parte de la organización hacia ellos y de esta forma puedan retribuirlo con resultados favorables para la empresa. Por lo tanto, se estaría fortaleciendo el grado de confianza y el nivel de satisfacción por su puesto de trabajo sería alto.

Quinta. Se sugiere a futuros trabajos de investigación de temas relacionados con el engagement y productividad promover y recopilar la información necesaria de cada área involucrada sobre el estudio, esto permitirá que se pueda lograr obtener mejores resultados al momento de reflejar una información clara y concisa. Cumpliendo con lo dicho anteriormente, el informe podrá ser realizado y se logrará alcanzar el objetivo propuesto.

Sexta. Se recomienda a la empresa Icel Perú poder reconocer mensualmente a un trabajador por las funciones que desempeña y por la influencia que puede crear con sus compañeros de trabajo al realizar sus labores dentro de la organización. Reconocer a un trabajador es muy importante por qué lo hace sentir satisfecho y comprometido más aun con su trabajo, de igual manera genera un nivel de competencia sana dentro de la organización por tener el reconocimiento mensualmente por la empresa. De tal forma se podrá evidenciar el nivel de crecimiento de cada uno de los trabajadores, esto debe ir de la mano con capacitaciones mensualmente para poder emplear y desarrollar las habilidades de cada uno de los trabajadores.

## REFERENCIAS

- Aguado, M. & Jiménez, A. (2018). Empresas que dejan huella. *Almuzara*.
- Agurto, K., Mogollón, F. & Castillo, L. (2020). El papel del engagement ocupacional como alternativa para mejorar la satisfacción laboral de los colaboradores. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 112-119.
- Andina. (2021). *Mantener al equipo motivado mejora la productividad*. Archivo digital.
- Arispe, C. (2020). *La investigación científica*. Departamento de investigación y Postgrados Universidad Internacional del Ecuador Guayaquil – Ecuador.
- Aristizábal, D., Mejía, C. & Quiroz, E. (2018). Estrés laboral y engagement en los trabajadores de una empresa de manufactura. *Universidad Católica de Pereira*. (17). 104 – 122.
- Balcázar, L. (2018). La productividad de las empresas comerciales de Huacho. (*Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión*). Archivo digital.
- Ballesteros. (2019). La representación digital del “Engagement”: hacia una percepción del compromiso a raves de acciones simbólicas. *SCIELO*, 18(1).
- Bensusán, G. & Flores, N. (2020). *Cambio tecnológico, mercado de trabajo y ocupaciones emergentes en México*. Naciones unidas.
- Bizneo. (2019). Como medir la productividad en la empresa.
- Bizneo. (2022). *Como mejorar el Engagement laboral de tus trabajadores*.
- Cabezas, E., Andrade, D. & Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica. Universidad de las fuerzas armadas. Archivo digital:
- Cámara Málaga. (2019). *Seis criterios para definir el nivel de calidad de un producto o servicio*.

- Capital Humano. (2018). *El Engagement brinda importantes ventajas competitivas a las organizaciones*.
- Circular HR. (2018). *Medición del engagement*. Archivo digital.
- Colín, C. (2018). Estudio del papel mediador del engagement en el trabajo entre las demandas y recursos laborales. *Psicología Iberoamericana*. 26(2).32–46.
- Collantes, A. & Villalobos, G. (2020). *Engagement y su relación con la Productividad Laboral de los colaboradores de la empresa Negocios Peña E.I.R.L, Píura-2019*. (Tesis para obtener el grado académico de Bachiller en Administración, Universidad Cesar Vallejo). Archivo digital.
- Córdova, M. (2017). *Gestión Financiera*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Coronado, G., Valdivia, M., Aguilar, A. & Alvarado, A. (2020). Compromiso organizacional: antecedentes y consecuencias. *Conciencia Tecnológica*, (60), 2-13.
- Cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México, México D.F: McGraw Hill
- Cuti, R. (2020). *Engagement y riesgo psicosocial en trabajadores de una empresa de tercerización de venta de productos financieros*. (Tesis para optar por el título profesional de licenciada en psicología, Universidad Ricardo Palma). Archivo digital.
- De la paz, F. (2018). Engagement: las ventajas del involucramiento en el trabajo. *LinkedIn*.
- Díaz, N. (2018). Factores que influyen en la decisión de compra del mercado de consumo final Estudio comparativo entre dos tiendas de autoservicio en la ciudad de Xalapa, Veracruz. (Tesis para obtener el grado de maestría en ciencias administrativas, Universidad Veracruz). Archivo digital.
- El peruano. (2022). *Dopamina para la productividad laboral*. Revista digital:
- Escalona, P. (2018). Los factores que influyen en el precio de un producto. *Autónomas y Emprendedor.es*. Archivo digital:

- Escobar, P. & Bilbao, J. (2020). *Investigación y educación superior, Universidad Metropolitana*. Lulu.
- Espinosa, E. (2018). La hipótesis en la investigación. *Mendive*, 16(1), 122-139.
- Espinoza, V. & Vílchez, L. (2019). Gestión del talento humano y engagement laboral en colaboradores de empresas financieras del distrito de Tarma. *(Tesis para optar el título profesional de licenciada en Administración especialidad: Administración de Empresas)*. Archivo digital.
- Espinoza, Y. & Mori, A. (2019). *Aplicación del estudio del trabajo para aumentar la productividad en el molino El Comanche S.R.L, San José, 2019*. (Tesis para obtener el título profesional de Ingeniería Industrial, Universidad Cesar Vallejo). Archivo digital
- Federico, M. (2018). Gestión y administración en las organizaciones. *Universidad Nacional Arturo Jauretche*. Archivo digital:
- Fonseca, E. & Gómez, Y. (2019). *Análisis del engagement asociado a la edad y el género en trabajadores del área administrativa de la empresa English Easy Way*. (Tesis para optar el título de psicología, Universidad Pontificia Bolivariana – Seleccional Bucaramanga). Archivo digital.
- Fontalvo, T., De la hoz, E. & Morelos, J. (2018). La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional. *Dimensión Empresarial*, 15(2), 47-60. DOI.
- Guest. (2021). Conoce los elementos esenciales para una buena Gestión del capital humano en las organizaciones. Rockcontent blog. Archivo digital:
- Hernández, R., Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación la ruta Huamanchumo, E. (2021). *Engagement y productividad laboral en el personal administrativo de una Universidad Privada de Lima Norte – 2020*. (Tesis para obtener el grado académico de Maestría de Administración de Negocio – MBA, Universidad Cesar Vallejo). Archivo digital.
- Info Capital Humano. (2018). El engagement brinda importantes ventajas competitivas a las organizaciones.

- Jaimes, L. Luzardo, M. & Rojas, M. (2018). Factores determinantes de la productividad laboral en pequeñas y medianas empresas de confecciones del área metropolitana de Bucaramanga, Colombia. *INFORMACIÓN TECNOLÓGICA*, 29(5), 176-180.
- Jaramillo, S., Del cisne, L. & Trelles, D. (2018). Planeación estratégica de marketing y su importancia en las empresas. *Revista de la Universidad Internacional del Ecuador*, 3(10), 3-7.
- Jaramillo, S., Tacuri, L. & Trelles, D. (2018). Planeación estratégica de marketing y su importancia en las empresas, *Innova Research Journal*, 3(10.1).28-41.
- Jiménez, A. (2021). Relación entre el engagement y calidad de vida en el trabajo en funcionarios de establecimiento educacionales chilenos. *Cuadernos de Administración*, 1(34), 1-15. DOI:
- Juyumaya, J. (2018). Work Engagement, satisfacción y rendimiento laboral: El rol de la cultura organizacional. *Revista Estudio de Administración*, 25(1), 32-39.
- Lázaro, E. (2019). *Felicidad y engagement laboral en trabajadores de una empresa del rubro financiero de lima metropolitana*. (Tesis para optar el título de profesional de licenciada en psicología con mención en psicología organizacional, Universidad Nacional Federico Villareal). Archivo digital.
- Legrá, A. (2018). Elementos teóricos y prácticos de la investigación científica tecnológica. La Habana. Editorial Félix
- López, F. & Chiclana, C. (2018). Engagement, una plataforma para el desarrollo de la persona. *Comunicación y Hombre*, 14(1), 53-62.
- Lupano, M. & Waisman, S. (2018). Work Engagement y su relación con la performance y la satisfacción laboral. *Revista psicodebate: psicología, cultura y sociedad*, 18(2), 77-89.

- Málaga. (2019). Criterios para definir el nivel de calidad de un producto o servicio. *Cámara*. Archivo digital.
- Maldonado, P. (2020). *Engagement laboral en colaboradores de una empresa de ventas corporativas de telecomunicaciones*. (Tesis para optar el título profesional de licenciado en psicología, San Ignacio de Loyola). Archivo digital.
- Marcó, F., Loguzzo, H. & Fedi, J. (2018). Introducción a la gestión y administración en las organizaciones. *Universidad Nacional Arturo Jauretche*.
- Medina, V. (2018). *El marketing interno y su incidencia en el compromiso organizacional de los colaboradores de una empresa inmobiliaria internacional, sucursal lima – Perú*. (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración y gerencia, Universidad Ricardo Palma). Archivo digital.
- Mejía, I. & Jiménez, C. (2020). Competitividad y productividad del administrador de empresas en las pymes en Colombia y Latinoamérica. *Revista de la facultad de ciencias Económicas y Administración*, 21(1). 238-251.
- Moenne, G. (2019). Engagement laboral: un pilar clave y de impacto para las organizaciones y sus clientes. *Universidad de los Andes*. Archivo digital.
- Muzzo, A. (2021). *La relación del empowerment psicológico y el engagement laboral en colaboradores de empresas del sector privado*. (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en psicología, Universidad de lima). Archivo digital.
- Orellana, P. (2019). Proceso empresarial. *Econopedia*.
- Otzen, T., Manterola, C. (2017). Sampling Techniques on a Population Study. *International Journal of Morphology*, 35(1),227-232.
- Pilligua, L. & Arteaga, F. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. estudio caso: Hardepex Cía. Ltda., *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 15(28), 2-8.

- Politi, M. (2020). *Influencia del engagement en el desempeño laboral de los trabajadores de una empresa de telecomunicaciones en Chiclayo*. (Tesis para obtener el grado académico de Maestría de Gestión del Talento Humano, Universidad Cesar Vallejo). Archivo digital.
- Quiroz, E. & Muñoz, J. (2020). El engagement: una perspectiva desde las organizaciones saludables, *Universidad Católica de Pereira*. Archivo digital:
- Ramírez, M. & Parra, M. (2020). Los factores que determinan el engagement laboral de los millennials en Colombia. (*Proyecto de Administración de Empresas – Pregrado, Colegio de Estudios Superiores de Administración – CESA Bogotá*). Archivo digital
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. Málaga: Servicios Académicos Intercontinentales S.L.
- Rivera, R. (2020). *Engagement: Una revisión teórica*. (Tesis para obtener el grado de bachiller en psicología, Universidad Señor de Sipán). Archivo digital.
- Rodríguez, A. (2021). Compromiso organizacional y su relación con la productividad laboral en una empresa química. (Tesis para obtener el grado de Maestro en Administración con Especialidad en Alta dirección, Universidad Autónoma de Querétaro).
- Rodríguez, A. (2021). Compromiso Organizacional y su relación con la productividad laboral en una empresa química. (*Tesis para obtener el grado de maestro en Administración con especialidad en Alta Dirección, Universidad Autónoma de Querétaro*). Archivo digital.
- Salazar, J. (2018). *Engagement y desempeño docente en el instituto de educación superior tecnológico privado red avansys* (Tesis para optar el grado académico de maestra en recursos humanos, Universidad San Martín de Porres). Archivo digital
- Salvador, J. (2020). *Compromiso organizacional y riesgos psicosociales del sector marítimo portuario ecuatoriano*. (Tesis para optar el título



profesional de doctorado en ciencias empresariales, Universidad Nacional Mayor de San Marcos). Archivo digital.

Sanabria, D. (2019). *Relación entre engagement y satisfacción laboral en empresa de construcción de la ciudad de Bucaramanga*. (Tesis para optar el grado de Psicóloga, Universidad Pontificia Bolivariana – Seleccional Bucaramanga).

Sánchez, H, Reyes, K y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanista*. Universidad Ricardo Palma.

Sánchez, H.; Reyes, C., y Mejía, K. (2018). Manual de términos de investigación científica. Lima, Perú: Universidad Ricardo Palma.

Santos. J. (2019). *Relación entre engagement y desempeño por competencias en trabajadores del área administrativa de la empresa Coinobras S.A.S.* (Tesis para optar el título de Psicólogo, Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga).

Souza, M. & Otrocki, L. (2020). *La formulación de objetivos en los proyectos de investigación científica*.

Torres, I. (2020). Conciliación trabajo-familia y engagement: una revisión sistemática. (Trabajo fin de grado, Universidad de Jaén). Archivo digital.

UNADE. (2019). *Calidad del producto*.

Valderrama, S., Jaimes, C (2019). El desarrollo de la tesis. Lima: Editorial *San Marcos E.I.R.L*

Valladares, N. (2020). *Relación del engagement y la productividad laboral de los colaboradores en el área de logística, empresa Backus S.A.A. - Talara 2019*. (Tesis para obtener el título profesional de licenciada de administración, Universidad Cesar Vallejo). Archivo digital.

Vera, J. & Ornelas, S. (2022). Engagement hacia un producto vs. hacia una marca: una escala para el contexto mexicano. *Contaduría y Administración*, 66(3), 31-39.

- Vera, J. & Sánchez, S. (2021). Engagement hacia un producto vs. Hacia una marca: una escala para el contexto mexicano. *Contaduría y Administración*, 66(3). 1-23.
- Vera, J., Castaño, R. & Torres, Y. (2018). *Fundamentos de metodología de la investigación científica*. Grupo Compas.
- Vinces, A. (2018). Engagement laboral para mejorar la productividad de los colaboradores de la institución financiera CMAC Piura. (Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración, Universidad Señor de Sipán). Archivo digital.
- Vizcaino, I. (2020). *Análisis de la satisfacción laboral y compromiso organizacional en una empresa pública de servicio hospitalario*. (Proyecto de investigación previo a la obtención del título de psicología organizacional, Pontificia Universidad Católica del Ecuador). Archivo digital.
- Westreicher, G. (2020). Fuerza de Trabajo. Economipedia. Archivo digital:

## ANEXOS

### ANEXO A

#### Matriz de operacionalización de la variable engagement

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
ENGAGEMENT	<p>Existe una certeza que se adquiere la experiencia del Engagement en el trabajo, esto se debe entender como un estado mental y no como un rasgo o característica personal; además, es persistente y duradero en el tiempo, puede ser optimizado y se evidencia en la energía, la identificación, la concentración y el disfrute (Quiroz &amp; Muñoz, 2020, p.70).</p>	<p>La variable engagement se medirá tomando en cuenta sus dimensiones como son Conexión, Interacción y Participación que son evaluados por 15 indicadores con los cuales se ha implementado el instrumento de correlación de rangos de Spearman para la recopilación de datos y la obtención de información a través de la aplicación estadística SPSS.</p>	<p>Conexión</p> <p>Interacción</p> <p>Participación</p>	Canales	1-2	<p>La escala de medición es ordinal tipo Likert lo que se puede visualizar en el instrumento.                      (1) Nunca                      (2) Casi nunca                      (3) A veces                      (4) Casi siempre                      (5) Siempre</p>
				Comunicación	3-4	
				Medios Sociales	5-6	
				Imagen	7-8	
				Marcas	9-10	
				Activos	11-12	
				Inactivos	13-14	
				Espectadores	15-16	
				Semiactivos	17-18	
				Críticos	19-20	
				Publico	21-22	
				Integración	23-24	
				Canales sociales	25-26	
				Concursos	27-28	
				Monitoreo	29-30	

## ANEXO B

### Matras de operacionalización de la variable productividad

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>PRODUCTIVIDAD</b>	La productividad se utiliza para evaluar el rendimiento de talleres, maquinas, equipos de trabajo y empleados. (Hiver, Ali, Hoorie & Mercer, 2021, p.5)	La variable productividad se medirá tomando en cuenta sus dimensiones como son Producto, Proceso y Fuerza de trabajo que son evaluados por 15 indicadores con los cuales se ha implementado el instrumento de correlación de rangos Spearman para la recopilación de datos y la obtención de información a través de la aplicación estadística SPSS.	Producto	Tecnología	1-2	La escala de medición es ordinal tipo Likert lo que se puede visualizar en el instrumento. (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
				Inversión	3-4	
				Innovación	5-6	
				Satisfacción	7-8	
				Eficiencia	9-10	
				Mercado	11-12	
				Deficiencia	13-14	
				Capacidad	15-16	
				Efectividad	17-18	
				Valor	19-20	
Ubicación	21-22					
Capacitación	23-24					
Supervisión	25-26					
Diseños de trabajo	27-28					
Objetivos	29-30					

## ANEXO C

### Matriz de consistencia

PROBLEMAS GENERALES	OBJETIVOS GENERALES	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
¿Qué relación existe entre el Engagement y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho?	La relación que existe entre el Engagement y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho	Existe relación entre el Engagement y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho.	Engagement	Conexión	Canales Comunicación Medios Sociales Imagen Marcas Activos Inactivos Espectadores Semiactivos	
	<b>PROBLEMA ESPECIFICO</b> ¿Qué relación existe entre la conexión y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho?	<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b> Identificar la relación que existe entre la conexión y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho				
¿Qué relación existe entre la interacción y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho?	Identificar la relación que existe entre la interacción y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho	Existe relación entre la interacción y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho	Productividad	Producto		
	<b>PROBLEMA ESPECIFICO</b> ¿Qué relación existe entre la participación y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho?	<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b> Identificar la relación que existe entre la participación y la productividad en Icel Perú, San Juan de Lurigancho				

## ANEXO D

### Cuestionario de la variable engagement

#### CUESTIONARIO DE LA VARIABLE ENGAGEMENT

**Estimado colaborador:**

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer cuál es la relación entre el Engagement y la productividad en la ICEL PERU, San Juan de Lurigancho Los datos serán manejados confidencialmente

**⊕ Escala de Likert:**

Nunca (N)	Casi Nunca (CN)	A Veces (AV)	Casi Siempre (CS)	Siempre (S)
1	2	3	4	5

N° item	AFIRMACIONES	N	CN	AV	C S	S
1	La tecnología es una herramienta que permite desarrollar nuevos conocimientos					
2	La tecnología permite el acceso a cualquier tipo de información					
3	Contratar el servicio de la empresa fue un dinero desperdiciado					
4	Invertir en un curso que ofrezca mejores herramientas de trabajo es de mucha ayuda para poder emprender un negocio					
5	Los cursos online y presencial deben ser ofrecidos frecuentemente					
6	Tener una alianza estratégica con institutos y universidades ayudaría a jóvenes emprendedores					
7	Recomendaría el servicio que se ofrece a familiares y amigos					
8	Volvería a contratar el servicio de la empresa					
9	El servicio que se ofrece en los diferentes talleres, conferencias y cursos son eficientes					
10	Las personas que contrataron el servicio de la empresa son satisfechas					
11	He oído hablar de la empresa					
12	La competencia brinda mejores beneficios que la empresa					
13	La empresa cuenta con deficiencias en el servicio que brinda					
14	El trato y la información brindada fue la correcta					
15	El ambiente donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son cómodos					
16	Se cumplen con el aforo de personas en cada una de las instalaciones donde se ofrece el servicio					
17	La calidad de servicio que se ofrece es adecuada					
18	Tengo planes a futuro luego de haber contratado el servicio en la empresa					
19	Los precios de cada uno de los servicios me parecieron accesibles					
20	Me sentí seguro debido a que la empresa ofrece el servicio en todo el país.					
21	Las instalaciones donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son lugares de fácil acceso para encontrar					
22	Las instalaciones donde recibí el curso, conferencia y taller fueron de fácil acceso en ubicar					
23	Se debería de capacitar al personal que brinda la información de cada uno de los servicios					
24	La capacitación es fundamental en una empresa para que los clientes puedan obtener un servicio de calidad					
25	Las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad correspondientes					
26	Se deben de supervisar la confiabilidad de una empresa al momento de contratar un servicio					
27	Sentí que la empresa se siente comprometido con cada uno de sus clientes por el servicio que recibí					
28	La organización que tiene la empresa es la correcta					
29	Para mí ha sido de mucha importancia el servicio obtenido					
30	Logré cumplir con mis expectativas una vez que recibí el servicio de la empresa					

## ANEXO E

### Cuestionario de la variable productividad

#### CUESTIONARIO DE LA VARIABLE PRODUCTIVIDAD

**Estimado colaborador:**

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer cuál es la relación entre el Engagement y la productividad en la ICEL PERU, San Juan de Lurigancho Los datos serán manejados confidencialmente

Nunca (N)	Casi Nunca (CN)	A Veces (AV)	Casi Siempre (CS)	Siempre (S)
1	2	3	4	5

**Escala de Likert:**

Nº ítem	AFIRMACIONES	N	CN	AV	CS	S
1	El personal demuestra eficiencia en el uso de recursos tecnológicos					
2	Los canales de atención de la empresa son eficientes					
3	La empresa brinda atención personalizada a los clientes					
4	La empresa brinda una información rápida y clara a los clientes					
5	El internet ayuda a conocer nuevas plataformas de negocios					
6	Los medios sociales de la empresa influyeron en mi decisión de compra					
7	La empresa cuenta con las herramientas necesarias de trabajo					
8	La imagen de la empresa en su cuenta de Facebook brinda la confianza necesaria al cliente					
9	La mayoría de empresas que brindan el mismo servicio no son confiables					
10	En un corto tiempo la empresa tendrá un mayor respaldo de clientes satisfechos					
11	Las personas que contratan el servicio buscan aplicar lo aprendido en una idea de negocio					
12	Las personas interesadas realizan preguntas y apuntes acerca del tema expuesto					
13	Las personas tímidas no realizan preguntas acerca del tema expuesto por vergüenza					
14	Las personas que no realizan ningún tipo de apuntes muestran desinterés					
15	Las personas que contratan el servicio no muestran el interés de aprender					
16	Las personas solo contratan el servicio para hacer vida social					
17	Las personas que contratan el servicio deben de realizar más apuntes y preguntas para adquirir mayor conocimiento					
18	Las personas no deben desaprovechar la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos					
19	Las personas no valoran el servicio obtenido y realizan críticas y comentarios negativos de la empresa					
20	Las personas manifiestan su disconformidad acerca de un servicio que no ha sido de su agrado					
21	Me sentí conforme al contratar el servicio					
22	Me gustaría seguir adquiriendo mayores conocimientos de logística					
23	Creé ideas de negocio entre los integrantes de las conferencias, talleres y cursos					
24	Formé lazos de amistad entre el expositor y clientes					
25	Las redes sociales son medios donde uno puede ser víctima de estafa si la empresa no es confiable					
26	Los clientes deben de recomendar la página de Facebook de la empresa					
27	Me gustaría que la empresa ofrezca promociones y ofertas					
28	Se debería de brindar descuentos a clientes por una cantidad de personas referidas					
29	Se debería realizar un seguimiento de clientes satisfechos y no satisfecho					
30	Se deben de monitorear a clientes con ideas de negocios para crear alianzas estratégicas					

## ANEXO F

### *Cálculo de la muestra*

	POBLACIÒN
1. JOVENES MAYORES DE 18 AÑOS HASTA 25 AÑOS.	120
2. PERSONAS DE 25 AÑOS A MÁS	90
TOTAL	210



## ANEXO G

### Fiabilidad del cuestionario de la variable engagement

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,898	30

#### Alfa de Cronbach por elemento

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
El personal demuestra eficiencia en el uso de recursos tecnológicos	119,59	152,257	,511	,894
Los canales de atención de la empresa son eficientes	119,24	157,941	,655	,893
La empresa brinda atención personalizada a los clientes	119,12	169,360	-,109	,906
La empresa brinda una información rápida y clara a los clientes	119,00	154,125	,723	,890
El internet ayuda a conocer nuevas plataformas de negocios	118,88	161,860	,418	,896
Los medios sociales de la empresa influyeron en mi decisión de compra	119,29	153,971	,536	,893
La empresa cuenta con las herramientas necesarias de trabajo	119,29	153,846	,649	,891
La imagen de la empresa en su cuenta de Facebook brinda la confianza necesaria al cliente	119,18	158,779	,478	,894
La mayoría de empresas que brindan el mismo servicio no son confiables	119,71	154,971	,573	,892
En un corto tiempo la empresa tendrá un mayor respaldo de clientes satisfechos	119,29	158,096	,564	,893
Las personas que contratan el servicio buscan aplicar lo aprendido en una idea de negocio	119,53	154,765	,534	,893
Las personas interesadas realizan preguntas y apuntes acerca del tema expuesto	119,29	148,096	,698	,889
Las personas tímidas no realizan preguntas acerca del tema expuesto por vergüenza	119,71	154,221	,477	,894
Las personas que no realizan ningún tipo de apuntes muestran desinterés	119,76	158,691	,423	,895
Las personas que contratan el servicio no muestran el interés de aprender	119,76	156,691	,603	,893
Las personas solo contratan el servicio para hacer vida social	119,76	159,316	,269	,899
Las personas que contratan el servicio deben de realizar más apuntes y preguntas para adquirir mayor conocimiento	119,12	157,985	,451	,895

Las personas no deben desaprovechar la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos	119,47	166,765	-,010	,904
Las personas no valoran el servicio obtenido y realizan críticas y comentarios negativos de la empresa	120,47	168,015	-,055	,902
Las personas manifiestan su disconformidad acerca de un servicio que no ha sido de su agrado	119,65	154,618	,439	,895
Me sentí conforme al contratar el servicio	119,12	155,860	,637	,892
Me gustaría seguir adquiriendo mayores conocimientos de logística	119,06	157,184	,486	,894
Creé ideas de negocio entre los integrantes de las conferencias, talleres y cursos	119,24	154,691	,587	,892
Formé lazos de amistad entre el expositor y clientes	119,41	150,882	,545	,893
Las redes sociales son medios donde uno puede ser víctima de estafa si la empresa no es confiable	119,24	159,941	,327	,897
Los clientes deben de recomendar la página de Facebook de la empresa	119,06	153,184	,784	,890
Me gustaría que la empresa ofrezca promociones y ofertas	119,18	149,029	,640	,890
Se debería de brindar descuentos a clientes por una cantidad de personas referidas	118,94	161,684	,343	,896
Se debería realizar un seguimiento de clientes satisfechos y no satisfecho	119,00	156,750	,571	,893
Se deben de monitorear a clientes con ideas de negocios para crear alianzas estratégicas	119,29	158,971	,349	,897

---

## ANEXO H

### *Fiabilidad del cuestionario con la variable productividad*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,927	30

#### Alfa de Cronbach por elemento

<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La tecnología es una herramienta que permite desarrollar nuevos conocimientos	125,88	179,485	,545	,924
La tecnología permite el acceso a cualquier tipo de información	125,71	175,596	,694	,922
Contratar el servicio de la empresa fue un dinero desperdiciado	126,71	181,471	,145	,935
Invertir en un curso que ofrezca mejores herramientas de trabajo es de mucha ayuda para poder emprender un negocio	126,06	175,309	,640	,923
Los cursos online y presencial deben ser ofrecidos frecuentemente	126,00	176,125	,664	,923
Tener una alianza estratégica con institutos y universidades ayudaría a jóvenes emprendedores	125,76	176,941	,709	,923
Recomendaría el servicio que se ofrece a familiares y amigos	125,65	175,618	,625	,923
Volvería a contratar el servicio de la empresa	125,94	177,309	,471	,925
El servicio que se ofrece en los diferentes talleres, conferencias y cursos son eficientes	126,00	176,625	,745	,922
Las personas que contrataron el servicio de la empresa son satisfechas	126,00	180,375	,431	,925
He oído hablar de la empresa.	126,29	177,471	,492	,925
La competencia brinda mejores beneficios que la empresa.	126,18	172,779	,612	,923
La empresa cuenta con deficiencias en el servicio que brinda	126,71	178,096	,236	,933
El trato y la información brindada fue la correcta	126,00	175,500	,618	,923

El ambiente donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son cómodos	126,00	172,000	,719	,922
Se cumplen con el aforo de personas en cada una de las instalaciones donde se ofrece el servicio	125,88	177,985	,548	,924
La calidad de servicio que se ofrece es adecuada	126,06	177,184	,546	,924
Tengo planes a futuro luego de haber contratado el servicio en la empresa	126,00	179,500	,479	,925
Los precios de cada uno de los servicios me parecieron accesibles	126,24	171,316	,693	,922
Me sentí seguro debido a que la empresa ofrece el servicio en todo el país	125,94	183,309	,395	,926
Las instalaciones donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son lugares de fácil acceso para encontrar.	125,82	179,279	,686	,923
Las instalaciones donde recibí el curso, conferencia y taller fueron de fácil acceso en ubicar	126,06	169,184	,864	,920
Se debería de capacitar al personal que brinda la información de cada uno de los servicios	125,76	179,191	,569	,924
La capacitación es fundamental en una empresa para que los clientes puedan obtener un servicio de calidad.	125,88	175,985	,484	,925
Las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad correspondientes	126,00	182,500	,316	,927
Se deben de supervisar la confiabilidad de una empresa al momento de contratar un servicio	125,82	179,404	,472	,925
Sentí que la empresa se siente comprometido con cada uno de sus clientes por el servicio que recibí	126,12	181,485	,395	,926
La organización que tiene la empresa es la correcta	125,88	176,235	,746	,922
Para mí ha sido de mucha importancia el servicio obtenido	125,88	172,610	,842	,921
Logré cumplir con mis expectativas una vez que recibí el servicio de la empresa	126,00	175,625	,506	,925

## ANEXO I

### *Autorización de la empresa Icel Perú, San Juan de Lurigancho*

**DRA. BRENDA NOBLECILLA SAAVEDRA**  
**DOCENTE TEORICO PRINCIPAL**  
**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**  
**Presente. -**



**ASUNTO:** Autorización para el desarrollo y publicación de tesis en la empresa Icel Perú S.A.C

Tengo el grado de dirigirme a usted, con la finalidad de hacer de su conocimiento que el Sr. Alexander Junior De La Cruz Sánchez, y la Sra. Katherine Condori Quispe, estudiantes de la escuela profesional de administración, de la institución universitaria que usted representa, tiene autorización para el desarrollo de su tesis "Engagement y su relación con la productividad en ICEL PERÚ, San Juan de Lurigancho".

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente.

---

Lic. José Carlos Ciriaco Cori  
GERENTE GENERAL  
ICEL PERÚ S.A.C.

Lima, 15 de abril del 2022.

AV. WIESSE NRO. 3304 URB. CANTO REY LIMA - LIMA - SAN JUAN DE LURIGANCHO

## Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Engagement

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias	
		MD	D	A	MD	D	A	MD	D	A		MA
	<b>DIMENSIÓN 1: CONEXIÓN</b>											
1	El personal demuestra eficiencia en el uso de recursos tecnológicos			X			X					X
2	Los canales de atención de la empresa son eficientes			X			X					X
3	La empresa brinda atención personalizada a los clientes			X			X					X
4	La empresa brinda una información rápida y clara a los clientes			X			X					X
5	El internet ayuda a conocer nuevas plataformas de negocios			X			X					X
6	Los medios sociales de la empresa influyeron en mi decisión de compra			X			X					X
7	La empresa cuenta con las herramientas necesarias de trabajo			X			X					X
8	La imagen de la empresa en su cuenta de Facebook brinda la confianza necesaria al cliente			X			X					X
9	La mayoría de empresas que brindan el mismo servicio no son confiables			X			X					X
10	En un corto tiempo la empresa tendrá un mayor respaldo de clientes satisfechos			X			X					X
	<b>DIMENSIÓN 2: INTERACCIÓN</b>											
11	Las personas que contratan el servicio buscan aplicar lo aprendido en una idea de negocio			X			X					X
12	Las personas interesadas realizan preguntas y apuntes acerca del tema expuesto			X			X					X
13	Las personas tímidas no realizan preguntas acerca del tema expuesto por vergüenza			X			X					X
14	Las personas que no realizan ningún tipo de apuntes muestran desinterés			X			X					X
15	Las personas que contratan el servicio no muestran el interés de aprender			X			X					X
16	Las personas solo contratan el servicio para hacer vida social			X			X					X



17	Las personas que contratan el servicio deben de realizar más apuntes y preguntas para adquirir mayor conocimiento							X									X		
18	Las personas no deben desaprovechar la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos							X									X		
19	Las personas no valoran el servicio obtenido y realizan críticas y comentarios negativos de la empresa							X									X		
20	Las personas manifiestan su disconformidad acerca de un servicio que no ha sido de su agrado							X									X		
<b>DIMENSIÓN 3: PARTICIPACIÓN</b>																			
21	Me sentí conforme al contratar el servicio							X									X		
22	Me gustaría seguir adquiriendo mayores conocimientos de logística							X									X		
23	Creé ideas de negocio entre los integrantes de las conferencias, talleres y cursos							X									X		
24	Formé lazos de amistad entre el expositor y clientes							X									X		
25	Las redes sociales son medios donde uno puede ser víctima de estafa si la empresa no es confiable							X									X		
26	Los clientes deben de recomendar la página de Facebook de la empresa							X									X		
27	Me gustaría que la empresa ofrezca promociones y ofertas							X									X		
28	Se debería de brindar descuentos a clientes por una cantidad de personas referidas							X									X		
29	Se debería realizar un seguimiento de clientes satisfechos y no satisfecho							X									X		
30	Se deben de monitorear a clientes con ideas de negocios para crear alianzas estratégicas							X									X		

Observaciones: \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador:    **Dr. Godofredo Pastor Illa ~~Silhuincha~~**    **DNI: 10596867**

Especialidad del validador:.....

Lima, 01 de Julio del 2022

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



-----  
**Firma del Experto Informante.**  
**Especialidad**



**CUESTIONARIO DE LA VARIABLE ENGAGEMENT****Estimado colaborador:**

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer cuál es la relación entre el Engagement y la productividad en la ICEL PERU, San Juan de Lurigancho Los datos serán manejados confidencialmente

**Escala de Likert:**

Nunca (N)	Casi Nunca (CN)	A Veces (AV)	Casi Siempre (CS)	Siempre (S)
1	2	3	4	5

N° ítem	AFIRMACIONES	S	CS	AV	CN	N
1	El personal demuestra eficiencia en el uso de recursos tecnológicos					
2	Los canales de atención de la empresa son eficientes					
3	La empresa brinda atención personalizada a los clientes					
4	La empresa brinda una información rápida y clara a los clientes					
5	El internet ayuda a conocer nuevas plataformas de negocios					
6	Los medios sociales de la empresa influyeron en mi decisión de compra					
7	La empresa cuenta con las herramientas necesarias de trabajo					
8	La imagen de la empresa en su cuenta de Facebook brinda la confianza necesaria al cliente					
9	La mayoría de empresas que brindan el mismo servicio no son confiables					
10	En un corto tiempo la empresa tendrá un mayor respaldo de clientes satisfechos					
11	Las personas que contratan el servicio buscan aplicar lo aprendido en una idea de negocio					
12	Las personas interesadas realizan preguntas y apuntes acerca del tema expuesto					
13	Las personas tímidas no realizan preguntas acerca del tema expuesto por vergüenza					
14	Las personas que no realizan ningún tipo de apuntes muestran desinterés					
15	Las personas que contratan el servicio no muestran el interés de aprender					
16	Las personas solo contratan el servicio para hacer vida social					
17	Las personas que contratan el servicio deben de realizar más apuntes y preguntas para adquirir mayor conocimiento					
18	Las personas no deben desaprovechar la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos					
19	Las personas no valoran el servicio obtenido y realizan críticas y comentarios negativos de la empresa					
20	Las personas manifiestan su disconformidad acerca de un servicio que no ha sido de su agrado					
21	Me senti conforme al contratar el servicio					
22	Me gustaría seguir adquiriendo mayores conocimientos de logística					
23	Creé ideas de negocio entre los integrantes de las conferencias, talleres y cursos					
24	Formé lazos de amistad entre el expositor y clientes					
25	Las redes sociales son medios donde uno puede ser víctima de estafa si la empresa no es confiable					
26	Los clientes deben de recomendar la página de Facebook de la empresa					
27	Me gustaría que la empresa ofrezca promociones y ofertas					
28	Se debería de brindar descuentos a clientes por una cantidad de personas referidas					
29	Se debería realizar un seguimiento de clientes satisfechos y no satisfecho					
30	Se deben de monitorear a clientes con ideas de negocios para crear alianzas estratégicas					

**Gracias por completar el cuestionario.**

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Productividad**

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias	
		MD	D	A	MD	D	A	MD	D	A		MA
	<b>DIMENSIÓN 1: PRODUCTO</b>											
1	La tecnología es una herramienta que permite desarrollar nuevos conocimientos			X			X					X
2	La tecnología permite el acceso a cualquier tipo de información			X			X					X
3	Contratar el servicio de la empresa fue un dinero desperdiciado			X			X					X
4	Invertir en un curso que ofrezca mejores herramientas de trabajo es de mucha ayuda para poder emprender un negocio			X			X					X
5	Los cursos online y presencial deben ser ofrecidos frecuentemente			X			X					X
6	Tener una alianza estratégica con institutos y universidades ayudaría a jóvenes emprendedores			X			X					X
7	Recomendaría el servicio que se ofrece a familiares y amigos			X			X					X
8	Volvería a contratar el servicio de la empresa			X			X					X
9	El servicio que se ofrece en los diferentes talleres, conferencias y cursos son eficientes			X			X					X
10	Las personas que contrataron el servicio de la empresa son satisfechas			X			X					X
	<b>DIMENSIÓN 2: PROCESO</b>											
11	He oído hablar de la empresa			X			X					X
12	La competencia brinda mejores beneficios que la empresa			X			X					X
13	La empresa cuenta con deficiencias en el servicio que brinda			X			X					X
14	El trato y la información brindada fue la correcta			X			X					X
15	El ambiente donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son cómodos			X			X					X



16	Se cumplen con el aforo de personas en cada una de las instalaciones donde se ofrece el servicio						X				X		
17	La calidad de servicio que se ofrece es adecuada						X				X		
18	Tengo planes a futuro luego de haber contratado el servicio en la empresa						X				X		
19	Los precios de cada uno de los servicios me parecieron accesibles						X				X		
20	Me sentí seguro debido a que la empresa ofrece el servicio en todo el país						X				X		
	<b>DIMENSIÓN 3: FUERZA DE TRABAJO</b>												
21	Las instalaciones donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son lugares de fácil acceso para encontrar						X				X		
22	Las instalaciones donde recibí el curso, conferencia y taller fueron de fácil acceso en ubicar						X				X		
23	Se debería de capacitar al personal que brinda la información de cada uno de los servicios						X				X		
24	La capacitación es fundamental en una empresa para que los clientes puedan obtener un servicio de calidad						X				X		
25	Las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad correspondientes						X				X		
26	Se deben de supervisar la confiabilidad de una empresa al momento de contratar un servicio						X				X		
27	Sentí que la empresa se siente comprometido con cada uno de sus clientes por el servicio que recibí						X				X		
28	La organización que tiene la empresa es la correcta						X				X		
29	Para mí ha sido de mucha importancia el servicio obtenido						X				X		
30	Logré cumplir con mis expectativas una vez que recibí el servicio de la empresa						X				X		

Observaciones: \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador    **Dr. Godofredo Pastor Illa Sihuinchá**    **DNI: 10596867**

Especialidad del validador: .....

Lima, 01 de Julio 2022

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



-----  
Firma del Experto Informante.  
Especialidad

**CUESTIONARIO DE LA VARIABLE PRODUCTIVIDAD****Estimado colaborador:**

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer cuál es la relación entre el Engagement y la productividad en la ICEL PERU, San Juan de Lurigancho Los datos serán manejados confidencialmente

**Escala de Likert:**

Nunca (N)	Casi Nunca (CN)	A Veces (AV)	Casi Siempre (CS)	Siempre (S)
1	2	3	4	5

N° ítem	AFIRMACIONES	S	CS	AV	CN	N
1	La tecnología es una herramienta que permite desarrollar nuevos conocimientos					
2	La tecnología permite el acceso a cualquier tipo de información					
3	Contratar el servicio de la empresa fue un dinero desperdiciado					
4	Invertir en un curso que ofrezca mejores herramientas de trabajo es de mucha ayuda para poder emprender un negocio					
5	Los cursos online y presencial deben ser ofrecidos frecuentemente					
6	Tener una alianza estratégica con institutos y universidades ayudaría a jóvenes emprendedores					
7	Recomendaría el servicio que se ofrece a familiares y amigos					
8	Volvería a contratar el servicio de la empresa					
9	El servicio que se ofrece en los diferentes talleres, conferencias y cursos son eficientes					
10	Las personas que contrataron el servicio de la empresa son satisfechas					
11	He oído hablar de la empresa					
12	La competencia brinda mejores beneficios que la empresa					
13	La empresa cuenta con deficiencias en el servicio que brinda					
14	El trato y la información brindada fue la correcta					
15	El ambiente donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son cómodos					
16	Se cumplen con el aforo de personas en cada una de las instalaciones donde se ofrece el servicio					
17	La calidad de servicio que se ofrece es adecuada					
18	Tengo planes a futuro luego de haber contratado el servicio en la empresa					
19	Los precios de cada uno de los servicios me parecieron accesibles					
20	Me sentí seguro debido a que la empresa ofrece el servicio en todo el país.					
21	Las instalaciones donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son lugares de fácil acceso para encontrar					
22	Las instalaciones donde recibí el curso, conferencia y taller fueron de fácil acceso en ubicar					
23	Se debería de capacitar al personal que brinda la información de cada uno de los servicios					
24	La capacitación es fundamental en una empresa para que los clientes puedan obtener un servicio de calidad					
25	Las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad correspondientes					
26	Se deben de supervisar la confiabilidad de una empresa al momento de contratar un servicio					
27	Sentí que la empresa se siente comprometido con cada uno de sus clientes por el servicio que recibí					
28	La organización que tiene la empresa es la correcta					
29	Para mí ha sido de mucha importancia el servicio obtenido					
30	Logré cumplir con mis expectativas una vez que recibí el servicio de la empresa					

Gracias por completar el cuestionario.

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Engagement**

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias
		MD	D	A	MD	D	A	MD	D	A	
	<b>DIMENSIÓN 1: CONEXIÓN</b>										
1	El personal demuestra eficiencia en el uso de recursos tecnológicos			X			X				X
2	Los canales de atención de la empresa son eficientes			X			X				X
3	La empresa brinda atención personalizada a los clientes			X			X				X
4	La empresa brinda una información rápida y clara a los clientes			X			X				X
5	El internet ayuda a conocer nuevas plataformas de negocios			X			X				X
6	Los medios sociales de la empresa influyeron en mi decisión de compra			X			X				X
7	La empresa cuenta con las herramientas necesarias de trabajo			X			X				X
8	La imagen de la empresa en su cuenta de Facebook brinda la confianza necesaria al cliente			X			X				X
9	La mayoría de empresas que brindan el mismo servicio no son confiables			X			X				X
10	En un corto tiempo la empresa tendrá un mayor respaldo de clientes satisfechos			X			X				X
	<b>DIMENSIÓN 2: INTERACCIÓN</b>										
11	Las personas que contratan el servicio buscan aplicar lo aprendido en una idea de negocio			X			X				X
12	Las personas interesadas realizan preguntas y apuntes acerca del tema expuesto			X			X				X
13	Las personas tímidas no realizan preguntas acerca del tema expuesto por vergüenza			X			X				X
14	Las personas que no realizan ningún tipo de apuntes muestran desinterés			X			X				X
15	Las personas que contratan el servicio no muestran el interés de aprender			X			X				X
16	Las personas solo contratan el servicio para hacer vida social			X			X				X



17	Las personas que contratan el servicio deben de realizar más apuntes y preguntas para adquirir mayor conocimiento	X							X									X		
18	Las personas no deben desaprovechar la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos	X							X									X		
19	Las personas no valoran el servicio obtenido y realizan críticas y comentarios negativos de la empresa	X							X									X		
20	Las personas manifiestan su disconformidad acerca de un servicio que no ha sido de su agrado	X							X									X		
	<b>DIMENSIÓN 3: PARTICIPACIÓN</b>																			
21	Me sentí conforme al contratar el servicio	X							X									X		
22	Me gustaría seguir adquiriendo mayores conocimientos de logística	X							X									X		
23	Creé ideas de negocio entre los integrantes de las conferencias, talleres y cursos	X							X									X		
24	Formé lazos de amistad entre el expositor y clientes	X							X									X		
25	Las redes sociales son medios donde uno puede ser víctima de estafa si la empresa no es confiable	X							X									X		
26	Los clientes deben de recomendar la página de Facebook de la empresa	X							X									X		
27	Me gustaría que la empresa ofrezca promociones y ofertas	X							X									X		
28	Se debería de brindar descuentos a clientes por una cantidad de personas referidas	X							X									X		
29	Se debería realizar un seguimiento de clientes satisfechos y no satisfecho	X							X									X		
30	Se deben de monitorear a clientes con ideas de negocios para crear alianzas estratégicas	X							X									X		



Observaciones: \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador:    Dr. Pablo Carrasco Pintado    DNI: 25747772

Especialidad del validador:.....

Lima, 01 de Julio del 2022

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



-----  
Firma del Experto Informante.  
Especialidad



## CUESTIONARIO DE LA VARIABLE ENGAGEMENT

**Estimado colaborador:**

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer cuál es la relación entre el Engagement y la productividad en la ICEL PERU, San Juan de Lurigancho Los datos serán manejados confidencialmente

**Escala de Likert:**

Nunca (N)	Casi Nunca (CN)	A Veces (AV)	Casi Siempre (CS)	Siempre (S)
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

N° ítem	AFIRMACIONES	S	CS	AV	CN	N
1	El personal demuestra eficiencia en el uso de recursos tecnológicos					
2	Los canales de atención de la empresa son eficientes					
3	La empresa brinda atención personalizada a los clientes					
4	La empresa brinda una información rápida y clara a los clientes					
5	El internet ayuda a conocer nuevas plataformas de negocios					
6	Los medios sociales de la empresa influyeron en mi decisión de compra					
7	La empresa cuenta con las herramientas necesarias de trabajo					
8	La imagen de la empresa en su cuenta de Facebook brinda la confianza necesaria al cliente					
9	La mayoría de empresas que brindan el mismo servicio no son confiables					
10	En un corto tiempo la empresa tendrá un mayor respaldo de clientes satisfechos					
11	Las personas que contratan el servicio buscan aplicar lo aprendido en una idea de negocio					
12	Las personas interesadas realizan preguntas y apuntes acerca del tema expuesto					
13	Las personas tímidas no realizan preguntas acerca del tema expuesto por vergüenza					
14	Las personas que no realizan ningún tipo de apuntes muestran desinterés					
15	Las personas que contratan el servicio no muestran el interés de aprender					
16	Las personas solo contratan el servicio para hacer vida social					
17	Las personas que contratan el servicio deben de realizar más apuntes y preguntas para adquirir mayor conocimiento					
18	Las personas no deben desaprovechar la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos					
19	Las personas no valoran el servicio obtenido y realizan críticas y comentarios negativos de la empresa					
20	Las personas manifiestan su disconformidad acerca de un servicio que no ha sido de su agrado					
21	Me sentí conforme al contratar el servicio					
22	Me gustaría seguir adquiriendo mayores conocimientos de logística					
23	Creé ideas de negocio entre los integrantes de las conferencias, talleres y cursos					
24	Formé lazos de amistad entre el expositor y clientes					
25	Las redes sociales son medios donde uno puede ser víctima de estafa si la empresa no es confiable					
26	Los clientes deben de recomendar la página de Facebook de la empresa					
27	Me gustaría que la empresa ofrezca promociones y ofertas					
28	Se debería de brindar descuentos a clientes por una cantidad de personas referidas					
29	Se debería realizar un seguimiento de clientes satisfechos y no satisfecho					
30	Se deben de monitorear a clientes con ideas de negocios para crear alianzas estratégicas					

**Gracias por completar el cuestionario.**

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Productividad**

N.º	DIMENSIONES / items	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias	
		MD	D	A	MA	D	A	MD	D	A		MA
	<b>DIMENSIÓN 1: PRODUCTO</b>											
1	La tecnología es una herramienta que permite desarrollar nuevos conocimientos				X			X				X
2	La tecnología permite el acceso a cualquier tipo de información				X			X				X
3	Contratar el servicio de la empresa fue un dinero desperdiciado				X			X				X
4	invertir en un curso que ofrezca mejores herramientas de trabajo es de mucha ayuda para poder emprender un negocio				X			X				X
5	Los cursos online y presencial deben ser ofrecidos frecuentemente				X			X				X
6	Tener una alianza estratégica con institutos y universidades ayudaría a jóvenes emprendedores				X			X				X
7	Recomendaría el servicio que se ofrece a familiares y amigos				X			X				X
8	Volvería a contratar el servicio de la empresa				X			X				X
9	El servicio que se ofrece en los diferentes talleres, conferencias y cursos son eficientes				X			X				X
10	Las personas que contrataron el servicio de la empresa son satisfechas				X			X				X
	<b>DIMENSIÓN 2: PROCESO</b>											
11	He oído hablar de la empresa				X			X				X
12	La competencia brinda mejores beneficios que la empresa				X			X				X
13	La empresa cuenta con deficiencias en el servicio que brinda				X			X				X
14	El trato y la información brindada fue la correcta				X			X				X
15	El ambiente donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son cómodos				X			X				X



16	Se cumplen con el aforo de personas en cada una de las instalaciones donde se ofrece el servicio										X									X
17	La calidad de servicio que se ofrece es adecuada										X									X
18	Tengo planes a futuro luego de haber contratado el servicio en la empresa										X									X
19	Los precios de cada uno de los servicios me parecieron accesibles										X									X
20	Me sentí seguro debido a que la empresa ofrece el servicio en todo el país										X									X
	<b>DIMENSIÓN 3: FUERZA DE TRABAJO</b>																			
21	Las instalaciones donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son lugares de fácil acceso para encontrar										X									X
22	Las instalaciones donde recibí el curso, conferencia y taller fueron de fácil acceso en ubicar										X									X
23	Se debería de capacitar al personal que brinda la información de cada uno de los servicios										X									X
24	La capacitación es fundamental en una empresa para que los clientes puedan obtener un servicio de calidad										X									X
25	Las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad correspondientes										X									X
26	Se deben de supervisar la confiabilidad de una empresa al momento de contratar un servicio										X									X
27	Sentí que la empresa se siente comprometido con cada uno de sus clientes por el servicio que recibí										X									X
28	La organización que tiene la empresa es la correcta										X									X
29	Para mí ha sido de mucha importancia el servicio obtenido										X									X
30	Logré cumplir con mis expectativas una vez que recibí el servicio de la empresa										X									X



Observaciones: \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador    **Dr. Pablo Carrasco Pintado**    **DNI: 25747772**

Especialidad del validador:.....

Lima, 01 de Julio 2022

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

-----  
Firma del Experto Informante.  
Especialidad

**CUESTIONARIO DE LA VARIABLE PRODUCTIVIDAD****Estimado colaborador:**

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer cuál es la relación entre el Engagement y la productividad en la ICCEL PERU, San Juan de Lurigancho Los datos serán manejados confidencialmente

**Escala de Likert:**

Nunca (N)	Casi Nunca (CN)	A Veces (AV)	Casi Siempre (CS)	Siempre (S)
1	2	3	4	5

N° ítem	AFIRMACIONES	S	CS	AV	CN	N
1	La tecnología es una herramienta que permite desarrollar nuevos conocimientos					
2	La tecnología permite el acceso a cualquier tipo de información					
3	Contratar el servicio de la empresa fue un dinero desperdiciado					
4	Invertir en un curso que ofrezca mejores herramientas de trabajo es de mucha ayuda para poder emprender un negocio					
5	Los cursos online y presencial deben ser ofrecidos frecuentemente					
6	Tener una alianza estratégica con institutos y universidades ayudaría a jóvenes emprendedores					
7	Recomendaría el servicio que se ofrece a familiares y amigos					
8	Volvería a contratar el servicio de la empresa					
9	El servicio que se ofrece en los diferentes talleres, conferencias y cursos son eficientes					
10	Las personas que contrataron el servicio de la empresa son satisfechas					
11	He oído hablar de la empresa					
12	La competencia brinda mejores beneficios que la empresa					
13	La empresa cuenta con deficiencias en el servicio que brinda					
14	El trato y la información brindada fue la correcta					
15	El ambiente donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son cómodos					
16	Se cumplen con el aforo de personas en cada una de las instalaciones donde se ofrece el servicio					
17	La calidad de servicio que se ofrece es adecuada					
18	Tengo planes a futuro luego de haber contratado el servicio en la empresa					
19	Los precios de cada uno de los servicios me parecieron accesibles					
20	Me senti seguro debido a que la empresa ofrece el servicio en todo el país.					
21	Las instalaciones donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son lugares de fácil acceso para encontrar					
22	Las instalaciones donde recibí el curso, conferencia y taller fueron de fácil acceso en ubicar					
23	Se debería de capacitar al personal que brinda la información de cada uno de los servicios					
24	La capacitación es fundamental en una empresa para que los clientes puedan obtener un servicio de calidad					
25	Las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad correspondientes					
26	Se deben de supervisar la confiabilidad de una empresa al momento de contratar un servicio					
27	Senti que la empresa se siente comprometido con cada uno de sus clientes por el servicio que recibí					
28	La organización que tiene la empresa es la correcta					
29	Para mí ha sido de mucha importancia el servicio obtenido					
30	Logré cumplir con mis expectativas una vez que recibí el servicio de la empresa					

Gracias por completar el cuestionario.



**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide el Engagement**

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias	
		MD	D	A	MA	D	A	MD	D	A		MA
	<b>DIMENSIÓN 1: CONEXIÓN</b>											
1	El personal demuestra eficiencia en el uso de recursos tecnológicos			X			X				X	
2	Los canales de atención de la empresa son eficientes			X			X				X	
3	La empresa brinda atención personalizada a los clientes			X			X				X	
4	La empresa brinda una información rápida y clara a los clientes			X			X				X	
5	El internet ayuda a conocer nuevas plataformas de negocios			X			X				X	
6	Los medios sociales de la empresa influyeron en mi decisión de compra			X			X				X	
7	La empresa cuenta con las herramientas necesarias de trabajo			X			X				X	
8	La imagen de la empresa en su cuenta de Facebook brinda la confianza necesaria al cliente			X			X				X	
9	La mayoría de empresas que brindan el mismo servicio no son confiables			X			X				X	
10	En un corto tiempo la empresa tendrá un mayor respaldo de clientes satisfechos			X			X				X	
	<b>DIMENSIÓN 2: INTERACCIÓN</b>											
11	Las personas que contratan el servicio buscan aplicar lo aprendido en una idea de negocio			X			X				X	
12	Las personas interesadas realizan preguntas y apuntes acerca del tema expuesto			X			X				X	
13	Las personas tímidas no realizan preguntas acerca del tema expuesto por vergüenza			X			X				X	
14	Las personas que no realizan ningún tipo de apuntes muestran desinterés			X			X				X	
15	Las personas que contratan el servicio no muestran el interés de aprender			X			X				X	
16	Las personas solo contratan el servicio para hacer vida social			X			X				X	



17	Las personas que contratan el servicio deben de realizar más apuntes y preguntas para adquirir mayor conocimiento							X											X
18	Las personas no deben desaprovechar la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos							X											X
19	Las personas no valoran el servicio obtenido y realizan críticas y comentarios negativos de la empresa							X											X
20	Las personas manifiestan su disconformidad acerca de un servicio que no ha sido de su agrado							X											X
	<b>DIMENSIÓN 3: PARTICIPACIÓN</b>																		
21	Me sentí conforme al contratar el servicio							X											X
22	Me gustaría seguir adquiriendo mayores conocimientos de logística							X											X
23	Creé ideas de negocio entre los integrantes de las conferencias, talleres y cursos							X											X
24	Formé lazos de amistad entre el expositor y clientes							X											X
25	Las redes sociales son medios donde uno puede ser víctima de estafa si la empresa no es confiable							X											X
26	Los clientes deben de recomendar la página de Facebook de la empresa							X											X
27	Me gustaría que la empresa ofrezca promociones y ofertas							X											X
28	Se debería de brindar descuentos a clientes por una cantidad de personas referidas							X											X
29	Se debería realizar un seguimiento de clientes satisfechos y no satisfecho							X											X
30	Se deben de monitorear a clientes con ideas de negocios para crear alianzas estratégicas							X											X



Observaciones: \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador:    Dr. Ricardo Edmundo Ruiz Villavicencio    DNI:    47139744

Especialidad del validador:.....

Lima, 01 de Julio del 2022

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

Firma del Experto Informante.  
Especialidad



## CUESTIONARIO DE LA VARIABLE ENGAGEMENT

**Estimado colaborador:**

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer cuál es la relación entre el Engagement y la productividad en la ICEL PERU, San Juan de Lurigancho Los datos serán manejados confidencialmente

**Escala de Likert:**

Nunca (N)	Casi Nunca (CN)	A Veces (AV)	Casi Siempre (CS)	Siempre (S)
1	2	3	4	5

N° ítem	AFIRMACIONES	S	CS	AV	CN	N
1	El personal demuestra eficiencia en el uso de recursos tecnológicos					
2	Los canales de atención de la empresa son eficientes					
3	La empresa brinda atención personalizada a los clientes					
4	La empresa brinda una información rápida y clara a los clientes					
5	El internet ayuda a conocer nuevas plataformas de negocios					
6	Los medios sociales de la empresa influyeron en mi decisión de compra					
7	La empresa cuenta con las herramientas necesarias de trabajo					
8	La imagen de la empresa en su cuenta de Facebook brinda la confianza necesaria al cliente					
9	La mayoría de empresas que brindan el mismo servicio no son confiables					
10	En un corto tiempo la empresa tendrá un mayor respaldo de clientes satisfechos					
11	Las personas que contratan el servicio buscan aplicar lo aprendido en una idea de negocio					
12	Las personas interesadas realizan preguntas y apuntes acerca del tema expuesto					
13	Las personas tímidas no realizan preguntas acerca del tema expuesto por vergüenza					
14	Las personas que no realizan ningún tipo de apuntes muestran desinterés					
15	Las personas que contratan el servicio no muestran el interés de aprender					
16	Las personas solo contratan el servicio para hacer vida social					
17	Las personas que contratan el servicio deben de realizar más apuntes y preguntas para adquirir mayor conocimiento					
18	Las personas no deben desaprovechar la oportunidad de desarrollar nuevos conocimientos					
19	Las personas no valoran el servicio obtenido y realizan críticas y comentarios negativos de la empresa					
20	Las personas manifiestan su disconformidad acerca de un servicio que no ha sido de su agrado					
21	Me sentí conforme al contratar el servicio					
22	Me gustaría seguir adquiriendo mayores conocimientos de logística					
23	Creé ideas de negocio entre los integrantes de las conferencias, talleres y cursos					
24	Formé lazos de amistad entre el expositor y clientes					
25	Las redes sociales son medios donde uno puede ser víctima de estafa si la empresa no es confiable					
26	Los clientes deben de recomendar la página de Facebook de la empresa					
27	Me gustaría que la empresa ofrezca promociones y ofertas					
28	Se debería de brindar descuentos a clientes por una cantidad de personas referidas					
29	Se debería realizar un seguimiento de clientes satisfechos y no satisfecho					
30	Se deben de monitorear a clientes con ideas de negocios para crear alianzas estratégicas					

**Gracias por completar el cuestionario.**

**Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la Productividad**

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>			Relevancia <sup>2</sup>			Claridad <sup>3</sup>			Sugerencias	
		MD	D	A	MD	D	A	MD	D	A		MA
	<b>DIMENSIÓN 1: PRODUCTO</b>											
1	La tecnología es una herramienta que permite desarrollar nuevos conocimientos			X			X					X
2	La tecnología permite el acceso a cualquier tipo de información			X			X					X
3	Contratar el servicio de la empresa fue un dinero desperdiciado			X			X					X
4	Invertir en un curso que ofrezca mejores herramientas de trabajo es de mucha ayuda para poder emprender un negocio			X			X					X
5	Los cursos online y presencial deben ser ofrecidos frecuentemente			X			X					X
6	Tener una alianza estratégica con institutos y universidades ayudaría a jóvenes emprendedores			X			X					X
7	Recomendaría el servicio que se ofrece a familiares y amigos			X			X					X
8	Volvería a contratar el servicio de la empresa			X			X					X
9	El servicio que se ofrece en los diferentes talleres, conferencias y cursos son eficientes			X			X					X
10	Las personas que contrataron el servicio de la empresa son satisfechas			X			X					X
	<b>DIMENSIÓN 2: PROCESO</b>											
11	He oído hablar de la empresa			X			X					X
12	La competencia brinda mejores beneficios que la empresa			X			X					X
13	La empresa cuenta con deficiencias en el servicio que brinda			X			X					X
14	El trato y la información brindada fue la correcta			X			X					X
15	El ambiente donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son cómodos			X			X					X



16	Se cumplen con el aforo de personas en cada una de las instalaciones donde se ofrece el servicio						X													X
17	La calidad de servicio que se ofrece es adecuada						X													X
18	Tengo planes a futuro luego de haber contratado el servicio en la empresa						X													X
19	Los precios de cada uno de los servicios me parecieron accesibles						X													X
20	Me sentí seguro debido a que la empresa ofrece el servicio en todo el país						X													X
	<b>DIMENSIÓN 3: FUERZA DE TRABAJO</b>																			
21	Las instalaciones donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son lugares de fácil acceso para encontrar						X													X
22	Las instalaciones donde recibí el curso, conferencia y taller fueron de fácil acceso en ubicar						X													X
23	Se debería de capacitar al personal que brinda la información de cada uno de los servicios						X													X
24	La capacitación es fundamental en una empresa para que los clientes puedan obtener un servicio de calidad						X													X
25	Las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad correspondientes						X													X
26	Se deben de supervisar la confiabilidad de una empresa al momento de contratar un servicio						X													X
27	Sentí que la empresa se siente comprometido con cada uno de sus clientes por el servicio que recibí						X													X
28	La organización que tiene la empresa es la correcta						X													X
29	Para mí ha sido de mucha importancia el servicio obtenido						X													X
30	Logré cumplir con mis expectativas una vez que recibí el servicio de la empresa						X													X

Observaciones: \_\_\_\_\_

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

Apellidos y nombres del juez validador:    Dr. Ricardo Edmundo Ruiz Villavicencio    DNI:    47139744

Especialidad del validador:.....

Lima, 01 de Julio del 2022

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



-----  
Firma del Experto Informante.  
Especialidad

### CUESTIONARIO DE LA VARIABLE PRODUCTIVIDAD

**Estimado colaborador:**

A continuación, se le presenta una serie de preguntas que deberá responder de acuerdo a su punto de vista. Estas serán utilizadas en el proceso de investigación, el cual busca conocer cuál es la relación entre el Engagement y la productividad en la ICEL PERU, San Juan de Lurigancho Los datos serán manejados confidencialmente

**Escala de Likert:**

Nunca (N)	Casi Nunca (CN)	A Veces (AV)	Casi Siempre (CS)	Siempre (S)
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

N° ítem	AFIRMACIONES	S	CS	AV	CN	N
1	La tecnología es una herramienta que permite desarrollar nuevos conocimientos					
2	La tecnología permite el acceso a cualquier tipo de información					
3	Contratar el servicio de la empresa fue un dinero desperdiciado					
4	Invertir en un curso que ofrezca mejores herramientas de trabajo es de mucha ayuda para poder emprender un negocio					
5	Los cursos online y presencial deben ser ofrecidos frecuentemente					
6	Tener una alianza estratégica con institutos y universidades ayudaría a jóvenes emprendedores					
7	Recomendaría el servicio que se ofrece a familiares y amigos					
8	Volvería a contratar el servicio de la empresa					
9	El servicio que se ofrece en los diferentes talleres, conferencias y cursos son eficientes					
10	Las personas que contrataron el servicio de la empresa son satisfechas					
11	He oído hablar de la empresa					
12	La competencia brinda mejores beneficios que la empresa					
13	La empresa cuenta con deficiencias en el servicio que brinda					
14	El trato y la información brindada fue la correcta					
15	El ambiente donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son cómodos					
16	Se cumplen con el aforo de personas en cada una de las instalaciones donde se ofrece el servicio					
17	La calidad de servicio que se ofrece es adecuada					
18	Tengo planes a futuro luego de haber contratado el servicio en la empresa					
19	Los precios de cada uno de los servicios me parecieron accesibles					
20	Me sentí seguro debido a que la empresa ofrece el servicio en todo el país.					
21	Las instalaciones donde se realizan las conferencias, talleres y cursos son lugares de fácil acceso para encontrar					
22	Las instalaciones donde recibí el curso, conferencia y taller fueron de fácil acceso en ubicar					
23	Se debería de capacitar al personal que brinda la información de cada uno de los servicios					
24	La capacitación es fundamental en una empresa para que los clientes puedan obtener un servicio de calidad					
25	Las instalaciones cuentan con las medidas de seguridad correspondientes					
26	Se deben de supervisar la confiabilidad de una empresa al momento de contratar un servicio					
27	Sentí que la empresa se siente comprometido con cada uno de sus clientes por el servicio que recibí					
28	La organización que tiene la empresa es la correcta					
29	Para mí ha sido de mucha importancia el servicio obtenido					
30	Logré cumplir con mis expectativas una vez que recibí el servicio de la empresa					

**Gracias por completar el cuestionario.**



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, ILLA SIHUINCHA GODOFREDO PASTOR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "ENGAGEMENT Y SU RELACION CON LAPRODUCTIVIDAD EN ICEL - SJL PERIODO 2022", cuyos autores son DE LA CRUZ SANCHEZ ALEXANDER JUNIOR, CONDORI QUISPE KATHERINE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 21.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 09 de Julio del 2022

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ILLA SIHUINCHA GODOFREDO PASTOR <b>DNI:</b> 10596867 <b>ORCID:</b> 0000-0002-2532-3194	Firmado electrónicamente por: GILLAS el 25-07- 2022 18:25:26

Código documento Trilce: TRI - 0331985