



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

“Influencia de un Programa de Autoeficacia para mejorar el engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C., Piura, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Psicología

AUTORA:

Br. Yamunaqué Alberca, Angelly Tatiana (ORCID: 0000-0002-7231-7010)

ASESOR:

Dr. Vela Miranda, Oscar Manuel (ORCID: 0000-0001-8093-0117)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comportamiento Organizacional

PIURA - PERÚ

2019

Dedicatoria

Le dedico esta presentación a mi querida familia, mi motor y motivo que me impulsan a avanzar cada día que, a pesar de estar lejos de mí, me han acompañado en cada paso. Y se la dedico a cada persona clave que ha estado conmigo durante todo el proceso, profesores, amigos, compañeros del trabajo, que me han sabido guiar y ayudar.

La autora

Agradecimiento

Gracias en primer lugar a Dios por permitirme haber llegado hasta aquí y cumplir el sueño de toda mi vida que es ser Psicóloga. Gracias familia, Papá, Mamá, mi hermana Cinthia que a pesar de la distancia siempre han sabido estar junto a mí y apoyarme de alguna u otro forma, por comprenderme y guiarme cuando lo necesité, son el mejor ejemplo que pude haber tenido y le agradezco a la vida habérmelos dado. Gracias amigos, compañeros de trabajo por ayudarme cada vez que lo necesité, nada de esto hubiera sido posible sin ustedes, son mi familia aquí.

Gracias infinitas a mis queridos docentes Oscar Vela, José Ramírez Alva, Erick Rojas Luna, Boris Córdova, Mayra Jiménez y Walter Abanto por la dedicación y atención que me brindaron en el proceso, por darme su tiempo y enseñarme lo que ahora soy, gracias por las enseñanzas a todos los profesores en general, por darnos una enseñanza de calidad, de la que estoy orgullosa.

Gracias a la Universidad César Vallejo, por darme la carrera de mis sueños, nunca olvidaré esta etapa que marcó mi vida. Gracias Psicología por darme la capacidad de ver la vida de forma diferente, de poder comprender, interpretar y tener las herramientas para ayudar a los demás, deseo seguir aprendiendo y enseñando lo que amo.

La autora

Página del Jurado

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El jurado en cargado de evaluar la tesis presentada por don (a): YAMUNAQUE ALBERCA, ANGELLY TATIANA cuyo título es: ""INFLUENCIA DE UN PROGRAMA DE AUTOEFICACIA PARA MEJORAR EL ENGAGEMENTE EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SINELCON PERU SAC, PIURA, 2018"

Reunido en la fecha, escucho la sustentación y la resolución de preguntas por es estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 (número) DIECISIETE (letras).

Trujillo (o Filial) Piura, 03 de JUNIO del 2019


Dr. Wilfredo Víctor Montalvo
PRESIDENTE


Mg. Boris R. Córdova Celso
SECRETARIO




VOCAL
Mg. Mayra Jiménez Alvarado

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

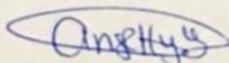
Declaratoria de Autenticidad

Declaratoria de Autenticidad

Yo Angelly Tatiana Yamunaqué Alberca con DNI 76534491, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes, consideradas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, facultad de Humanidades, escuela académica profesional de Psicología, declaro bajo juramento que, toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la tesis son auténticos y veraces.

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



Yamunaqué Alberca, Angelly Tatiana
DNI 76534491

Piura, enero del 2019

Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
Índice de Tablas.....	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN:	1
II. MÉTODO:.....	27
2.1. Diseño de investigación:.....	27
2.2. Variables operacionales:.....	28
2.3. Población y muestra:	30
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	30
2.5. Método de análisis de datos:.....	33
2.6. Aspectos éticos:	34
III. RESULTADOS:	35
IV. DISCUSIÓN:.....	43
V. CONCLUSIONES:	48
VI. RECOMENDACIONES:	49
REFERENCIAS:	52
ANEXOS	55
ANEXO 01: Escala Utrecht de Engagement en el trabajo [UWES – 17] Adaptado por Cárdenas, 2016.	56
ANEXO 02: Carta de Consentimiento Informado	57
ANEXO 03: ESCALERA DEL ÉXITO.....	58
ANEXO 04: ESCALERA DEL ÉXITO ORGANIZACIONAL.....	59
ANEXO 05: EVIDENCIAS	60
ANEXO 06: PROGRAMA DE AUTOEFICACIA PARA MEJORAR EL ENGAGEMENT	62
ANEXO 07: ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	104
ANEXO 08: PANTALLAZO DE SOFTWARE TURNITIN.....	105

ANEXO 09: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS.....	106
ANEXO 10: VERSIÓN FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	107

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 01	
Resultados de la comparación del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.	35
Tabla 02	
Resultados de las dimensiones de engagement entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.	36
Tabla 03	
Resultados de la comparación del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.	37
Tabla 04	
Resultados de las dimensiones de engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.	38
Tabla 05	
Resultados la influencia significativa antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. entre el grupo control y el grupo experimental.	39
Tabla 06	
Resultados la influencia significativa después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. entre el grupo control y el grupo experimental.	40

Tabla 07

Resultados de la influencia significativa del engagement en el trabajo antes y después de la aplicación del programa de autoeficacia en el grupo control. 41

Tabla 08

Resultados de la influencia significativa del engagement en el trabajo antes y después de la aplicación del programa de autoeficacia en el grupo experimental. 42

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal determinar la influencia significativa en la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa SINELCON PERÚ S.A.C. El método utilizado fue de tipo experimental y diseño cuasi experimental con dos grupos, experimental y control. El muestreo fue de tipo probabilístico aleatorio simple, esto es al azar mediante un sorteo teniendo en cuenta la homogeneidad de la muestra. La población con la que se trabajó fue de 70 colaboradores, 30 de la muestra, es decir 15 participantes en el grupo experimental y 15 en el control. Se aplicó pre test y post test a ambos grupos antes y después del programa, el Test aplicado fue el de Engagement en el Trabajo (UWES – 17). Los resultados obtenidos fueron favorables, entre ellos se logró comprobar la hipótesis general, la cual postula la influencia significativa del programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement, este resultado se puede sustentar en que se evidenciaron diferencias significativas en el post test del grupo experimental en comparación con el grupo control. Además del ascenso en las categorías de la escala, en donde se aumentó de la categoría Bajo a la categoría Promedio en cada componente, así como en el Engagement como escala general.

Palabras claves: Engagement, Autoeficacia, colaboradores.

ABSTRACT

The main objective of this research is the significant influence on the application of a Self-Efficacy Program to improve the Commitment in the employees of SINELCON PERÚ S.A.C. The method used was experimental type and quasi experimental design with two groups, experimental and control. The sampling was simple random probabilistic type, this is randomized by a lottery taking into account the homogeneity of the sample. The population we worked with was 70 collaborators, 30 of the sample, that is, 15 participants in the experimental group and 15 in the control group. Pretest and post-test were applied to both groups before and after the program, the Test was applied as the Commitment in the Work (UWES-17). The results in the results were favorable, among which were obtained the general hypotheses, the quality of the influence, the importance of the Self-efficacy program to improve the Commitment, this result can be supported in the evidence of the differences in the post test of the experimental group compared to the control group. In the categories of climbing, in the category part.

Keywords: Engagement, Self-efficacy, employees

I. INTRODUCCIÓN:

Las organizaciones desde su inicio en la historia se han visto afectadas por una serie de cambios, ya sean sociales, políticos, religiosos y culturales, en los últimos 20 años hemos visto nacer una nueva generación caracterizada por la falta de compromiso y vinculación laboral y en donde las necesidades a cubrir no son sólo profesionales sino también personales. Esta modificación supone un reto para los trabajadores en el sentido que exige un cambio en sus rasgos psicológicos para que éstos puedan adentrarse con confianza al nuevo mercado laboral, y por ende también existe responsabilidad por parte de las organizaciones las cuales deben tener la capacidad de adaptarse a estos nuevos paradigmas y conseguir ese plus extra de los colaboradores que impacta en la productividad de toda la empresa.

Según un estudio hecho por Deloitte Perú, en el mundo el 87% de los líderes en Recursos Humanos considera a la falta de engagement, como el principal problema en sus organizaciones, y el 60% de estas afirma no contar con un programa para contrarrestar esta realidad; en nuestro país encontramos que la brecha más grande se encuentra en la importancia que se le da a la cultura y al engagement.

También, el Consejo de Liderazgo Corporativo desarrolló un estudio en el 2004, con un grupo de 50000 colaboradores de 60 organizaciones en donde se encontró que los trabajadores con niveles más altos de engagement se esforzaban un 57% más y que cada 10% de incremento en el engagement se reducía un 9% en la posibilidad de que alguien abandone la empresa.

Por último, la organización Gallup, una consultora top en el sector, por su parte realizó el año 2013 una investigación que señala que a nivel mundial existen niveles bajos de engagement, ya que el estudio hecho a 142 empresas a nivel mundial, determinó que solo el 13% de esta población se encuentra engaged. Con ello se demuestra la poca participación de las empresas para generar empleados engaged, dejando que el disengagement se posicione como una realidad de la cual ya nos hemos acostumbrado. (Salanova y Schaufeli, 2009)

En nuestro país, Unilever Perú, empresa dedicada a productos de nutrición, higiene y cuidado personal, determinan el nivel de engagement mediante un scorecard que mide dimensiones importantes al momento en que un trabajador decide incorporarse a una

organización o continuar en ella; estas son, por ejemplo: el sentido del trabajo, programas de bell weing (salud, bienestar, motivación, etc.) difundir los logros, la comunicación y el liderazgo.

Y si nos localizamos en nuestra región podemos percibir la importancia de trabajar el engagement en las empresas debido al poco compromiso reflejado en rotación y deserción laboral, donde la persona busca un trabajo que lo haga sentirse cómodo tanto física, emocional y cognitivamente, más aún los jóvenes Millennials caracterizados por el cambio y la búsqueda de mejores oportunidades y condiciones de trabajo.

El engagement que traducido significa comprometido o involucrado, va más allá que eso, se trata de lograr un estado positivo de involucramiento psicológico, cognitivo y emocional de una persona con su trabajo, llevándolo a alcanzar niveles de realización personal y profesional que hace que éste realice sus funciones diarias de manera natural con el objetivo de contribuir al éxito de su organización.

La empresa a trabajar mantiene personal perenne y rotativo, esto debido al rubro al que se dedica, por lo que es de vital importancia mejorar el engagement para mantenerlos comprometidos por la empresa así sea por un largo o corto periodo de tiempo. Se ha podido percibir mediante la observación y también a través de un diagnóstico organizacional que los colaboradores no se sienten orgullosos de ella por diferentes motivos, esto hace que le dediquen poco esfuerzo y entusiasmo a sus tareas asignadas. Lo que influye en su productividad.

Es por ello que surge la necesidad de la existencia de un lazo afectivo, cognitivo y conductual del empleado con su puesto de trabajo, un enlace que haga que este se sienta orgulloso, entusiasmado, dedicado y concentrado en sus funciones. Además, la importancia de esta necesidad y la creación de este programa no solo radican en borrar el problema sino en el beneficio que traerá consigo, mejorando recursos internos, la comunicación y el clima laboral de la empresa. Que son clave para el éxito de las organizaciones.

El Cuestionario de Engagement en el Trabajo de UWES, señala que este concepto se caracteriza por tener 3 elementos, **vigor** que se refiere al factor energético y resistencia mental dentro del puesto, **dedicación** entendida como el factor emotivo, de alta implicación laboral, entusiasmo, orgullo e inspiración y la **absorción** que es el factor cognitivo que hace referencia a la significativa concentración que un individuo presenta

en su trabajo que le impide desconectarse por completo debido a que experimenta una fuerte dosis de satisfacción y disfrute. Este cuestionario UWES-17 será utilizado para medir la variable en cuestión. (Salanova, Martínez, Cifre y Schaufeli, 2005; Salanova, 2000).

Se afirma que el término engagement se puede definir recurriendo a otros conceptos más conocidos como: compromiso organizacional (vinculación emocional con la organización), compromiso de continuidad (deseo de permanecer en la organización) y conducta extra – rol (conducta voluntaria que promueve el funcionamiento efectivo de la organización). (Salanova y Schaufeli, 2009)

Por todo lo visto anteriormente, podemos decir que el engagement no es algo que deba imponerse en las organizaciones sino un sentimiento que debe construirse con cada trabajador y que requiere de una atención constante y voluntaria, indagando sobre sus necesidades y actuando en consecuencia a estas. Factores como la transparencia, feedback constante, reconocimiento y canales comunicación son los que más necesitan los trabajadores.

Con esto se ha corroborado la relevancia de la existencia de un lazo de vinculación del trabajador con su organización y los efectos positivos a nivel global, pero entonces ¿Cómo es que logramos trabajadores engaged?

El Modelo de Demandas y Recursos Laborales señala que estos últimos recursos generan un proceso de motivación que a su vez incrementa los niveles de engagement, este modelo fue modificado por Bakker y Demerouti en el 2008 en donde incluyen la participación de los “recursos personales”, es decir características internas y propias de los individuos que actúan también para contrarrestar el burnout.

Si bien la mayoría de las investigaciones son acerca del impacto de los recursos laborales sobre el engagement es decir aquellos que se encuentran estrictamente en el ambiente organizacional, es de vital importancia estudiar los recursos personales ya que además de predecir el engagement, generan un desarrollo personal en los trabajadores, ayudándolos en los demás ámbitos de su vida, es por ello la importancia de esta investigación.

En el siguiente estudio se logró una solución a la problemática anteriormente formulada bajo el desarrollo de un Programa de Autoeficacia, en donde se busca

incrementar los niveles de engagement mediante la teoría y actividades que refuercen las creencias sobre las propias competencias y por ende logren las metas organizacionales establecidas dentro de su puesto y de la organización en general.

Existen estudios correlacionales que involucran al engagement con otras variables organizacionales, pero es importante precisar que hay una escasez latente de Programas que intenten disminuir el engagement, y más aún intenten trabajar en aspectos intrínsecos de la persona para apaciguarlo. El más cercano a ello fue un estudio hecho en Colombia por Dayhana Raigosa Gallego y Beatriz Marín Londoño en el 2010, quienes plantearon una propuesta de *Formación de creencia de eficacia para reducir el burnout y optimizar los niveles de engagement*. Donde se llegó a la conclusión que la autoeficacia juega un rol mediador en la creación de programas que disminuyan el efecto del burnout y mejoren la calidad de vida de los colaboradores en sus puestos de trabajo.

Por ello es relevante la aplicación de un Programa de Autoeficacia en la empresa SINELCON PERÚ S.A.C., ya que los colaboradores en un principio nunca han pasado por una intervención similar, por lo que el programa les ayudará a desarrollar un mejor vínculo con su puesto de trabajo mediante el desarrollo de creencias positivas sobre sus propias competencias para que este lazo se vea reflejado en su desempeño tanto en oficina como en campo, independientemente de su nivel de jerarquía. Además de fortalecer el desarrollo personal y brindar herramientas que puedan usar tanto en la organización como en su vida diaria.

En la línea de lo señalado notamos la importancia de estos dos conceptos en el ámbito laboral, ya que si los trabajadores tienen niveles altos de vinculación o Engagement es porque poseen la confianza o se sienten capaces de lograr sus metas y disminuir las demandas del entorno, esto se consigue mediante un programa en donde se trabajen las creencias de Autoeficacia en los colaboradores, actuando sobre sus dimensiones como las experiencias vividas y con ello conseguir un aprendizaje vicario de acuerdo a las experiencias que puedan compartir, incentivando la persuasión verbal o retroalimentación e incrementando los estados emocionales positivos y así lograr metas no sólo personales sino empresariales a nivel global. Por lo que se concluye afirmando que este Programa de Autoeficacia para incrementar los niveles de Engagement, será muy útil a nivel micro y macro de la organización.

Se ha considerado la búsqueda de antecedentes internacionales, nacionales y locales de este tema, para analizar el enfoque que se le da al engagement y autoeficacia en diferentes lugares, además de su aplicación. También dar a conocer la base de práctica de este nuevo tema y sus resultados favorables. Las investigaciones son las siguientes:

Lagos (2016). *Diseño de una intervención para mejorar el work engagement en empleados de una tienda de Retail y su impacto en el desempeño a nivel organizacional*. Universidad de Concepción. Chile. Esta tesis se basa en el modelo de Demandas y Recursos Laborales de Demerouti (2001) además de destacar a la autoeficacia como un fuerte predictor de la mejora del engagement y de desempeño laboral. Se trata de un estudio transversal cuasi-experimental de tipo pre y post test, cuya escala utilizara fue la UWES-15. Se aplicó la intervención a 36 trabajadores y se mantuvo un grupo control de 85. La población estuvo conformada por 121 colaboradores de 14 tiendas, se aplicó la intervención a 36 trabajadores y se mantuvo un grupo control de 85. Los resultados arrojaron un aumento en los niveles de engagement del grupo experimental.

Raigosa, Marín (2010). *Formación en creencias de autoeficacia. Una propuesta para reducir el burnout y optimizar los niveles de engagement en los empleados*. Universidad Católica Popular de Risaralda. Colombia. Es un artículo que pretende investigar el papel mediador de las creencias de eficacia en el síndrome de burnout y el engagement, y con ello reestructurarlas para convertir a los empleados en individuos que desarrollen recursos que los ayuden a afrontar las demandas laborales diarias, evitando la rotación, baja motivación y enfermedades ocupacionales, etc. Se corrobora mediante este estudio la importancia de las creencias de eficacia para la creación de programas en pro de mejorar la calidad de vida de los colaboradores y reducir el tan temido burnout.

Sarmiento, Iroz, Lopez, Mirón (2013), "*Relación entre Engagement y las creencias de autoeficacia de los trabajadores*". Universidad de Granada, España. Esta investigación que tuvo como objetivo hallar la relación entre engagement y creencias de autoeficacia, se les aplicó la Escala de Autoeficacia General y la Escala Work Engagement de Utrecht a una muestra de 105 colaboradores de los diferentes sectores. Se obtuvo como resultado que si existe una correlación positiva entre ambas variables y que esta podría ser directa e inversa; además observando los resultados entre hombres y mujeres por cada variable de engagement se pudo constatar que los hombres tiene mayor nivel de Dedicación que las mujeres, la razón de esto podría ser la diferencia de roles

impuestos por la sociedad que determinan que la mujer cumpla responsabilidades familiares mayores que el varón, permitiendo que este se focalice más en su trabajo.

Hernández, Arlene (2016). *“Autoeficacia y Work Engagement en trabajadores de diferentes ocupaciones asistenciales”*. Revista Cubana de Salud y Trabajo. Cuba. Tenía como objetivo determinar los niveles de work engagement y señalar cuál era su relación con la autoeficacia, fue un estudio descriptivo correlacional con un diseño transversal; se les aplicó la Escala de Autoeficacia General de Baessler y Schwarzer y la Escala UWES – 17 a una muestra conformada por 76 colaboradores, cuyos resultados arrojaron que si existe relación entre ambas variables, pero revelaron la participación de otros factores a considerar. Para lo cual se recomendó se realicen futuras investigaciones entre el engagement y la autoeficacia general.

Camacho, Torres (2014). *Programa para aumentar el Engagement en las empresas floricultoras*. Universidad Católica de Colombia. Cuyo objetivo era acrecentar el engagement, dicho programa es de tipo cuasi-experimental conformado por tres fases, la primera de diagnóstico donde se aplicarán los instrumentos de UWES y la Escala de Satisfacción Laboral, en la segunda fase se dará pie a la ejecución del programa el cual está conformado por 6 módulos, 4 de ellos dirigidos a directivos donde se tomarán temas como el liderazgo transformacional, comunicación organizacional, recursos organizacionales y contrato psicológico y 2 módulos de comunicación organizacional y creencias de la autoeficacia para los empleados y paralelo a la ejecución del programa se hicieron cambios en el ambiente laboral, así como horarios, sala de descanso, entre otras. Y la última fase donde se volverán a aplicar los instrumentos de la primera etapa para así evaluar el impacto del programa.

Zanenga (2016). *Engagement organizacional, análisis desde una perspectiva de la Psicología Organizacional Positiva*. Universidad de Palermo. Italia. Tuvo como objetivo establecer la relación entre el engagement percibido en los empleados, según género, edad, tiempo en la empresa y nivel de jerarquía. El método utilizado fue correlacional, de diseño no experimental, transaccional. El instrumento fue un cuestionario administrado por el área de Recursos Humanos, el cual contiene 6 factores: oportunidades, premios y reconocimiento, nuestra compañía, personas, trabajo y ambiente de trabajo. La muestra estuvo conformada por 1036 empleados en un rango de edad de 19 y 52 años. Se concluyó que no existe diferencia entre el engagement percibido por hombres y mujeres, ni hay diferencia en cuanto a la edad de los colaboradores, ni en cuanto a la carrera, por otro

lado, el estudio mostró una relación positiva entre el engagement y la antigüedad de los empleados.

Cuevas (2011). *Evaluación de Engagement en empleados de una empresa comercial*. Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey, México. Cuyo propósito fue demostrar la importancia del engagement como recurso estratégico y sus beneficios al aumentar la satisfacción y bienestar psicológico dentro de una organización. El método con el que se eligió esta muestra fue aleatoria simple sin distinción de género, nivel jerárquico y antigüedad en la empresa. Se utilizó el cuestionario de engagement (UWES). En esta investigación se utilizó una población de 600 de la cual quedó una muestra de 93 colaboradores, Además el proyecto es de tipo exploratorio, descriptivo y con un diseño no experimental y transversal. Los resultados corroboraron la importancia del engagement como recurso estratégico y la dimensión con mayor relevancia fue la dedicación.

Córdoba (2005). *Niveles de Engagement en los colaboradores de una industria de detergentes ubicada en Escuintla*. Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Cuyo objetivo era hallar los niveles de engagement en la industria, dicha investigación es de tipo descriptiva, Utilizó el cuestionario UWES, que contiene 17 ítems que miden factores como vigor, absorción y dedicación, medidos a través de una escala tipo Likert. Se desarrolló con una muestra aleatoria simple conformada por 69 trabajadores de la institución que oscilaban entre los 18 y 45 años de edad, de sexo masculino en su mayoría. Dio como resultado un alto nivel de engagement en los colaboradores, mostrando entusiasmo y sentido de pertenencia con la organización. Y por último se recomendó a la empresa desarrollar un programa de actividades positivas de tipo conductual y cognitivo con el objetivo de mantener el alto nivel de engagement en sus colaboradores.

Salanova, Grau, Martínez (2005). *Demandas laborales y conductas de afrontamiento: el rol modulador de la autoeficacia profesional*. Universidad Jaime I. Castelló, España. Que tuvo como objetivo determinar el rol de la autoeficacia en la relación entre las demandas laborales y la conducta de afrontamiento la cual puede ser pasiva o activa para lo cual se utilizó un cuestionario de autoinforme sobre una muestra de 525 colaboradores en España de diferentes empresas y ocupaciones.; los resultados señalaron que si existe una asociación positiva entre las conductas de afrontamiento activo y la autoeficacia profesional, además que la autoeficacia participa en la influencia de las conductas de afrontamiento aumentando el afrontamiento activo y disminuyendo el pasivo.

Grau, Salanova, Peiró (2012). *Efectos moduladores de autoeficacia en el estrés laboral*. Colegio oficial de Psicología de Andalucía Occidental. España. El objetivo era determinar los efectos moduladores de la autoeficacia en el estrés. Se utilizó el método de regresión múltiple jerárquica y cuatro medidas de consecuencias del estrés: cinismo, satisfacción laboral, agotamiento emocional y compromiso organizacional, aplicando un cuestionario para medir cada una de ellas. Se trabajó con una muestra de 140 trabajadores de 5 empresas de distintos sectores socioeconómicos que utilizan en sus puestos nuevas tecnologías como medios de trabajo, y se constata que en general la autoeficacia cumple un rol mediador entre el estrés y consecuencias. Los resultados señalaron que la autoeficacia si modulaba la relación entre estrés y sus consecuencias está determinada por factores como el nivel de autoeficacia, naturaleza de los componentes de estrés, tipo de categoría laboral (recurso o demanda) y del tipo de consecuencia de estrés (burnout, motivación, compromiso).

Dentro del entorno nacional tenemos las siguientes investigación:

Espinoza (2017). *El engagement laboral y su impacto en la productividad en una empresa de servicios*. Universidad Privada de Ciencias Aplicadas. Lima. Cuyo objetivo es determinar si el engagement y sus factores de vigor, dedicación y absorción tienen un efecto directo sobre la productividad de los trabajadores, y cuál de estos factores es el de mayor contribución. Es de tipo cuantitativo, explicativo, no experimental y transversal. Para medir el engagement se tomó como base la teoría de Demandas y Recursos Laborales de Schaufeli y Bakker. Como resultado se obtuvo que el engagement tiene una influencia positiva sobre el desempeño y productividad de los colaboradores, además que la variable vigor es la que tiene mayor impacto y relación.

Rodríguez (2016). *Vinculación Laboral y su relación con autoeficacia y bienestar en personal de salud de un hospital psiquiátrico*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. Cuyo objetivo era determinar la relación existente entre estas tres variables, se aplicaron cuestionarios para cada variable como son la Escala de Vinculación Psicológica con el Trabajo (UWES-17), la Escala de Autoeficacia General (EAG) y las Escalas de Bienestar, Flourishing y Spine, elaboradas por Diener, Lucas y Oishi (2009). Para ello se evaluó a 69 trabajadores de entre 26 y 63 años de edad. Fue de tipo descriptivo correlacional obteniendo como resultado que la variable Vinculación Laboral se correlaciona positivamente con la Autoeficacia y las escalas de Bienestar nombradas anteriormente.

Bobadilla, Callata, Caro (2015). *Engagement Laboral y Cultura Organizacional: el rol de la Orientación Cultural en una empresa global*. Universidad del Pacífico. Lima. La cual tiene como objetivo determinar si los tipos de cultura organizacional predicen el engagement laboral. Se utilizó un diseño cuantitativo, explicativo, no experimental y transaccional y se tomó como base la teoría de las demandas y los recursos laborales de Demerouti (2001), la teoría de cultura organizacional de Deninson (1990) y el modelo de las dimensiones culturales de Dorfman y Howell (1988). Se observó al final que existen dos tipos de cultura organizacional que predicen el engagement laboral, son la cultura Misión e Involucramiento

Hernández (2017). *Compromiso organizacional y engagement en trabajadores del área administrativa de una empresa call center del Callao*. Universidad César Vallejo. Lima. La cual tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables, se les suministró instrumentos como la Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo de Shaufeli y Bakker (2003) y el Cuestionario de Compromiso Organizacional de Meyer y Allem (1999). El diseño fue no experimental-transversal y de tipo correlacional. Tuvo como muestra un total de 125 colaboradores y los resultados arrojaron que, si existe una correlación positiva, significativa y baja entre el engagement y el compromiso organizacional.

Por último, dentro del ámbito local hemos encontrado las siguientes investigaciones con respecto al Engagement:

Adrianzén (2017). *Engagement y Satisfacción Laboral en agentes de Empresas de Seguridad y Vigilancia Privada, en la ciudad de Piura*. Universidad César Vallejo. Piura. Tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables, el diseño fue de tipo descriptivo-correlacional se les aplicó la Escala Utrecht de Engagement en el trabajo (UWES-17) y la Escala de Satisfacción Laboral (SL – SPC) versión 27 ítems, con un total de 258 agentes de seguridad. Por último los resultados obtenidos se determinaron mediante la aplicación el coeficiente Tau-b de Kendall y arrojaron que no existe relación significativa entre ambas variables de manera general, así como tampoco entre las variables de Engagement como vigor, dedicación y absorción con las de Satisfacción Laboral como condiciones de trabajo, reconocimiento personal y social y beneficios económicos.

Silva (2017). *Engagement y Locus de Control en colaboradores de una empresa Agroexportadora*. Universidad César Vallejo. Piura. Cuyo objetivo era determinar la relación entre las variables de Engagement y Locus de Control, fue de tipo descriptivo correlacional, se aplicó la Escala Utrecht de Engagement en el trabajo versión corta y la Escala de Locus de Control de Julian Rotter con una muestra probabilística de 165 colaboradores., se utilizó la correlación Chi cuadrado obteniendo un resultado positivo, es decir que si existe relación positiva entre el Engagement y el Locus de Control, pero el que más predomina es el Locus de control interno.

Córdova (2011). *Dimensiones del Comportamiento Organizacional y Niveles de Engagement en los socios estratégicos de la empresa Consultora de agua y saneamiento de Piura*. Universidad César Vallejo. Piura. Su objetivo general era hallar las dimensiones y niveles del engagement. Tuvo un diseño no experimental de tipo transversal, se aplicaron los cuestionarios de Comportamiento Organizacional de Mayer y Allen y la Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo (UWES 17), se utilizó la correlación de Spearman, gráficos de barra. La muestra estuvo compuesta por 49 socios estratégicos, y se obtuvo como resultado que si existe relación entre las dimensiones de Comportamiento Organizacional y los niveles de Engagement.

A continuación, se procederá a enmarcar teóricamente las variables estudiadas en esta investigación como son el Engagement y la Autoeficacia, además de sus correspondientes indicadores todo ello definido de manera clara y concisa para una mejor comprensión de la investigación y una adecuada planeación de las sesiones del programa.

- Engagement:

El engagement ha tenido una acogida significativa desde su ingreso al ámbito laboral debido a los muchos resultados favorables de éste en el éxito de las organizaciones. Según el diccionario de Merrian Webster el engagement es “una implicación o compromiso emocional”, si bien existen diferentes conceptos aún no se logra un acuerdo sobre su significado. Para entenderlo debemos enmarcarlo dentro de aspectos: los campos disciplinares que originaron el engagement y los antecedentes del concepto.

- Campos disciplinares del engagement

Dentro de los campos disciplinares que dieron apertura al engagement tenemos el campo de la filosofía, el cual comenzó con los planteamientos de Aristóteles sobre el

concepto de “eudaimonía” o lo que conocemos tradicionalmente como felicidad, que se refiere a “el bien supremo entre todos los que pueden realizarse” (Ética a Nicómaco I, 1905, p. 15). Aristóteles introdujo el término en su obra denominada “la gran ética”, donde indaga sobre la esencia del bien moral a base de una jerarquía de valores ubicando a la felicidad en la cima, determinando que el ser humano está encaminado a buscar la felicidad por medio de la voluntad. (“Engagement, ilusión por el trabajo”, Cárdenas, T., 2014, p. 20)

Otro campo disciplinario es el de la psicología, el cual ubica a los antecedentes del engagement dentro de los planteamientos de la Psicología Positiva que según Salanova y Schaufeli surgen con la Teoría de Maslow en 1954 y Martín Seligman en 1998, los cuales defendieron el concepto de Psicología Positiva como el hecho de trabajar buscando el bienestar y no combatiendo la enfermedad mental, es decir “continuar con uno de los objetivos primarios de la Psicología, que era el cultivo del talento y la mejorar de las vidas normales de las personas” (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, p. 74).

El engagement pertenece a la Psicología Positiva, esto es porque hablamos de lograr un estado de bienestar completo del colaborador dentro de su organización, en el que se sienta satisfecho y orgulloso por su labor diaria y por ende realice su trabajo con gran empeño generando una mayor productividad, además de contagiar de este sentimiento a sus compañeros de trabajo. Según estos mismos autores fue hasta el año 2002 que la Psicología Positiva se adentró al ámbito laboral, con la finalidad de incrementar la calidad de vida de los trabajadores y con la perspectiva de lograr “la mejora de la vida organizacional en un sentido más amplio, en donde tiene cabida la mejora de la salud psicosocial, del bienestar y la satisfacción de los trabajadores” (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, p. 83).

- Antecedentes del concepto Engagement:

Dentro de los antecedentes que originaron el Engagement se encuentra William Kahn, quién en 1990 decidió estudiar a las organizaciones que se dedicaban al cuidado de las personas con bajos recursos, identificando sus problemas y que herramientas utilizaban para enfrentarlos. Fue mediante estos estudios que el término surge relacionado al compromiso, esto es el estado en el que las personas expresan su ser de manera física-cognitiva y afectiva en el puesto que desempeñan.

Posteriormente Maslach y Leiter en 1997 comenzaron a analizar el engagement después de muchos años de haber estudiado el síndrome de burnout les surgió la pregunta de si existían personas que puedan trabajar con dedicación, energía y satisfacción. (“Engagement, ilusión por el trabajo”, Cárdenas, T., 2014, p. 21).

Es mediante la pregunta ¿Pueden los empleados trabajar de forma energética, estar altamente dedicados a sus trabajos y disfrutar al máximo de estos momentos? (Salanova y Llorens, 2008) que se inician una serie de estudios realizados en un inicio para combatir el tan temido “Burnout”, utilizando en su mejora el término engagement con el propósito de generar recursos positivos para el empleado y para los trabajadores en general.

- Conceptualización del Engagement

El término puede trasladarse al idioma español como “compromiso o noviazgo” (Larousse, 2005) sin embargo, al estudiarlo con más profundidad se vuelve un concepto difícil de interpretar.

El Engagement o Vinculación Psicológica se conceptualiza “El engagement es un estado mental positivo, satisfactorio y relacionado al trabajo, caracterizado por vigor, dedicación y absorción. Más que un estado específico y momentáneo, el engagement se refiere a un estado afectivo – cognitivo más persistente e influyente, que no está enfocado sobre un objeto, evento, individuo o conducta en particular. El vigor se caracteriza por una gran voluntad de dedicar el esfuerzo al trabajo y la persistencia ante las dificultades. La dedicación se refiere a estar fuertemente involucrado en el trabajo y experimentar una sensación de entusiasmo, inspiración, orgullo, reto y significado. La absorción se caracteriza por estar totalmente concentrado y felizmente inmerso en el trabajo, de tal manera que el tiempo pasa rápidamente y se experimenta desagrado por tener que dejar el trabajo”. (Schaufeli, Salanova, González, Romá y Bakker, 2001)

Además, Harter en el 2002 señaló que la asociación Gallup define al término Engagement como la implicación y satisfacción de la persona con su trabajo y a su entusiasmo por trabajar

Así mismo, un estudio de IBM, Employee Engagement es “el grado en que los empleados se sienten motivados para contribuir al éxito de la organización y están dispuestos a aplicar un esfuerzo discrecional para llevar a cabo tareas importantes que permitan el logro de los objetivos de la organización “.

Velandia y Gómez en el 2014 afirman que recientes investigaciones de la Psicología de la Salud Ocupacional Positiva, identificaron dos tipos de factores que favorecen el incremento del engagement; los recursos laborales en donde encontramos la toma de decisiones, la retroalimentación, entre otros y los recursos personales como la autoeficacia y la resiliencia

Como ya se ha mencionado el Engagement está conformado por tres dimensiones, según el Libro “Engagement en el Trabajo de Salanova y Schaufeli en el 2009, estos son:

- Vigor: se trata del factor energético-conductual del engagement, es decir cuando una persona alcanza niveles de energía significativos al momento de realizar su trabajo, además del deseo de preocupación y persistencia que ocasiona menos fatiga al momento en que se presenta un problema o sobresaturación del mismo.
- Dedicación: se trata del factor emocional del engagement, es decir al entusiasmo, identificación, orgullo y sobre todo implicación que experimenta el individuo dentro de su organización.
- Absorción: se trata del factor cognitivo del engagement, en el cual el trabajador experimenta una alta concentración dentro de su puesto, de forma que le cuesta abandonarlo, determinando que se refiere a un estado psicológico temporal y que no persiste en los otros ámbitos de la vida personal.

Modelo de Demandas y Recursos Laborales:

La forma más utilizada para trabajar Engagement es a través del Modelo de las Demandas y Recursos Laborales (DRL) de Demerouti en el 2001, el cual señala que las características del trabajo pueden ser agrupadas en dos categorías, las demandas que se refieren a los factores estresantes y los recursos a los factores motivacionales; y son esenciales ya que explican dos procesos que ocurren en un ambiente laboral: el deterioro de la salud y el proceso motivacional de un colaborador. La idea es trabajar con ambas ya que están negativamente relacionados, es decir, se acepta el hecho de que nunca se extinguirán las demandas ya que la mayoría de empleos requieren de un esfuerzo sostenido para su adecuada ejecución, pero el objetivo es reducirlas y aumentar los recursos, que en este caso hacen el papel de amortiguadores, aligerando la carga laboral, y volviendo poco a poco a los colaboradores en engaged.

El Modelo Demandas y Recursos Laborales (DRL) de Bakker y Demerouti nace en el 2001 dentro de la Psicología de la Salud Ocupacional y afirma que existen dos procesos que se dan en todo ámbito laboral: el deterioro de la salud, producido por altos niveles de estrés y agotamiento conocido como Síndrome de Burnout y el proceso de motivación que viene dado por altos niveles de vigor, dedicación y absorción en el trabajo, conocido como Engagement.

Según este modelo “ambos procesos están negativamente relacionado entre sí, y además teniendo en cuenta lo positivo y negativo de la realidad se puede expresar de forma más fidedigna y holística”. (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, pág. 132).

Las demandas laborales, vienen a ser aquellas características que requieren un esfuerzo físico, psicológico, cognitivo, etc. para poder realizarlas, que no siempre son negativas pero que se vuelven estresores dañinos cuando el individuo no logra recuperar ese esfuerzo aplicado de manera fácil. Entre estas demandas encontramos: (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, p. 133 y 134)

- Demandas cuantitativas: se refiere la sobrecarga laboral, alto ritmo de trabajo, fechas topes, etc.
- Demandas mentales: como por ejemplo aquellas funciones que requieren de un nivel de concentración, atención, procesamiento cognitivo, toma de decisiones, etc.
- Demandas socio-emocionales: como el mobbing, tener que expresar emociones positivas cuando no se sientes, entre otras.
- Demandas físicas: se refiere a trabajar en condiciones ambientes extremas, trabajos que exigen alto rendimiento físico, etc.
- Demandas organizacionales: como ambigüedad de rol, falta de liderazgo, problemas en la comunicación interna, etc.
- Demandas trabajo – familia: se refieren a los trabajos que ocupan horarios nocturnos e impiden el cuidado a terceros.

Por otro lado, los Recursos Laborales son aquellas características que ayudan a frenar las demandas, hacer frente a ellas con derecho propio, mejorando así el rendimiento y la autoeficacia. Entre los recursos tenemos (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, p. 134 y 135):

- Recursos físicos: es decir con contar con condiciones ergonómicas adecuadas, herramientas tecnológicas, etc.
- Recursos de tarea: como el proporcionar feedback tras un buen desempeño, autonomía en el puesto, comunicación interna, etc.
- Recursos sociales: se refiere a la tomar de decisiones, el trabajo en equipo, etc.
- Recursos de la organización: como por ejemplo las líneas de carrera, el otorgar mayor participación en proyectos claves, etc.
- Recursos trabajo – familia: como contar con horarios flexibles, apoyo social de la pareja, etc.

Los Recursos Personales en el Modelo de DRL:

Diferentes estudios han demostrado la importancia de los recursos laborales sobre las demandas y más aún cuando éstas son altas, en resumen, se puede inferir que los recursos laborales generan un proceso de motivación que a su vez produce el engagement en los trabajadores, pero también hay que tener en cuenta que existen otro tipo de “recursos” igual de importantes y que tienen una característica intrínseca en el individuo, hablamos de los recursos personales. (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, pág. 148).

Como se ha explicado anteriormente el modelo de Demandas y Recursos Laborales (DRL) trabaja el engagement desde aspectos estrictamente organizacionales, sin embargo, debemos tener en cuenta que estamos trabajando con personas y que por ende éstas también pueden generar recursos personales que sirvan de amortiguadores sobre las demandas y sus consecuencias negativas en la salud física, cognitiva y psicológica; además de lograr un desarrollo personal y cambios positivos y duraderos. (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, pág. 149).

- **Recursos personales:**

Los recursos personas son entonces aquellas “características positivas de las personas que tienen la capacidad de reducir o amortiguar el potencial impacto negativo de las demandas, pero que, a la vez como los recursos laborales, puede ser origen por sí mismo de procesos positivos como el crecimiento personal y profesional.” Bakker y Demerouti han reformulado el modelo DRL señalando que también los recursos laborales se relacionan mutuamente con los recursos personales, como son la resiliencia, la

autoeficacia, la autoestima y el optimismo. (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, pág. 149).

Esto significa que, así como los recursos laborales predicen el engagement, los personales lo hacen de igual forma, pero cabe mencionar que la mayoría de investigaciones se han centrado en determinar la actuación de los recursos laborales, dejando atrás algo tan importante como el lado personal de los trabajadores.

- La autoeficacia:

El concepto de autoeficacia nació bajo la Teoría del Aprendizaje Social o por imitación u observación, que Bandura (1963) define como un proceso por el que la persona logra realizar una conducta nueva o modificarla según lo previamente aprendido por la observación de modelos, además incluyó condiciones necesarias y suficientes para que se de este aprendizaje imitativo como el recibir reforzamiento, que exista similaridad entre modelo y observador, que el modelo sea influyente y que el imitador también reciba reforzamiento por la imitación.

La autoeficacia son las “creencias en las propias capacidades para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos que producirán determinados logros o resultados” (Bandura, 1997)

Así mismo, la autoeficacia es la “creencia que la persona tiene sobre sus propias competencias. No se trata de la competencia en sí misma, ni de los conocimientos o de las habilidades poseídas, sino de la percepción que la persona tiene sobre cómo organizar y poner en marcha ciertos procesos que le posibiliten lograr determinados resultados”. (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, p. 152)

El libro “Engagement en el Trabajo” de Salanova y Schaufeli en el 2009, señala que la naturaleza dota al ser humano de infinitas posibilidades para cumplir sus metas, pero que sólo escogemos lograr aquellas de las cuales nos sentimos confiados o capaces. Dentro de este pensamiento se debe hacer mención en la Teoría cognitivo-social la cual determina que solamente se es incapaz de aquello que uno se juzga incapaz. He aquí la importancia del concepto de autoeficacia, ya que su labor será la de abrir caminos o posibilidades y convertir aquello imposible en dable y hacerlo propio de la personalidad.

Es de suponer entonces que esta confianza en nuestras capacidades no sólo determina resultados al instante, sino que también puede determinar el curso de la vida de un individuo; cuando se ha preguntado a personas famosas sobre el logro de una meta personal o profesional ellos enfatizan el determinante de la confianza que tuvieron en sí mismo y en sus posibilidades para lograr aquellos que creían muy difícil de alcanzar. Esta experiencia de éxito además los impulsó a incrementar su confianza en acciones futuras y viceversa.

Al concepto de Autoeficacia no le interesan las limitaciones que determines en la vida, sino que le preocupa que el individuo argumente incapacidad en sus acciones cuando no intenta desarrollar posibilidades para lograrlo. Esto pasa a menudo en las organizaciones cuando un jefe no propone acciones o no involucra a sus empleados en ciertas metas ya que los considera incapaces, mutilando sus posibilidades de ser aprender y ser mejores.

Las personas con bajos niveles de autoeficacia, tienden a huir de las tareas cuando las perciben difíciles de realizar, ya que las consideran amenazas personales, poseen pocas aspiraciones y metas y también se centran más en los obstáculos que encontrarán que en potenciar los recursos que lo llevarán al éxito. Es este rendimiento insuficiente y aptitud negativa que los hace víctimas del estrés y la depresión.

Además, la autoeficacia es específica no generaliza, es decir que puede cambiar para distintos ámbitos de la vida del individuo como el trabajo, deporte, vida social, etc. La importancia de este concepto radica según Bandura (2001) en cómo nos afecta a nivel de pensamiento, sentimientos y conducta. Además, investigaciones aseguran que la autoeficacia se relaciona con la persistencia, dedicación, satisfacción y la motivación. (Llorens, Schaufeli, Bakker y Salanova, 2007).

También, Martin Meadows (2017) señala en que la autoeficacia se desarrolla en la infancia, pero es verdad que durante la vida podremos encontrar personas como familiares, profesores, amigos, etc. que potencien una creencia positiva sobre nuestras capacidades que nos ayudarán en la vida adulta. Esto no quiere decir que cuando somos adultos no podemos desarrollar autoeficacia, existen formas de generarla y son estas las que veremos en la siguiente investigación. En su libro “Confianza: como superar tus creencias limitantes y alcanzar tus metas” indica que existen cinco características comunes de las personas con un fuerte nivel de autoeficacia:

- Consideran los retos como superables y que los pueden llegar a dominar.
- Perseveran ante la adversidad por lo que los obstáculos no hacen que pierdan confianza en sus capacidades.
- Asumen la responsabilidad tanto por sus éxitos como por sus fracasos, y creen tener control sobre el resultado, no creen en la suerte.
- Ponen mayor esfuerzo al realizar una tarea lo que genera mayor probabilidad de lograrla.
- Se comprometen con sus metas y tienen una creencia más profunda sobre cómo conseguirlas.

Espirales de ganancia:

“Los espirales de ganancia se definen como bucles amplificados en los cuales las relaciones cíclicas entre variables se construyen unas sobre otras en el transcurso del tiempo” (Lindsley, Brass y Thomas, 1995)

En este caso, muchas investigaciones con el propósito de determinar el poder amortiguador de la autoeficacia en factores estresores y consecuencias como la ansiedad o burnout, encontraron un efecto de correlación de tres vías: autoeficacia – engagement – desempeño laboral. Es decir, que los “altos niveles de autoeficacia, pueden predecir positivamente el engagement del empleado, que a su vez puede predecir el desempeño en su trabajo, y a su vez, el alto desempeño puede predecir en el tiempo la existencia de autoeficacia, engagement y así sucesivamente en el tiempo, produciendo ciclos positivos entre estas variables en su relación en el tiempo”. (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, p. 157 y 158), de esta forma corrobora la relación entre estas tres variables, su ganancia y ciclo de acción.

Bandura (1997) también indica que si bien al hablar de autoeficacia nos referimos a un proceso interno, este influye además de forma colectiva es decir la autoeficacia percibida por todo el grupo, esto es importante ya la variable engagement tiene una naturaleza social esto se da en las organizaciones cuando los colaboradores con la interacción del día a día comparten recursos, experiencias tanto estresantes como motivadores, entre otras cosas, esto hace que lleguen a un nivel de compenetración tal que llegan a sentir las mismas emociones de felicidad, tristeza e incluso se llegue a compartir las mismas creencias de autoeficacia. (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, p. 160).

Medidas de autoeficacia:

Existe un proceso para medir las creencias o expectativas de autoeficacia, este se llama microanálisis, y se hace mediante los pensamientos autorreferentes, es decir de las creencias específicas para la tarea que deseamos explorar. Son tres: magnitud, fuerza y generalidad. (Bandura, 1986):

- Magnitud: La persona puede considerarse autoeficaz ante una tarea o situación fácil, pero cuando ésta aumenta su dificultad puede disminuir el nivel de autoeficacia que se tenía en un principio.
- Fuerza: Las creencias de autoeficacia puede ser fuertes o débiles ante una determinada tarea o situación. Las creencias fuertes son más difíciles de extinguir ante un posible fracaso que las creencias de autoeficacia débiles.
- Generalidad: Las creencias de autoeficacia desarrolladas para una tarea en concreto pueden generalizarse para otras en mayor o menor medida.

Las fuentes de autoeficacia:

Según la Teoría del Aprendizaje Social, las principales fuentes de autoeficacia son cuatro: las experiencias de éxito, la experiencia vicaria, la persuasión verbal y los estados emocionales. Estas se definen de la siguiente manera: (“Engagement en el Trabajo”, Salanova y Schaufeli, 2009, p. 261)

- Las experiencias de éxito: Se refiere a las experiencias vividas por la propia persona que lo hicieron lograr aquella meta trazada, gracias a la creencia positiva acerca de cómo organizar y trabajar sus competencias, determinando las variables positivas y reconociendo las negativas que llevaron a alcanzarla.
Las personas están acostumbradas a lograr éxitos fáciles de manera rápida, de modo que no se trazan metas fuera de su zona de confort de manera que no viven experiencias de superación donde se requiere de un esfuerzo sostenido a través de la persistencia y de recuperarse de los obstáculos para aprender. (“La autoeficacia”, Albert Bandura, 1994, p. 2).
- La experiencia vicaria: Se presenta cuando la persona observa al modelo similar tener éxito mediante su esfuerzo sostenido, esto aumenta su creencia de que él también puede poseer las competencias que lo lleven a ese éxito, en pocas palabras es la experiencia “mediada” a través de los demás.

Las personas buscan aquellos modelos que posean los recursos o competencias a las que ellos aspiran. Cuanto mayor sea la similitud del modelo con el individuo que lo observa, más convincentes serán los resultados de éxito o fracaso. Por el contrario, si no existe similitud, no habrá influencia significativa en el comportamiento o creencia del observador. (“La autoeficacia”, Albert Bandura, 1994, p. 3).

- La persuasión verbal o social: Se refiere al “convencimiento o confianza” que tiene el individuo sobre sus propias capacidades, esto hace que tengan mayor probabilidad de alcanzar una meta, con mayor esfuerzo y perseverando ante la adversidad. Aquí es importante resaltar el papel de los líderes de las organizaciones, ya que ellos cumplen un rol de emisor de esta influencia social mediante el refuerzo verbal.

Esto se logra mediante la retroalimentación, es decir expresar valoraciones positivas a los demás sobre lo que han hecho bien, y corregir de forma adecuada aquel error que hayan cometido. (“La autoeficacia”, Albert Bandura, 1994, p. 3).

- Los estados emocionales: Se entiende a la forma en como las personas interpretan sus emociones y como estas influyen en los juicios o creencias de las propias competencias. Un individuo con niveles altos de autoeficacia experimenta niveles bajos de estrés y ansiedad ya que controla sus estados emocionales de manera adecuada ante situaciones complicadas y difíciles.

Existen cinco reglas fundamentales para desarrollar la autoeficacia, lo importante como siempre es centrarse en el proceso más no en el resultado. Estas reglas son: (“Confianza: como superar tus creencias limitantes y alcanzar tus metas”, Martín Meadows, 2017).

- Establecer metas ligeramente por encima de tu capacidad:

La idea es salir de la zona de confort y pasar a la zona de aprendizaje, al establecer metas por encima de nuestra capacidad, vamos logrando metas pequeñas que en conjunto se vuelven un gran logro. Existen dos enfoques para lograrlo: el primero es ir gradualmente cumpliendo pequeños logros, este proceso es lento pero seguro y menos traumático. El segundo enfoque es ir directo a la meta trazada, bordeando la zona de pánico; ambos son posibles solo depende del interés y comodidad del individuo.

- Separa esa meta en otras más pequeñas:

El objetivo es planear las tareas a realizar para lograr esa gran meta, eliminando lo que no es esencial y haciendo las tareas más manejables, lo que ayuda a incrementar la confianza en el proceso.

- Enfócate en el panorama completo:

Se refiere a ampliar la visión de cómo alcanzar aquella meta, lo que permite analizar todas las posibles opciones, elegir la mejor y formular un mejor plan, dividiendo la meta en partes pequeñas y si existe algún problema buscar como eliminarlo de raíz y no por la superficie.

- Reformular los obstáculos:

La idea es reemplazar las creencias negativas por las positivas, esto se puede lograr mediante el reencuadre cognitivo. Las personas autoeficaces ven a sus obstáculos como un impulso a seguir ya que al superar cada uno se avanza más a la meta.

- Toma el control de tu vida:

Cambiar la manera de ver el mundo es fundamental, las personas con alto nivel de autoeficacia se creen responsables de sus propias acciones y decisiones y ven como estas le dan forma y sentido a su vida.

- El Modelado:

La Teoría del Aprendizaje Social rescata la idea de que la mayoría del aprendizaje humano se da dentro de un entorno social. Albert Bandura, sienta esta teoría sobre la técnica de Modelado o también llamado Vicario u Observacional, este concepto hace referencia que los seres humanos aprendemos mediante la observación; es decir que el sujeto observe una conducta en específico y luego la imita para generar, eliminar o reforzar conductas. (Bandura, 1969)

Existen distintos tipos de Modelado:

- Modelado según la conducta del observador:
 - Modelado activo o pasivo: El primero se refiere cuando el sujeto observa la conducta y la imita de forma inmediata, por el contrario, el pasivo ocurre cuando el sujeto solo observa sin ejecutar la conducta.
 - Modelado participante: Es una forma de modelado activo, pero en este caso el sujeto imita la conducta siendo guiado por el modelado. Este tipo es muy usado en el tratamiento de fobias.

- Desensibilización por contacto: En este caso la guía del modelado es física, en caso de fobias se le acerca a la persona de manera progresiva.
- Modelado según la dificultad de la conducta a imitar:
 - Modelado de la conducta objeto: Si la conducta a imitar se califica como sencilla, el sujeto puede intentar imitarla directamente.
 - Modelado de conductas intermedias: En caso la conducta se califique como difícil, entonces se debe desglosar y poner en conductas más pequeñas que son llamadas intermedias, hasta lograr la conducta en sí.
- Modelado según la adecuación de la conducta:
 - Modelado positivo: Es el modelado típico trabajado en los espacios terapéuticos, y se refiere a cuando se intenta moldear una conducta adecuada dentro de lo social como aprender a entablar una conversación, adquirir habilidades sociales, entre otras.
 - Modelado negativo: Se refiere a moldear conductas no aceptadas dentro del entorno social; como las agresivas, delictivas, etc.
 - Modelado mixto: Sirve para otorgar feedback, es decir primero se muestra la conducta negativa y luego la positiva para que el sujeto observe la diferencia de las consecuencias de cada una de ellas.
- Modelado según la presentación del modelo:
 - Modelado en vivo: El modelo llevo a cabo la conducta en presencia del observador.
 - Modelado simbólico: El modelo se lleva a cabo mediante una variante audiovisual como una cinta, cámara, etc.
 - Modelado según el número de observadores:
 - Modelado individual: Se realiza mayormente en espacios terapéuticos, y es cuando el modelado se presente ante un solo sujeto observador.
 - Modelados por grupos: Se refiere a cuando el modelado se presenta ante un grupo de personas. Este tipo es más recomendado ya que cuando uno de los sujetos realiza la conducta puede convertirse en un modelo óptimo a seguir del grupo.

- Modelado según el número de modelos:
 - Modelado simple: Se utiliza mayormente en casos individuales cuando la conducta a imitar es una sola.
 - Modelado múltiple: Se presenta en su mayoría en tratamientos grupales cuando se utilizan modelos semejantes o diferentes al observador, y el objetivo es la generación o mantenimiento de conductas.

- Modelado según la competencia del modelado:
 - Modelado mastery: Es un modelo de dominio, es decir muestra la conducta a imitar de forma óptima, con las habilidades necesarias para desempeñarse en la situación sin problemas, con seguridad.
 - Modelado coping: Es un modelo de enfrentamiento, es decir comienza como el observador y de manera progresiva se va mostrando la conducta final a imitar, y las habilidades necesarias para ello.

Esta investigación tiene como formulación del problema la siguiente interrogante:

¿El Programa de Autoeficacia influye significativamente en la mejora del Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.?

Las razones por las que se realizó este desarrollo de investigación son:

Se otorgó aporte teórico con la ampliación y ejecución de teorías y conocimiento relacionados con el tema Engagement, del cual existe una escasez de estudios experimentales debido a que se trata de un término nuevo que ha logrado generar múltiples resultados en la productividad y el bienestar general de los colaboradores. Además de manipular dicha variable mediante factores intrínsecos como es la Autoeficacia que intenta a su vez incrementar el desarrollo personal de los trabajadores, ya que la idea es brindar herramientas que no solo utilicen en sus metas organizacionales, sino que les sirva para mejorar en la vida.

Además, se brindó un aporte práctico en el sentido de demostrar la importancia de trabajar no sólo en factores estrictamente organizacionales sean positivos o negativos, sino sobre recursos intrínsecos de los trabajadores, que los ayuden a desarrollar un estado de energía, dedicación y concentración en su puesto de trabajo, mediante el fortalecimiento de creencias en sus propias capacidades y con ello generar un resultado a nivel macro de la organización y de su persona.

También, un aporte institucional, ya que se proporcionaron herramientas según la Teoría de Autoeficacia de Bandura a los colaboradores, lo que hará que aumente sus creencias de autoeficacia en base a sus experiencias de éxito, aprendizaje vicario por medio de la observación, persuasión social a través de la retroalimentación o feedback efectivo y del fortalecimiento de estados emocionales en el trabajo.

Y por último, sirvió como base de información a futuras investigaciones, y acrecentar la importancia que se le debe dar a temas que mejoren el bienestar de los colaboradores en una empresa, objetivo de la Psicología Organizacional.

En base a lo antes mencionado, se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis General:

- Existe influencia significativa en la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

Hipótesis Específicas:

- Existe comparación significativa del promedio del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.
- Existe influencia significativa en los resultados de las dimensiones del engagement antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.
- Existe comparación significativa del promedio del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.
- Existe influencia significativa en los resultados de las dimensiones del engagement después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.
- Existe influencia significativa antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. entre el grupo control y el grupo experimental.

- Existe influencia significativa después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. entre el grupo control y el grupo experimental.
- Existe influencia significativa antes y después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. (grupo control)
- Existe influencia significativa antes y después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. (grupo experimental).

Asimismo, se plantean los siguientes objetivos de esta investigación:

Objetivo General:

- Determinar la influencia significativa en la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

Objetivos Específicos:

- Conocer la comparación del promedio del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.
- Conocer los resultados de las dimensiones del engagement entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.
- Conocer la comparación del promedio del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.
- Conocer los resultados de las dimensiones del engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

- Establecer la influencia significativa antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. entre el grupo control y el grupo experimental.
- Establecer la influencia significativa después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. entre el grupo control y el grupo experimental.
- Establecer la influencia significativa antes y después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. (grupo control)
- Establecer la influencia significativa antes y después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. (grupo experimental).

II. MÉTODO:

2.1. Diseño de investigación:

- Tipo de investigación:

La investigación es de tipo experimental que según Arias (2012) lo define como un proceso que consiste en someter a un grupo de individuos a condiciones controladas en un tratamiento (variable independiente) para observar y analizar sus efectos (variable dependiente).

- Diseño de investigación:

El presente trabajo tiene un diseño de corte Cuasi – Experimental ya que se trabaja con grupos intactos, utilizando un pre y post prueba con dos grupos: el experimental y el control. (Hernández, Fernández y Bautista, 2010).

GRUPO	PRE TEST	TRATAMIENTO	POST TEST
Experimental			
G1	O1	X	O3
Control			
G2	O2	-	O4

O1: Pre test

O3: Pre test

X: Aplicación del Programa

O2: Post test

O4: Post test

2.2. Variables operacionales:

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	NIVEL DE MEDICIÓN
V. Independiente: Programa de Autoeficacia	La autoeficacia son las “creencias en las propias capacidades para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos que producirán determinados logros o resultados” (Bandura, 1997)	Para trabajar esta variable se desarrollará y ejecutará un Programa de Autoeficacia denominado “Cree en tus capacidades y alcanzarás el éxito”, el cual está conformado por 10 sesiones pertenecientes a las dimensiones: Experiencias de éxito, la Experiencia vicaria, Persuasión verbal y Estados emocionales.	Experiencias de éxito	-Experiencias propias -Reconocimiento de creencias sobre las capacidades	Ordinal
			Experiencia vicaria	-Experiencias aprendidas mediante la observación.	
			Persuasión verbal	-Convencimiento de las propias capacidades mediante el reconocimiento social	
			Estados emocionales	-Experiencia afectiva -Emociones positivas que aumentan la autoeficacia	

V. Dependiente: Engagement	<p>“El engagement es un estado mental positivo, satisfactorio y relacionado al trabajo, caracterizado por vigor, dedicación y absorción. Más que un estado específico y momentáneo, el engagement se refiere a un estado afectivo – cognitivo más persistente e influyente, que no está enfocado sobre un objeto, evento, individuo o conducta en particular. (Schaufeli, Salanova, González, Romá y Bakker, 2001)</p>	<p>La variable Engagement se medirá mediante la Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo versión corta (UWES-17), la cual está conformada por 17 ítems. (Schaufeli y Bakker (2003), mide el engagement en sí mismo, así como sus tres dimensiones: vigor, dedicación y absorción.</p>	Vigor	<ul style="list-style-type: none"> -Factor de energía -Voluntad de dedicar esfuerzos -Resiliencia 	Ordinal
			Dedicación	<ul style="list-style-type: none"> -Factor emocional -Sentido o significado del trabajo -Entusiasmo -Orgullo 	
			Absorción	<ul style="list-style-type: none"> -Factor cognitivo -Nivel de concentración en el trabajo -Conexión con las tareas realizadas 	

2.3. Población y muestra:

- Población:

Según Pineda (1994) la población es el conjunto de objetos o personas de los que se desea averiguar algo en una investigación o estudio. La siguiente investigación tuvo como población alrededor de 70 colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.; estos nunca han fueron expuestos a un programa de autoeficacia y oscilan entre los 20 y 50 años.

- Muestra:

La muestra es definida por Tamayo (2003) como una herramienta que determina una problemática, debido a que crea los datos con los cuales se establecen los errores de ésta, además señala que es el conjunto de personas que se extrae de la población para la investigación de un fenómeno estadístico.

Esta investigación tuvo como muestra 30 colaboradores, 15 en el grupo experimental y 15 en el grupo control de la empresa Sinelcon Perú S.A.C conformada por personas de ambos géneros y elegidos al azar como se precisará en el muestreo.

- Muestreo:

El muestreo según Mata (1997) consiste en un conjunto o serie de reglas, criterios y procedimientos para seleccionar un grupo de elementos de una población que representará lo que sucede en toda esa población.

El muestreo será probabilístico aleatorio simple, eso quiere decir que el investigador hará un sorteo incluyendo a todos los colaboradores de la muestra, para definir los 15 a conformar el grupo experimental y los 15 del grupo control, teniendo en cuenta la homogeneidad entre los niveles jerárquicos, de esta forma todos los que conforman la población tienen la probabilidad de formar parte de la muestra.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

- Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo:

El instrumento a utilizar es la Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo fue creada por Wilmar Schaufeli y Arnold Bakker en el 2003; en un principio estaba constituida por 24 ítems, pero luego de evaluarla psicométricamente se encontró inconsistencia en 7 de

estos, por lo que se redujeron a 17, 6 de vigor, 5 de dedicación y 6 de absorción. Actualmente se conocen tres versiones de esta escala: UWES-9, UWES-15 y UWES-17. Su aplicación se dirige al ámbito laboral.

En esta investigación se dará uso a la versión UWES-17, la cual está conformada por 17 ítems que miden la variable engagement de forma unifactorial, es decir al engagement en sí, y también la miden de forma trifactorial, esto es porque también mide las tres dimensiones del engagement: vigor cuenta con 6 ítems, dedicación con 5 y absorción con 6 ítems para su correspondiente medición. (ANEXO N°1)

Se puede afirmar que estas tres dimensiones se encuentran significativamente relacionadas ya que el instrumento posee una correlación interna de 0.65, la correlación entre variables es de .80 y .90, además que la consistencia interna de los valores de alfa de Cronbach es entre los .80 y .90.

Normas de aplicación:

Su administración puede ser individual y colectiva, el llenado es manual utilizando solo el manual del cuestionario, mediante la escala tipo Likert de 6 alternativas como son: Casi nunca, Algunas veces, Regularmente, Bastantes veces, Casi siempre y Nunca.

Su tiempo de llenado oscila entre los 5 y 10 minutos, y el puntaje promedio se obtiene sumando los puntajes de cada escala individual y dividiendo su resultado con el número de ítems de la subescala correspondiente. Es decir, que tendremos tres puntajes parciales y un puntaje total que va desde los 0 a 6 puntos.

Validez y confiabilidad:

La validez del cuestionario en un inicio fue medida a través el análisis factorial confirmatorio, obteniendo valores mayores de .65. La correlación entre sus variables (vigor, dedicación y absorción) dio valores que oscilan entre los .80 y .90. Esto demuestra que el modelo tridimensional es superior al unifactorial. Además, fue evaluada mediante validez de criterio con la aplicación de instrumentos referidos a la medición del Burnout, obteniendo una correlación negativa entre ambos.

La confiabilidad fue afirmada mediante la consistencia interna Alfa de Cronbach la cual arrojó valores de .80 y .93 que superan el valor medio de .70.

En Piura fue validada por Silva en el 2017, con un total de 85 colaboradores de una empresa agroexportadora. Se realizó la validez interna Ítems test con cinco jueves y luego fue aplicada. También se utilizó la validez de contenido a través de criterio de expertos. Estos resultados arrojaron una correlación ítem-total positiva baja y significativa.

La confiabilidad interna se analizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, obteniendo un índice general de 0.79. lo cual indica que la consistencia total de instrumento es aceptable.

Normas de calificación:

Y, por último, para establecer el nivel de engagement se utilizan cinco categorías: “Muy bajo”, “Bajo”, “Promedio”, “Alto” y “Muy alto”, y en el caso de la versión corta UWES-17 se pueden ubicar en el siguiente cuadro:

	Vigor	Dedicación	Absorción	Puntaje total
Muy Bajo	≤ 2.17	≤ 1.60	≤ 1.60	≤ 1.93
Bajo	2.18 – 3.20	1.61 – 3.00	1.61 – 2.75	1.94 – 3.06
Promedio	3.21 – 4.80	3.01 – 4.90	2.76 – 4.40	3.07 – 4.66
Alto	4.81 – 5.65	4.91 – 5.79	4.41 – 5.35	4.67 – 5.53
Muy alto	≥ 5.61	≥ 5.80	≥ 5.36	≥ 5.54
M	3.99	3.81	3.56	3.82
SD	1.11	1.31	1.18	1.10
SE	.01	.01	.01	.01
Rango	.00 – 6.00	.00 – 6.00	.00 – 6.00	.00 – 6.00

Dimensiones:

- Vigor: Se refiere a los altos niveles de energía y resiliencia, la voluntad, y persistencia frente a las adversidades. Los ítems que miden vigor son: 1, 4, 8, 12,15 y 17.
- Dedicación: Se refiere al sentido o significado del trabajo y al orgullo, implicancia y entusiasmo por las tareas realizadas que conllevan a una fuerte implicación. Los ítems que miden vigor son: 2, 5, 7, 10 y 13.
- Absorción: Se refiere a los altos niveles de concentración mediados por la satisfacción y felicidad que genera el trabajo, produciendo así una conexión significativa con éste. Los ítems que miden vigor son: 3, 6, 9, 11, 14 y 16.

- Programa de Autoeficacia:

Se iniciará el Programa con la aplicación de la Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo (UWES-17) al grupo experimental y al grupo control, para luego iniciar con el programa y una vez culminado éste se volverá a tomar la misma escala UWES-17 a ambos grupos para con ello correlacionar los resultados antes y después del programa y obtener la efectividad del mismo.

Se ejecutará un Programa de Autoeficacia titulado: “Cree en tus capacidades y alcanzarás el éxito”, el cual tendrá como objetivo principal “Potenciar las creencias de autoeficacia en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.”: y estará conformado por 10 sesiones correspondientes a las dimensiones: Experiencias de éxito, Experiencia vicaria, Persuasión verbal y Estados emocionales. Tendrá un enfoque teórico – práctico, que permita reconocer y potenciar aquellas creencias sobre las capacidades propias y organizacionales de manera creativa.

Se utilizará la herramienta cognitivo-conductual SPACK (situación-pensamiento-afecto-conducta), el “Espejo organizacional” y “Línea de vida”, entre otras, con el fin de analizar las situaciones o recursos, cómo afectan y de qué manera se puede actuar. De manera que se diagnostique, sensibilice y actúe sobre las creencias.

Cada sesión durará un promedio de 40 minutos y se realizará un día cada semana, todas se llevarán a cabo dentro de las instalaciones de la empresa y por el autor de la investigación.

El programa pretende evaluar el aprendizaje mediante evaluaciones orales y escritas antes y después de cada sesión, mediante cuestionarios simples que midan la efectividad de la sesión, así como del programa como tal. (ANEXO N°03)

2.5. Método de análisis de datos:

La presente investigación se iniciará con la medición de la variable Engagement mediante la Escala Utrecht de Engagement en el Trabajo (UWES-17), creada por Wilmar Schaufeli y Arnold Bakker en el 2003, con la aplicación pre test y post test de este cuestionario, se procesarán los datos en el Software SPSS versión 23 además de apoyarse del programa Excel 2010.

Los resultados se presentarán mediante tablas y gráficos para una mejor comprensión de la comparación antes y después del programa. Por último, para el análisis cuantitativo de los resultados se dará uso a la T de student.

2.6. Aspectos éticos:

La presente investigación tendrá en cuenta los criterios éticos como el consentimiento informado, el cual genera información básica a los participantes sobre el programa al que estarán expuestos, como el título, objetivos generales y específicos, cuáles son los beneficios a nivel personal y organizacional, el cual debe ser regresado al investigador a cargo, todo esto para generar aceptación y participación además de precisar que quien desee puede abandonar dicho programa.

Así mismo, se cultivará el principio de privacidad y confidencialidad, dejando claro que los resultados expuestos en el programa serán utilizados solo para fines inmersos en él. (ANEXO N°2).

III. RESULTADOS:

Tabla 01

Resultados de la comparación del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

NIVEL EXPERIMENTAL	GRUPO CONTROL		GRUPO	
	N	%	N	%
MUY BAJO	0	0	0	0
BAJO	14	93.33%	15	100%
PROMEDIO	1	6.67%	0	0
ALTO	0	0	0	0
MUY ALTO	0	0	0	0
TOTAL	15	100%	15	100%

Nota: Aplicado a 30 colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

En la tabla 01 se muestran los resultados del nivel general de Engagement, entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación del programa de autoeficacia, se puede observar que entre ambos grupos la diferencia es mínima, en el grupo control de los 15 colaboradores, 1 sacó puntaje promedio y 14 bajo; y en el grupo experimental todos obtuvieron puntaje bajo.

Tabla 02

Resultados de las dimensiones de engagement entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

DIMENSIÓN	GRUPO CONTROL		GRUPO EXPERIMENTAL		
	N	%	N	%	
VIGOR					
MUY BAJO	0	0	3	20%	
BAJO	15	100%	11	73.33%	
PROMEDIO	0	0	1	6.67%	
ALTO	0	0	0	0	
MUY ALTO	0	0	0	0	
DEDICACIÓN					
MUY BAJO	0	0	0	0	
BAJO	13	86.67%	15	100%	
PROMEDIO	2	13.33%	0	0	
ALTO	0	0	0	0	
MUY ALTO	0	0	0	0	
ABSORCIÓN					
MUY BAJO	0	0	0	0	
BAJO	8	53.33%	10	66.67%	
PROMEDIO	7	46.67%	5	33.33%	
ALTO	0	0	0	0	
MUY ALTO	0	0	0	0	
TOTAL		15	100%	15	100%

Nota: Aplicado a 30 colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

En la tabla 02 se muestran los resultados de las dimensiones de Engagement antes de la aplicación del programa, se puede apreciar que la dimensión vigor y dedicación se encuentran en su mayoría en un nivel bajo y la dimensión absorción tiene casi la mitad de los trabajadores en un nivel bajo y la otra en promedio, lo que refiere que los colaboradores poseen una concentración normal en sus puestos de trabajo antes de iniciada la intervención.

Tabla 03

Resultados de la comparación del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

NIVEL EXPERIMENTAL	GRUPO CONTROL		GRUPO	
	N	%	N	%
MUY BAJO	0	0	0	0
BAJO	15	100%	8	53.33%
PROMEDIO	0	0	7	46.67%
ALTO	0	0	0	0
MUY ALTO	0	0	0	0
TOTAL	15	100%	15	100%

Nota: Aplicado a 30 colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

En la tabla 03 se muestran los resultados de los niveles generales de Engagement, entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación del programa de autoeficacia, se puede observar una mejora considerable ya que el grupo experimental aumentó casi en un 50% de un nivel bajo al promedio, lo cual evidencia la efectividad del programa de Autoeficacia.

Tabla 04

Resultados de las dimensiones de engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

DIMENSIÓN	GRUPO CONTROL		GRUPO EXPERIMENTAL	
	N	%	N	%
VIGOR				
MUY BAJO	0	0	1	6.67%
BAJO	10	66.67%	7	46.67%
PROMEDIO	5	33.33%	7	46.67%
ALTO	0	0	0	0
MUY ALTO	0	0	0	0
DEDICACIÓN				
MUY BAJO	0	0	0	0
BAJO	6	40%	6	40%
PROMEDIO	9	60%	9	60%
ALTO	0	0	0	0
MUY ALTO	0	0	0	0
ABSORCIÓN				
MUY BAJO	0	0	0	0
BAJO	3	20%	4	26.67%
PROMEDIO	12	80%	11	73.33%
ALTO	0	0	0	0
MUY ALTO	0	0	0	0
TOTAL	15	100%	15	100%

Nota: Aplicado a 30 colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

En la tabla 04 se muestran los resultados de las dimensiones de Engagement después de la aplicación del programa, se puede apreciar que en las tres dimensiones habido una mejora en el grupo control y el experimental, pero en este último la mejora es mayor. Es probable que este aumento del grupo control se haya dado debido a que los colaboradores recibieron compensaciones de tipo monetario y físico debido a diversos factores relacionados con las fechas cercanas y el cierre de año.

Tabla 05

Resultados la influencia significativa antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. entre el grupo control y el grupo experimental.

Estadísticos de grupo					
	Grupo de estudio	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Pretest	Control	15	45,47	4,612	1,046
	Experimental	15	45,47	4,051	1,191

Nota: Aplicado a 15 colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

Prueba de muestras independientes						
		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias		
		F	Sig.	T	gl	Sig. (bilateral)
Pretest	Se han asumido varianzas iguales	,004	,949	,000	28 27,54 2	1,000

Nota: gl: grados de libertad

Sig.: Significancia

En la tabla 05 podemos observar que al aplicar la prueba estadística se obtiene una significancia de 1,000 que indica que no es altamente significativa, es decir que tanto en el grupo control como en el experimental no han existido cambios antes de la aplicación del Programa de Autoeficacia.

Tabla 06

Resultados la influencia significativa después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. entre el grupo control y el grupo experimental.

Estadísticos de grupo					
	Grupo de estudio	N	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media
Postest	Control	15	47,67	3,352	,866
	Experimental	15	56,93	2,282	,589

Nota: Aplicado a 15 colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

Prueba de muestras independientes						
		Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias		
		F	Sig.	T	gl	Sig. (bilateral)
Postest	Se han asumido varianzas iguales	2,662	,114	8,846	28 27,68 4	0,000

Nota: gl: grados de libertad

Sig.: Significancia

En la tabla 06 podemos observar que al aplicar la prueba estadística se obtiene una significancia de 0,000 lo cual indica que si existen diferencias significativas, es decir que hubo un efecto positivo en los participantes del grupo experimental después de la aplicación del programa.

Tabla 07

Resultados de la influencia significativa del engagement en el trabajo antes y después de la aplicación del programa de autoeficacia en el grupo control.

Estadísticos de muestras relacionadas

		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	PRE TEST CONTROL	45,47	15	4,612	1,191
	POST TEST CONTROL	47,67	15	3,352	,866

Nota: Aplicado a 15 colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

Prueba de muestras relacionadas

		Diferencias relacionadas	T	Gl	Sig. (bilateral)
		95% Intervalo de confianza para la diferencia			
		Superior			
Par 1	PRE-TEST CONTROL - POST TEST CONTROL	-,212	-2,234	14	,032

Nota: gl: grados de libertad

Sig.: Significancia

En la tabla 07 al contrastar al grupo control con relación a las pruebas antes y después de la aplicación del Programa de Autoeficacia, se encontró que si existen diferencias significativas (0,32) en ambos momentos, exponiendo así que existieron cambios y mejoras aún con la ausencia del programa, esto se debe a múltiples factores otorgados a los trabajadores que de alguna forma u otra mejoraron su compromiso con la organización.

Tabla 08

Resultados de la influencia significativa del engagement en el trabajo antes y después de la aplicación del programa de autoeficacia en el grupo experimental.

Estadísticos de muestras relacionadas

		Media	N	Desviación típ.	Error típ. de la media
Par 1	PRE TEST EXPERIMENTAL	45,47	15	4,051	1,046
	POST TEST EXPERIMENTAL	56,93	15	2,282	,589

Nota: Aplicado a 15 colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C.

Prueba de muestras relacionadas

		Diferencias relacionadas	T	Gl	Sig. (bilateral)
		95% Intervalo de confianza para la diferencia			
		Superior			
Par 1	PRE-TEST CONTROL - POST TEST CONTROL	-8,560	-8,461	14	,000

Nota: gl: grados de libertad

Sig.: Significancia

En la tabla 08 al contrastar al grupo experimental con relación a las pruebas antes y después de la aplicación del Programa de Autoeficacia, se encontró que si existen diferencias significativas (,000) en ambos momentos, exponiendo así que si existieron cambios y mejoras debido a la aplicación del programa.

IV. DISCUSIÓN:

La presente investigación titulada “Efectividad de un Programa de Autoeficacia para mejorar el engagement en los colaboradores de la empresa SINELCON PERÚ S.A.C., Piura, 2018” tiene como objetivo principal determinar los efectos significativos de la aplicación de este.

La autoeficacia entendida como el conjunto de creencias que tenemos sobre nuestras propias capacidades, no importa la capacidad en si sino la convicción que tenemos de ella y como desarrollarla para lograr nuestros objetivos. Comprende la parte interna del ser humano de la Teoría de los Recursos Laborales, siendo este un recurso personal, esta teoría es vital para tratar el Engagement en el trabajo, este último término es relativamente nuevo, pero está dando óptimos resultados mejorando el estado físico, emocional e intelectual del trabajador en la organización. Según Bandura (1997), esta variable si bien es interna, tiene una influencia colectiva ya que puede ser percibida por los demás y genera un efecto multiplicador. Esto se puede sustentar en el estudio hecho por Raigosa D. en el 2010, el cual realizó una propuesta para reducir el burnout y mejorar el engagement mediante la formación de creencias de autoeficacia, que los ayuden a generar recursos para afrontar las demandas laborales diarias. Por tal motivo es que se creó este Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en la empresa SINELCON PERÚ SAC, para trabajar sobre aquellas variables de la autoeficacia basadas en la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura como las experiencias de éxito que se refieren a las experiencias exitosas experimentadas por la persona que aumentan su confianza al centrarse en objetivos ya alcanzados, experiencia vicaria entendida como la experiencia aprendida a través de otros mediante la observación, la persuasión verbal que se refiere a la confianza creada por la personal a través de la influencia social como la retroalimentación y los estados emocionales que significa saber manejar nuestras emociones ante situaciones complicadas en el trabajo, siendo siempre positivos y motivadores.

Comenzando con los resultados, el primer objetivo es conocer la comparación del promedio del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement, los

resultados muestran que entre ambos grupos la diferencia es mínima, lo que significa que tanto el grupo control como el experimental se encuentran en un mismo punto de partida, sin el conocimiento de haber pasado por un programa de este tipo que los ayudará a tener un mejor estado de energía y vitalidad dentro del puesto de trabajo, a mejorar su nivel de dedicación, implicancia y entusiasmo, los cuales son buenos para la organización ya que hacen que el empleado se sienta más comprometido y por último beneficia la concentración mediante la satisfacción y felicidad experimentada en el trabajo, ubicándose en su mayoría en un nivel bajo, esto niega la hipótesis de investigación ya que no existe una comparación significativa, según Merrian Webster el engagement es “una implicación o compromiso emocional”, por lo que concluimos diciendo que los colaboradores no se sienten un estado mental positivo, de vigor, dedicación y absorción antes de iniciar el programa de autoeficacia.

El segundo objetivo era conocer los resultados de las dimensiones del engagement antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia, los resultados obtenidos muestran que la dimensión vigor y dedicación se encuentran en su mayoría en un nivel bajo y la dimensión absorción tiene casi la mitad de los trabajadores en un nivel bajo y la otra en promedio, lo que demuestra que los colaboradores poseen una concentración normal en sus puestos de trabajo antes de iniciada la intervención. Esto niega la hipótesis de investigación, según Salanova y Schaufeli en el 2009 el engagement está conformado por tres dimensiones: vigor, dedicación y absorción, que equivalen al nivel de energía, emocional y cognitivo correspondientemente. La importancia de conocer los niveles de las dimensiones antes de la aplicación del programa es saber el estado en que se encuentran los participantes antes de la aplicación del programa.

El tercer objetivo es conocer la comparación del promedio del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement, los resultados arrojaron una respuesta positiva con respecto a la aplicación del programa ya que el grupo experimental aumentó casi en un 50% de un nivel bajo al promedio, con esto se afirma la hipótesis de investigación, según Raigosa D., Marín B. en el 2010, la formación de creencias de autoeficacia ayuda a los colaboradores a que desarrollen recursos que los ayuden a afrontar las demandas laborales diarias, evitando la rotación, baja motivación y enfermedades ocupacionales, etc. Esto significa que los trabajadores de la empresa

Sinelcon Perú SAC que participaron del proceso han reforzado sus creencias de autoeficacia y ahora se sienten más convencidos de sus capacidades para lograr sus objetivos dentro de sus puestos de trabajo.

El cuarto objetivo es conocer dimensiones de engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement, se obtuvo que en las tres dimensiones habido una mejora en el grupo control y el experimental, pero en este último la mejora es mayor; el grupo control mejoró al igual que el experimental pero no en la misma magnitud, las razones de este atípico resultado se puede deber a que el grupo control en el cierre del año recibe compensación de tipo monetario y físico debido al régimen que cuentan y a las fechas por celebrar (gratificación, entrega de canastas, almuerzo de confraternidad, renovación de contrato), o a que la forma de elección de ambos grupos fue al azar. Esto afirma la hipótesis de investigación ya que si existe una mejora significativa de las dimensiones después de aplicado el programa, según Sarmiento M., Iroz M., Lopez D., Mirón S. en el 2013, existe una relación directa e inversa entre el engagement y las creencias de autoeficacia, esto se refiere a que el efecto si fue positivo para el grupo experimental, con el programa se pudo reforzar el nivel de energía, entusiasmo, orgullo, dedicación y concentración lo que trae mejoras en la productividad de la organización.

El quinto objetivo es determinar la influencia significativa antes de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C. entre el grupo control y el grupo experimental, los resultados arrojaron una significancia de 1,000 que indica que no es altamente significativa es decir que tanto en el grupo control como en el experimental no han existido cambios antes de la aplicación del Programa de Autoeficacia, este resultado niega la hipótesis de investigación y afirma la hipótesis nula. Este resultado es importante ya que ambos grupos no refieren mejora debido a que no han sido expuestos al programa de autoeficacia que según Rodríguez H. en el 2016 es beneficioso ya que la vinculación laboral se correlaciona positivamente con la Autoeficacia, esto ayuda a que los empleados se sienten más confiados y comprometidos íntegramente con su empresa.

El sexto objetivo es determinar la influencia significativa después de la aplicación de un Programa de Autoeficacia para mejorar el Engagement en los colaboradores entre el

grupo control y el grupo experimental, se obtuvo una significancia de 0,000 lo cual indica que, si existen diferencias significativas, es decir que hubo un efecto positivo en los participantes del grupo experimental después de la aplicación del programa. Esto afirma la hipótesis de investigación; un estudio de Espinoza J. en el 2017 intentó determinar si el engagement y sus factores de vigor, dedicación y absorción tienen un efecto directo sobre la productividad de los trabajadores, su resultado fue una influencia positiva sobre el desempeño y la productividad de los colaboradores es decir que los participantes se sienten más involucrados, inspirados y orgullosos de su organización, esto pudo ser observado durante el proceso ya que se notó un avance en su compromiso y esfuerzo por alcanzar los objetivos dentro de sus puestos de trabajo además de notar que el grupo experimental se sintió más concentrado e inmerso en sus funciones lo que les ayuda a realizar sus tareas de manera más rápida y efectiva.

El séptimo objetivo intenta determinar la influencia significativa de engagement en el trabajo antes y después de la aplicación del programa de autoeficacia en el grupo control, se encontró que si existen diferencias significativas (0,32) en ambos momentos, exponiendo así que existieron cambios y mejoras aún con la ausencia del programa, esto se debe a múltiples factores otorgados a los trabajadores que de alguna forma u otra mejoraron su compromiso con la organización, esto como ya se ha explicado se debe a variables externas presentadas durante el proceso que influenciaron en la motivación de los trabajadores, como que se escogieron los participantes al azar, también que durante la aplicación algunos participantes faltaron a algunas sesiones, otros abandonaron la empresa por múltiples razones y fueron reemplazados por otras personas del mismo puesto en el trabajo.

En relación al último objetivo, se pretende determinar la influencia significativa del engagement en el trabajo antes y después de la aplicación del programa de autoeficacia en el grupo experimental, se encontró que si existen diferencias significativas (,000) en ambos momentos, exponiendo así que si existieron cambios y mejoras debido a la aplicación del programa con esto se comprueba la hipótesis de investigación y la existencia de influencia significativa ($T = -5,346$ y Sig. Bilateral = ,000) lo que demuestra que los participantes lograron asimilar el programa mejorando así las creencias sobre sus propias capacidades que los llevarán a organizar y ejecutar los recursos requeridos para lograr sus objetivos, esto se pudo evidenciar de manera verbal y observacional en cada sesión aplicada, como se indicó antes la variación no fue grande debido a variables

externas pero se obtuvo un mejora a pesar de ello. Este último resultado se puede respaldar en la investigación hecha por Lagos S. en el 2016, el cual elaboró un diseño de intervención para mejorar el work engagement en los empleados de una tienda de Retail, la cual se basaba en el modelo de Demandas y Recursos Laborales de Demerouti, los resultados obtenidos fueron favorables para el grupo experimental el cual demostró mejoras después de la aplicación de la intervención.

V. CONCLUSIONES:

- La aplicación del Programa de Autoeficacia si influye significativamente en el Engagement en el trabajo de los colaboradores de la empresa SINELCON PERÚ SAC.
- No existen una influencia significativa del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental antes de la aplicación de un programa de Autoeficacia.
- Las dimensiones de vigor, dedicación y absorción se encuentran en su mayoría en un nivel bajo antes de la aplicación de un programa de Autoeficacia.
- Existen una influencia significativa del nivel de engagement entre el grupo control y el grupo experimental después de aplicado el programa de Autoeficacia.
- Las dimensiones de vigor, dedicación y absorción mejoraron de un nivel bajo a promedio después de la aplicación de un programa de Autoeficacia.
- No se evidencian cambios significativos en el Engagement de los colaboradores de SINELCON PERÚ SAC antes de la aplicación del Programa de Autoeficacia tanto en el grupo control como experimental.
- Se evidencian cambios significativos en el Engagement de los colaboradores de SINELCON PERÚ SAC después de la aplicación del Programa de Autoeficacia tanto en el grupo control como experimental.
- Se evidencian cambios significativos antes y después de la aplicación de las pruebas en el grupo control, esto debido a variables extrañas presentadas durante la aplicación del programa.
- Se evidencia que si existen diferencias significativas en el grupo experimental con respecto a la aplicación de antes y después del Programa de Autoeficacia a comparación del grupo control en colaboradores de la empresa SINELCON PERÚ SAC.

VI. RECOMENDACIONES:

- Se recomienda integrar este programa en el Plan de Bienestar Anual de la organización, ya que como hemos visto ayuda a mejorar las habilidades a nivel de energía, entusiasmo y concentración dentro del puesto de trabajo, lo cual sería beneficioso no solo en el aspecto individual sino en la productividad en la empresa.
- Se recomienda trabajar en el factor Vigor, debido a que se obtuvo como resultado una categoría Baja, lo que demuestra que los trabajadores tienen poca voluntad de dedicar esfuerzo a sus tareas diarias, esto es clave ya que por más habilidad y conocimiento que uno pueda tener en su rubro, sin voluntad es difícil hacerlo. Esto se puede trabajar con los primeros temas del programa, que se enfocan en reforzar las experiencias de éxito tanto individuales como organizacionales, además el vigor al ser una variable que se puede percibir mediante la observación, se puede medir de esta forma, valorando la energía y el entusiasmo que demuestran los trabajadores en el día a día.
- Con respecto a la aplicación del programa, se recomienda elegir de manera más óptima los grupos de trabajo y con ello evitar resultados atípicos como el aumento de la variable de estudio en el grupo control el cual no fue expuesto a la aplicación del programa, pero fue partícipe de variables externas que de alguna forma mejoraron su nivel de Engagement.

VII. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS:

- **Recursos y presupuesto:**

• **Recursos Humanos:**

Asesor temático100.00

Interna de Psicología

7.1.1. Recursos Materiales

Movilidad.....100.00

Material de escritorio.....100.00

Copias.....100.00

Impresiones.....100.00

Anillado 50.00

Empastado200.00

• **Financiamiento:**

El proyecto será financiado en su totalidad por la investigadora.

Cronograma de ejecución:

Actividades	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6	Sem 7	Sem 8	Sem 9	Sem 10	Sem 11	Sem 12	Sem 13	Sem 14	Sem 15
1. Reunión de coordinación															
2. Determinación de los Proyectos de investigación															
3. Planteamiento y Formulación del problema															
4. Justificación															
5. Antecedentes y objetivos de la investigación															
6. Marco Teórico															
7. Metodología de Investigación: Tipo y diseño de investigación. Hipótesis. Definición y operacionalización de las variables.															
8. Población, Muestra y Muestreo															
9. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. Validación en campo de los instrumentos.															
10. Aspectos Administrativos															
11. Presentación del Proyecto de Tesis (Informe completo preliminar)															
12. Revisión del Proyecto de Tesis															
13. Estudiante corrige															
14. Sustentación del Proyecto de Tesis															

REFERENCIAS:

- Adrianzén S. (2017). *Engagement y Satisfacción Laboral en agentes de Empresas de Seguridad y Vigilancia Privada, en la ciudad de Piura*. Tesis de Licenciatura. Universidad César Vallejo. Piura, Perú.
- Bandura, A. (1994). La autoeficacia. En *Enciclopedia de la conducta humana* (págs. 71-81). San Diego: VS Ramachaudram. Extraído el 15 de Junio del 2018 de: <https://es.scribd.com/doc/142285646/Autoeficacia-bandura>
- Bobadilla M., Callata C., Caro A. (2015). *Engagement Laboral y Cultura Organizacional: el rol de la Orientación Cultural en una empresa global*. Tesis de Magister. Universidad del Pacífico. Lima, Perú.
- Camacho D., Torres H. (2014). *Programa para aumentar el Engagement en las empresas floricultoras*. Tesis de Bachiller. Universidad Católica de Colombia.
- Cancelado D., Giraldo L., Sanabria H. (2015). *Diseño de un programa de Engagement*. Curso Consultoría Del Talento Humano. Universidad Católica de Colombia.
- Cárderas T., Jaik A. (2014). *Engagement: Ilusión por el trabajo*. México. Red Durango de Investigadores Educadores A.C.
- Córdoba, N. (2005). *Niveles de Engagement en los colaboradores de una industria de detergentes ubicada en Escuintla*. Tesis de Licenciatura. Universidad Rafael Landívar. Guatemala.
- Cuevas, F. (2011). *Evaluación de Engagement en empleados de una empresa comercial*. Tesis de Maestría. Universidad Autónoma de Nuevo León. Monterrey, México.
- Cruz, A. (2018). *El efecto employee engagement a partir del nuevo modelo de gestión de contenidos basados en Storytelling en la campaña “Yo trabajo seguro” de Agroindustrias San Jacinto - Ancash*. Tesis de Licenciatura. Piura, Perú.
- Espinoza J. (2017). *El engagement laboral y su impacto en la productividad en una empresa de servicios*. Tesis de Maestría. Universidad Privada de Ciencias Aplicadas. Lima, Perú.

- Hernández H. (2017). *Compromiso organizacional y engagement en trabajadores del área administrativa de una empresa call center del Callao*. Tesis de Bachiller. Universidad César Vallejo. Lima, Perú.
- Hernández L., Arlene O. (2016). “*Autoeficacia y Work Engagement en trabajadores de diferentes ocupaciones asistenciales*”. Artículo de Revista. Revista Cubana de Salud y Trabajo. Cuba.
- Grau R., Salanova M., Peiró J. (2012). *Efectos moduladores de autoeficacia en el estrés laboral*. Colegio oficial de Psicología de Andalucía Occidental. España. Extraído el 30 de Julio del 2018 de: <http://www.apuntesdepsicologia.es/index.php/revi%20sta/article/viewFile/414/334>
- Lagos S. (2016). *Diseño de una intervención para mejorar el work engagement en empleados de una tienda de Retail y su impacto en el desempeño a nivel organizacional*. Tesis de Magíster. Universidad de Concepción, Chile.
- Meadows, M. (2017). *Confianza: como superar tus creencias limitantes y alcanzar tus metas*. Createspace Independent Pub.
- Quijano S., Navarro J. (2012). *La autoeficacia y la motivación en el trabajo*. Universidad de Barcelona, España. Extraído el 20 de Junio del 2018 de: <http://www.apuntesdepsicologia.es/index.php/revista/article/view/416>
- Quinteros A., Bravo S., Gallardo I. (2016). “*El engagement como mediador entre la autoeficacia general y la iniciativa personal en una muestra de emprendedores*”. Tesis de Bachiller. Universidad de Talca en Chile.
- Raigosa D., Marín B. (2010). *Formación en creencias de autoeficacia. Una propuesta para reducir el burnout y optimizar los niveles de engagement en los empleados*. Artículo de revista. Universidad Católica Popular de Risaralda, Medellín, Colombia.
- Rodríguez H. (2016). *Vinculación Laboral y su relación con autoeficacia y bienestar en personal de salud de un hospital psiquiátrico*. Tesis de licenciatura. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.

- Salanova, M., y Schaufeli, W. (2009). *El Engagement en el Trabajo: Cuando el trabajo se convierte en pasión*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sarmiento M., Iroz M., Lopez D., Mirón S. (2013), “*Relación entre Engagement y las creencias de autoeficacia de los trabajadores*”. Universidad de Granada, España.
- Schaufeli W., Bakker A. (2003). *UTRECHT WORK ENGAGEMENT SCALE*. Extraído el 10 de Junio del 2018 de: https://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/Test%20Manuals/Test_manual_UWES_Espanol.pdf
- Silva A. (2017). *Engagement y Locus de Control en colaboradores de una empresa Agroexportadora*. Tesis de Licenciatura. Universidad César Vallejo. Piura, Perú.
- Zanenga, L. (2016). *Engagement organizacional, análisis desde una perspectiva de la Psicología Organizacional Positiva*. Tesis de Bachiller. Universidad de Palermo. Italia.
- Salanova M., Grau R., Martínez I. (2005). *Demandas laborales y conductas de afrontamiento: el rol modulador de la autoeficacia profesional*. Universidad Jaime I. Castellón, España. Extraído el 25 de Julio del 2018 de: <http://www.psicothema.com/psicothema.asp?id=3118>

ANEXOS

ANEXO 01: Escala Utrecht de Engagement en el trabajo [UWES – 17]

Adaptado por Cárdenas, 2016.

Edad:		Sexo:	Hombre	Mujer	Cargo ocupado:	
Área a la que pertenece:						

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

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

01. _____ En mi trabajo me siento lleno de energía.
02. _____ Mi trabajo está lleno de significado y propósito.
03. _____ El tiempo vuela cuando estoy trabajando.
04. _____ Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo.
05. _____ Estoy entusiasmado con mi trabajo.
06. _____ Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mí.
07. _____ Mi trabajo me inspira.
08. _____ Cuando me levanto por las mañanas tengo ganas de ir a trabajar.
09. _____ Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo.
10. _____ Estoy orgulloso del trabajo que hago.
11. _____ Estoy inmerso en mi trabajo.
12. _____ Puedo continuar trabajando durante largos períodos de tiempo.
13. _____ Mi trabajo es retador.
14. _____ Me “dejo llevar” por mi trabajo.
15. _____ Soy muy persistente en mi trabajo.
16. _____ Me es difícil ‘desconectarme’ de mi trabajo.
17. _____ Incluso cuando las cosas no van bien, continúo trabajando.

ANEXO 02: Carta de Consentimiento Informado

Yo, _____ identificado con DNI N° _____ afirmo que poseo el conocimiento voluntario de que formaré parte del trabajo de investigación: “EFECTIVIDAD DE UN PROGRAMA DE AUTOEFICACIA PARA MEJORAR EL ENGAGEMENT EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SINELCON PERÚ S.A.C., PIURA 2018”. Los resultados obtenidos en esta investigación serán para fines estrictamente de la misma y no se revelará mi identidad bajo ningún concepto.

Se respetará mi decisión de aceptar o no aceptar participar de dicha investigación, es decir que puedo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto anteriormente, señalo que:

- Conozco la información básica del programa y acepto participar en ella.
- Se respetarán mis principios de privacidad y confiabilidad.
- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme de la investigación cuando lo desee sin perjudicar mi persona.
- Mis resultados personales no serán informados bajo ninguna circunstancia.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

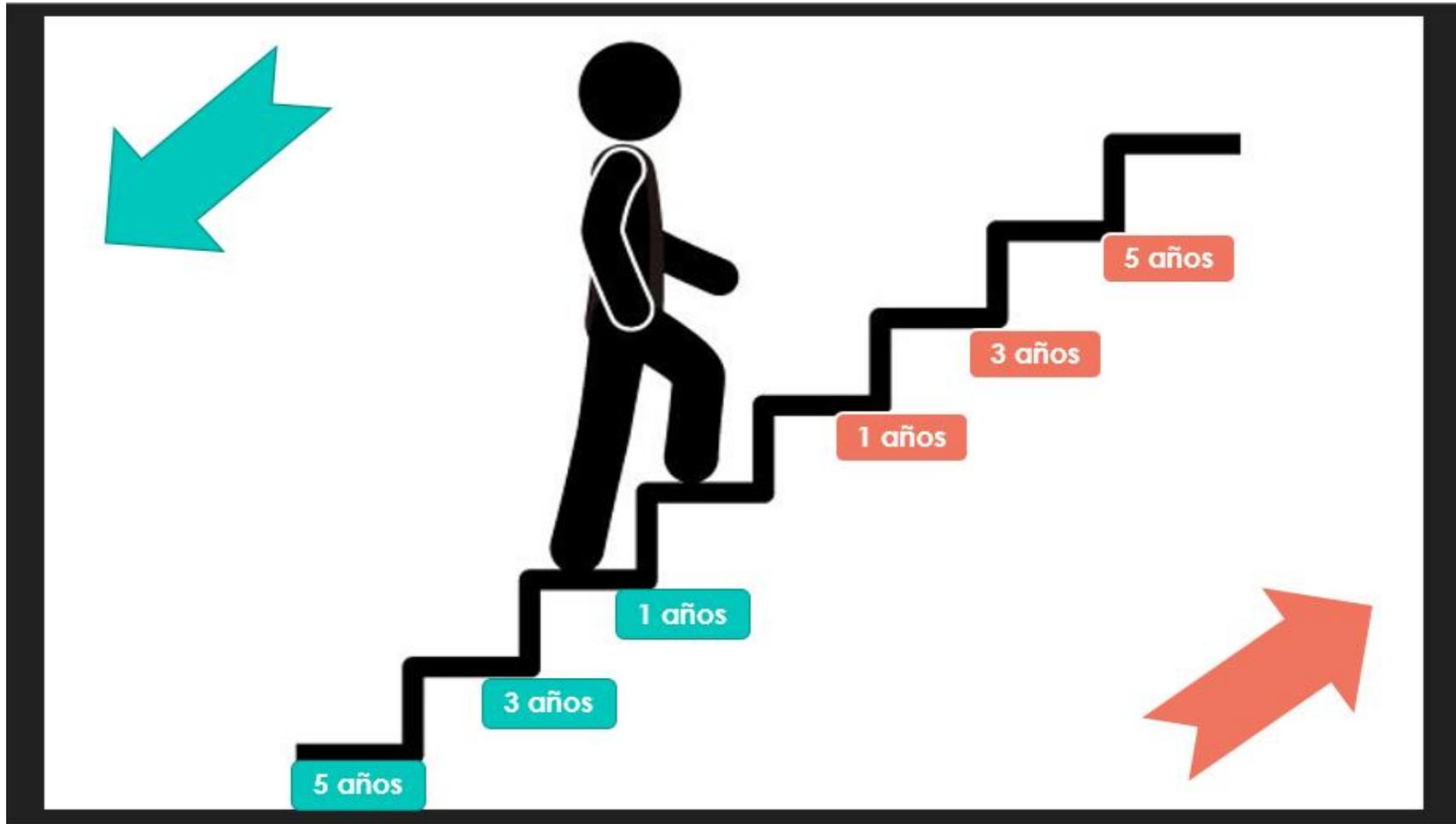
Piura, ____ de _____ del 2018

Firma del Participante
Alberca

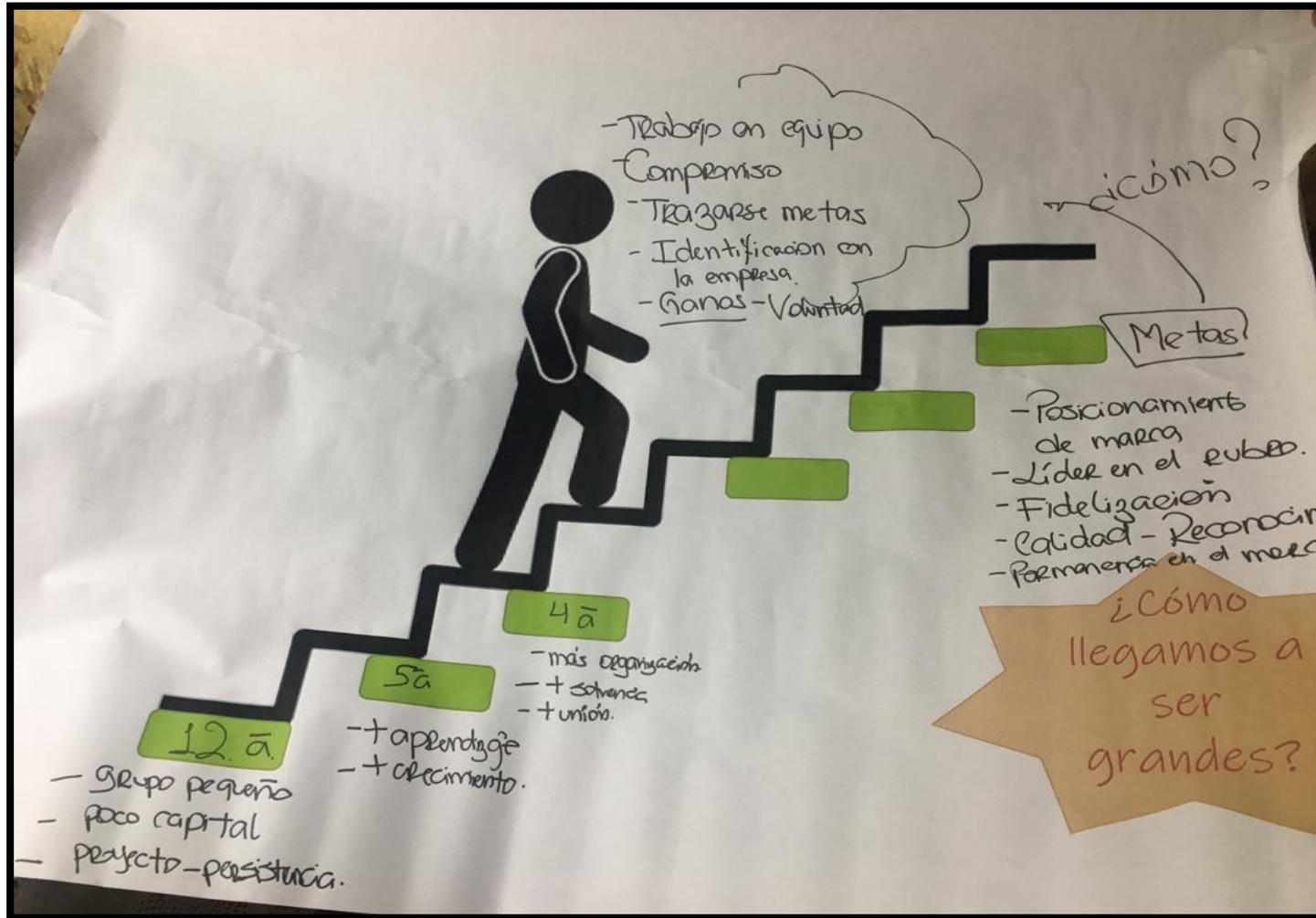
Angelly Yamunaqué

Investigadora

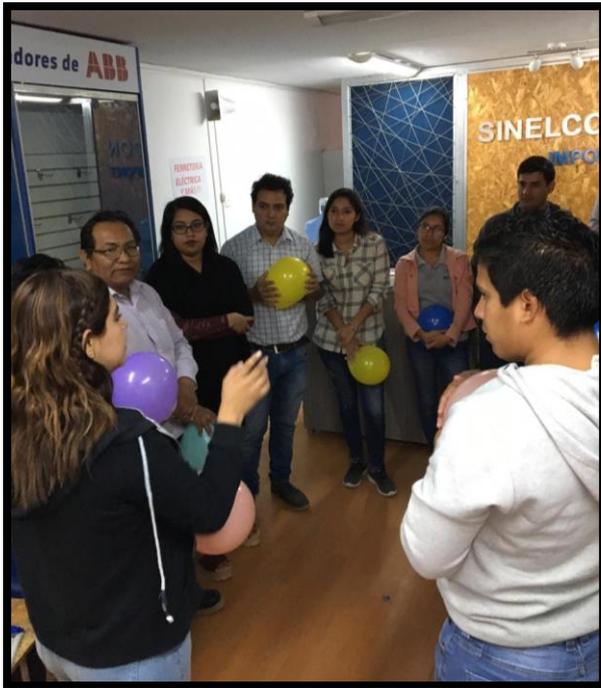
ANEXO 03: ESCALERA DEL ÉXITO



ANEXO 04: ESCALERA DEL ÉXITO ORGANIZACIONAL



ANEXO 05: EVIDENCIAS





ANEXO 06: PROGRAMA DE AUTOEFICACIA PARA MEJORAR EL ENGAGEMENT

Denominación: “Cree en tus capacidades y alcanzarás el éxito”

Objetivo general:

- Reformular las creencias sobre las capacidades de los colaboradores de la empresa SINECON PERÚ S.A.C. mediante la ejecución de un programa de autoeficacia.

Objetivos específicos:

- Evaluar el nivel de engagement en los colaboradores de la empresa SINELCON PERÚ SAC.
- Aumentar las expectativas de eficacia observando las propias experiencias de éxito Reconocer las creencias y recursos propios de los trabajadores que los llevaron a alcanzar una experiencia de éxito.
- Generar creencias positivas sobre uno mismo, identificando y valorando las virtudes propias y con ello aumentar nuestro potencial.
- Ampliar las posibilidades de desarrollo mediante el correcto establecimiento de metas. Identificar los recursos de las personas influyentes que potenciaron la creencia de autoeficacia en la vida de los trabajadores.
- Alinear las creencias personales con las experiencias de éxito y establecimiento de metas de la organización.
- Generar creencias de eficacia mediante la observación de modelos influyentes en la vida de los trabajadores, de modo que mediante la imitación puedan mejorar su conducta y así conseguir el éxito.
- Generar creencias de eficacia mediante la observación de historias de éxito para la organización.
- Otorgar estrategias de comunicación para sensibilizar a los trabajadores sobre la importancia de la sugestión verbal dentro de la organización.
- Dar a conocer los beneficios de la persuasión verbal mediante la práctica de una adecuada comunicación.

Fundamentación:

El término de autoeficacia nació gracias a Albert Bandura en 1986, cuyo trabajo llamado en un principio Teoría del Aprendizaje social, pero que luego adquirió variables cognitivas convirtiéndose en la conocida Teoría Cognitiva-social. La autoeficacia son las “creencias en las propias capacidades para organizar y ejecutar los cursos de acción requeridos que producirán determinados logros o resultados” (Bandura, 1997). La autoeficacia influye en el establecimiento de metas, puesto que las personas con alto nivel de autoeficacia al conseguir un objetivo se irán entablando más y con mayor grado de dificultad, con el fin de aprender y ser mejores. Además, Bandura precisa que lo importante es el proceso para conseguir la meta, es decir las creencias y capacidades desarrolladas en el camino más no la meta en sí.

Según este mismo autor, las creencias de autoeficacia determinan la elección de nuestras tareas, el esfuerzo que invertimos en ellas, y la perseverancia con la que las realizamos. (Bandura, 1989). Lo que afecta nuestra forma de sentirnos, pensar y comportarnos. La autoeficacia también se encuentra en el modelo de Demandas y Recursos Laborales de Demerouti (2001), el cual plantea que existen dos categorías en el trabajo, las demandas que es todo aquello que exige un esfuerzo sostenido dentro del puesto de trabajo y los recursos que funcionan como amortiguadores ante estas demandas. Pero al determinar que se trabaja con personas, el modelo se modificó añadiendo los Recursos Personales: Resiliencia, autoeficacia, autoestima y optimismo, es decir aquel factor intrínseco que generan las personas al trazarse metas o querer realizar tareas específicas. La importancia de trabajar en ellas es que aparte de lograr objetivos organizacionales, se consigue un desarrollo personal que en este caso el trabajador lo puede usar en otros ámbitos de su interés, volviéndolo autoeficaz en la vida.

Además, las expectativas de autoeficacia deben considerarse de manera específica para ciertos ámbitos de la vida, tareas o situaciones, ya que se puede tener alta autoeficacia para algún deporte pero baja para tocar algún instrumento. De acuerdo a ello se habla que existen dos tipos: la autoeficacia general y la autoeficacia específica. Esta última se puede presentar en el ámbito académico, familiar, médico, etc. La autoeficacia no puede verse como una cualidad del ser humano general ni único, sino como la creencia en las capacidades individuales que llevarán al desarrollo de tareas y con ello conseguir resultados exitosos. Esta autoeficacia se desarrolla mediante las experiencias de éxito, el aprendizaje vicario, la persuasión verbal o social y los estados emocionales.

- El primero, experiencia de éxito, expone que el individuo fortalece su confianza en base a éxitos pasados, es decir que mientras se van alcanzando objetivos, se trazan más pero con una mayor creencia de que se posee con las capacidades para lograrlos. Esta dimensiones de desarrolla con el establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo, desglosando metas en unas más pequeñas de forma que el proceso sea progresivo y al alcanzarlas se logra una meta aún mayor.
- El segundo se refiere al aprendizaje que es mediado por otras personas mediante la observación, estas influencias pueden ser familiares, amigos, jefes, etc. De manera que al observar el proceso que los llevó al éxito, identifiquen la importancia de las creencias de autoeficacia para conseguirlo.
- La persuasión verbal o social, se refiere al proceso en el que se genera confianza en las propias competencias mediante el aliento o retroalimentación sobre las tareas realizadas, lo que se conoce como feedback efectivo.
- Por último, los estados emocionales plantean la importancia de saber interpretar las emociones experimentadas tras un logro o un fracaso. Las personas con alto nivel de autoeficacia perciben el un obstáculo o fracaso como un manera de aprender y conseguir aquella meta de forma más satisfactoria, de manera que no caen en cuadros de estrés ni ansiedad.

Es por ellos, que se plantea realizar un Programa de Autoeficacia para mejorar el engagement, utilizando la teoría correspondiente, haciendo que cada uno identifique sus creencias, se plantee metas, las potencie, las alinee con la empresa, busque influencia social, reciba retroalimentación y sepa interpretar correctamente sus emociones, buscando con todo esto mejorar el involucramiento físico, cognitivo y emotivo de trabajador con su puesto en la organización.

PROGRAMA DE AUTOEFICACIA PARA MEJORAR EL ENGAGEMENT

“CREE EN TUS CAPACIDADES Y ALCANZARÁS EL ÉXITO”

SESIÓN	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
1° “Aplicación de pre test”	Bienvenida	Se da inicio a la sesión dando la Bienvenida a los colaboradores que participarán del programa, y otorgando los datos generales de éste.	Evaluar el nivel de engagement en los colaboradores de la empresa SINELCON PERÚ SAC.	Cuestionario de Engagement en el trabajo (UWES – 17)	10 min	Pre test Observación
	Dinámica de Inicio	Se ejecuta la primera dinámica de animación para romper el hielo entre los participantes se denomina “los animales”, consiste colocar a todos formando un círculo, se le entrega a cada uno dibujos de diferentes animales. El objetivo es que ellos se presenten imitando al animal que les tocó. De esta forma se logra que el grupo entre en confianza.			05 min	

	<p>Construcción del Conocimiento</p>	<p>Se iniciará el tema dando el concepto de ENGAGEMENT en el trabajo, la importancia y beneficios que trae a una organización y cuál es el propósito de medir esta variable.</p> <p>Luego se pasará a la aplicación colectiva a los 30 participantes de la muestra, la cual consta de otorgar el cuestionario de 17 ítems explicar brevemente la forma de llenado, se da un tiempo aproximado de 10 minutos para que los respondan y posterior a eso se entregan al evaluador.</p>		<p>Hojas bond Lápices</p>	<p>25 min</p>	
	<p>Retro alimentación</p>	<p>Se culmina la primera sesión agradeciendo a los participantes por el tiempo brindando y recalando que de acuerdo a los resultados del cuestionario, 15 formarán parte del grupo experimental y 15 del control.</p>		<p>Proyector Laptop</p>	<p>5 min</p>	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO	INSTRUMENTO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">- Conocimiento del concepto básico de Engagement y sus beneficios a la organización.- Reconocimiento del cuestionario de Engagement en el trabajo (UWES – 17)	Lista de cotejo
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de la predisposición e interés de cada participante para la posterior aplicación del programa.	

SESIÓN	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
2° “Cómo llegué a ser grande”	Bienvenida	Se da inicio a la sesión dando la Bienvenida a los colaboradores que participarán del programa, indicándoles los datos generales de éste, el concepto de Autoeficacia y de Engagement, los objetivos que se quieren lograr y las dimensiones que se trabajarán a lo largo del programa. Tomando en cuenta también los comentarios de los participantes sobre el tema a ejecutarse.	Aumentar las expectativas de eficacia observando las propias experiencias de éxito.	Proyector Laptop Diapositivas	10 min	Modelado pasivo
	Dinámica de Inicio	En esta sesión se realizará la dinámica “Los globos de sueños”, para ello los participantes deberán formar un círculo muy apretado y se le entregará un globo sin inflar a cada uno. Se les dará la indicación que piensen en un sueño que quisiera cumplir, ya sea terminar la universidad, realizar un post-grado, ascender, ser mamá, viajar, etc. Se pedirá a dos voluntarios que digan el sueño que pensaron.			05 min	

		<p>De modo que al tener en claro su sueño lo materialicen en el globo, luego se les pedirá que lo inflen con la fortaleza con la que desean alcanzar su sueño, pero no tan grande para evitar que reviente.</p> <p>Ahora se les pedirá que empiecen a tirar y jugar con su globo, pero sin dejar que éste salga del círculo. Una vez que empiecen hacerlo se darán cuenta que algunos globos saldrán, otros se van a reventar y solo unos pocos se quedarán dentro del círculo. Luego se le hará las siguientes preguntas a modo de reflexión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué similitud pueden apreciar del ejercicio con la vida real? - ¿Qué factores negativos hicieron que algunos globos salieran del círculo? - ¿Qué sintieron cuando su globo salió del círculo? 				
--	--	---	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> - ¿Quién tiró el globo de alguien más por salvar el suyo? - ¿Cómo se hubiera logrado que todos los globos permanezcan dentro del círculo? 				
	Construcción del Conocimiento	<p>Se introducirá el tema de la sesión, otorgando información sobre la primera dimensión “Experiencias de éxito”, explicando que las personas nos sentimos más capaces de realizar una acción cuando ya hemos tenido éxito en ella o en alguna otra parecida, aquello otorga una creencia positiva y confianza a nuestras capacidades, ya que el éxito repetido reduce la influencia del fracaso. Como ejercicio se le entregará a cada participante una hoja que contiene un dibujo de una escalera, en cada escalón tiene señalado años que van de mayor a menor tiempo según se sube la escalera. Se dará la indicación que esta “Escalera de la vida pasada” debe llenarse indicando los sueños o</p>		<p>Hojas bond Lápices</p>	<p>25 min</p>	

		<p>metas logrados hasta el presente, ya sean metas a nivel profesional, personal o laboral. La facilitadora la llenará de manera rápida en base a sus experiencias de éxito para que el grupo observe. Imaginándose a sí mismos en esas situaciones memorables con detalles específicos. (ANEXO 3).</p> <p>Una vez terminada esta escalera se harán una serie de preguntas que deberán contestar en 5 minutos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo me veo actualmente? - ¿Cómo me siento con las metas que he logrado hasta el momento? - ¿Qué deseo para mi futuro? - ¿Creo poder lograr mis metas futuras? <p>Luego que se hayan respondido esas preguntas en un tiempo de 5 minutos, se dará paso a que algunos voluntarios expliquen los éxitos alcanzados y como se sintieron realizando este ejercicio.</p>				
--	--	--	--	--	--	--

	Retro alimentación	Se dará fin a la sesión haciendo hincapié en la relevancia de las experiencias de dominio para aumentar las creencias de autoeficacia.		Proyector Laptop	5 min	
--	-------------------------------	--	--	---------------------	-------	--

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO	INSTRUMENTO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de los conceptos de Autoeficacia y Engagement. - Identificación de los recursos o conductas que son estimadas como medio para lograr resultados positivos. 	Lista de cotejo
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none"> -Aumentar las expectativas de eficacia, con la convicción de que uno puede desarrollar una conducta de éxito en el futuro observando los logros obtenidos. -Reconocimiento de capacidades personales. 	

SESIÓN	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
3° “Creo en mi”	Bienvenida	Se dará la bienvenida y agradecimiento por la asistencia de los participantes, haciendo lluvia de ideas sobre la lección tomada la primera sesión, en donde deberán indicar que aprendieron de ello y que beneficio les trajo.	Generar creencias positivas sobre uno mismo, identificando y valorando las virtudes propias y con ello aumentar nuestro potencial.	Proyector Laptop Diapositivas	05 min	Modelado pasivo
	Dinámica de Inicio	Se dará inicio a la dinámica titulada “las posturas”, la cual consiste en separar a los participantes en dos grupos, a un equipo se le dará la indicación que durante dos minutos tomen una postura de derrota, con los hombros caídos, la cara triste y la mirada perdida; y al otro grupo que tomen una postura de triunfo, con una gran sonrisa, el pecho y la cara en alto por el mismo tiempo. Al concluir los dos minutos se preguntará a			10 min	

		<p>cada equipo que pensaron y sintieron cuando estaban en la posición que les tocó.</p> <p>El objetivo es explicarles que si bien una postura no cambia del todo tu estado emocional, pero si crea pensamientos que pueden ser positivos o negativos hacia nosotros mismo y hacia las personas que nos rodean.</p>				
	<p>Construcción del Conocimiento</p>	<p>Esta sesión se inicia hablando de la importancia de creer en uno mismo, de confiar en nuestras capacidades, ya que ello aumenta nuestras expectativas de éxito. Para lo cual es importante valorar nuestras experiencias y generar conductas que reafirmen una imagen más positiva sobre nosotros mismos.</p> <p>A continuación, se hará un ejercicio denominado “mis virtudes”, el cual consisten en que los participantes deben pensar en 3 situaciones o momentos que les generen</p>		<p>Hojas bond Lápices</p>	<p>25 min</p>	

		<p>orgullo, la facilitadora hará el ejercicio en un inicio dando ejemplos como aprender a vivir solo desde joven, haber obtenido una beca en la universidad, un ascenso en el trabajo, etc. Para que, al haber entablado estas situaciones de orgullo, los participantes puedan reconocer las fortalezas o virtudes que nos caracterizan a cada uno y con ello aprender a valorarnos y generar una imagen más positiva de nosotros.</p>				
	<p>Retro alimentación</p>	<p>Para concluir se dará una serie de consejos para mejorar la confianza en uno mismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aceptar tus opiniones y pensamientos. -Actuar con honestidad, aumentando la afirmación de uno mismo en las relaciones sociales. -Proponerse metas, así sean simple en el día a día. -No tener miedo a los desafíos y tomarlos como una nueva experiencia. 		<p>Proyector Laptop</p>	<p>5 min</p>	

		<ul style="list-style-type: none"> -Identifica tus puntos fuertes. -Ayuda los demás. -Acepta tus miedos. -Ten paciencia. -Confía en ti mismo. 				
--	--	--	--	--	--	--

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO	INSTRUMENTO
CONOCIMIENTO	- Reconocimiento de estrategias para mejorar la creencia sobre ellos mismos.	Lista de cotejo
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none"> - Generar creencias positivas sobre ellos mismos. - Identificar las virtudes que los caracterizan y con ello mejorar la imagen que tienen de ellos. 	

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
4° “Fortaleciendo mi éxito”	Bienvenida	Se dará la bienvenida y agradecimiento por la asistencia de los participantes, comentando entre todos sobre cómo les favoreció la sesión anterior y sus expectativas para las siguientes.	Ampliar las posibilidades de desarrollo mediante el correcto establecimiento de metas.		5 min	Modelado en grupo
	Dinámica de Inicio	Se procederá a realizar la dinámica “Letras SINELCON”, la cual consiste en separar a los integrantes en dos equipos, se le entregará unos palitos que tienen en la punta una letra, unos formarán la palabra “SINELCON SAC” y otro “ELECTRICIDAD”, el objetivo es que cada equipo forme diferentes palabras a partir de las letras entregadas, el grupo que logre formar más gana.		Letras de palabra “SINELCON” y “ELECTRICIDAD”	10 min	
		Se dará inicio al tema de la sesión recordando la escalera de vida realizada en la primera sesión, indicando que si bien todos hemos alcanzado objetivos de distintos tipos a lo largo de la vida, esas solo son el impulso para		Hojas bond Lápices Línea de vida	20 min	

	<p align="center">Construcción del Conocimiento</p>	<p>alcanzar nuestras metas en el futuro. Esta vez se entregará una tercera hoja para colocarla en el cuadernillo, la cual contiene otra escalera, pero esta lleva de título “La escalera que me llevará al éxito”. La idea ahora es que los participantes señalen las metas que quieren cumplir en el futuro, a corto, mediano y largo plazo, indicando los años que se trazarán para cumplirlas, comprometiéndose a lograrlas utilizando los recursos identificados en la sesión anterior. Y señalando los beneficios que traerán para ellos mismo y las personas que los rodean. Para ello se utilizará el “Proceso de establecimiento y logro de metas” el cual contiene 7 partes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desafío realista 2. Sub metas 3. Precisión 4. Objetivos de ejecución de resultados 				
--	--	--	--	--	--	--

		<p>5. Registro por escrito y visualización</p> <p>6. Estrategia y planificación</p> <p>7. Criterios de evaluación</p> <p>Se explicará cada parte del proceso de modo que se fortalezca y mejore la forma en que los participantes establecieron sus metas.</p>				
	Retro alimentación	<p>Se finalizará la sesión indicando que para que el proceso se cumpla se necesita de tres cosas: una toma de conciencia, de modo que elijamos metas que no solo nos beneficie a nosotros sino a los que nos rodean, además el correcto establecimiento de metas y por último el feedback o reflexión durante la ejecución, aceptando que el proceso no siempre saldrá como lo esperamos por lo que debemos ser flexibles y aprender a conocer nuestras fortalezas y debilidades en el camino.</p>		<p>Proyector</p> <p>Laptop</p>	5 min	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO	INSTRUMENTO
CONOCIMIENTO	- Conocimiento del Proceso de establecimiento y logro de metas”	Lista de cotejo
ACTITUD	- Generar creencias positivas sobre ellos mismos mediante el establecimiento de metas en el futuro.	

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
5° “Mi éxito es el éxito de mi organización”	Bienvenida	Se dará la bienvenida y agradecimiento por la asistencia de los participantes, además se consultará si han hecho acciones para cumplir los objetivos que se trazaron en la sesión anterior.	Alinear las creencias personales con las experiencias de éxito y establecimiento de metas de la organización.		5 min	Modelado en grupo Modelado activo
	Dinámica de Inicio	Se realizará la dinámica “¿Cómo me ven mis compañeros?”, que consisten en entregar un papel con el nombre de un participante en la sala, se entregarán al azar sin que nadie reciba el papel con su mismo nombre. Luego se les dará la indicación de que lo abran y escriban tres cosas positivas y tres cosas negativas de la persona que les tocó en el papel, dejando claro que debe ser con respeto y con el objetivo de mejorar. Luego cada papel será entregado a su dueño para que todos puedan darse cuenta de cómo son percibidos tanto en el plano organizacional como personal.		Papeles Lapiceros	10 min	

		Se identificarán aquellas creencias que tienen los trabajadores sobre sí mismos, y sobre sus puestos en la empresa			
	Construcción del Conocimiento	<p>Se dará inicio a la sesión indicando que, así como se estableció en una sesión anterior una escalera de metas de cada participante, ahora se realizará en grupo una “Escalera de metas” de la organización.</p> <p>Para ello se llevará un dibujo de una escalera grande (ANEXO 4), de forma que en equipo escriban en primer lugar los logros conseguidos hasta el momento desde el año que se inició la empresa, reviviendo cada uno con anécdotas y lecciones que les dejó, luego de eso establecerán las metas que tienen pensado alcanzar en el futuro como equipo de trabajo. Utilizando las partes del Proceso de establecimiento y logro de metas vistos en las sesiones anteriores.</p>		ANEXO 4	20 min

		La idea es generar creencias positivas en el grupo al identificar los logros obtenidos en el pasado y con ellos establecer metas en el futuro y así alcanzar la visión y misión de la empresa.				
	Retro alimentación	<p>Se reflexionará sobre la diferencia o similitud entre las creencias que tenían ellos individualmente con los objetivos que desean alcanzar en el futuro como empresa.</p> <p>La idea en este punto es que luego de desarrollar creencias positivas sobre sus éxitos de forma individual puedan relacionarlos con sus creencias de manera organizacional.</p>			5 min	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO	INSTRUMENTO
CONOCIMIENTO	- Conocimiento del Proceso de establecimiento y logro de metas”	Lista de cotejo
ACTITUD	- Generar creencias positivas sobre ellos mismos mediante el establecimiento de metas en el futuro. -Reconocimiento de fortalezas del equipo de trabajo.	

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
6° “Si los otros pueden nosotros también”	Bienvenida	Se procederá a dar la bienvenida a los integrantes y hacer feedback sobre lo aprendido en la última sesión. Interrogando sobre sus avances a nivel personal y como eso ayudado a que se desarrollen como equipo.	Generar creencias de eficacia mediante la observación de modelos influyentes en la vida de los trabajadores, de modo que mediante la imitación puedan mejorar su conducta y así conseguir el éxito.	-	5 min	Modelado positivo Modelado simbólico
	Dinámica de Inicio	En esta sesión se hará la dinámica denominada “El tren del líder”, en donde los participantes deberán agruparse en dos equipos y de estos escoger a un líder. Este líder se pondrá en frente de su equipo, los cuales estarán ubicados en fila india con los ojos vendados. Una persona externa al equipo tendrá un papel con un papel que dice “meta”. La indicación que se les dará a ambos equipos es que deben alcanzar la meta (la cual se moverá constantemente) siendo guiados solo por la voz del líder. El equipo que llegue antes gana.			10 min	

	<p>Construcción del Conocimiento</p>	<p>Se dará inicio a la sesión con la proyección de imágenes de personas influyentes a nivel mundial de diferentes generaciones como: Madre Teresa de Calcuta, Gandhi, Steve Jobs, Mark Zuckerberg, entre otros. Luego de haberlos identificado se preguntará que saben sobre estos personajes y sus vidas. Se hará una lluvia de ideas en un papelote, anotando las características que comparten estos personajes a imitar y que los hicieron llegar al éxito. Por consiguiente, se pedirá a todos los participantes que piensen en una persona a la que ellos consideran influyente en sus vidas de manera personal o profesional y luego de tener en claro al personaje; respondan las siguientes preguntas que se les entregarán en una hoja: (ANEXO 4):</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuáles son las razones por las que elegiste a esa persona? 			<p>25 min</p>	
--	---	--	--	--	---------------	--

		<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué éxito consiguió él que quisieras alcanzar tú? - ¿Qué metas crees que se estableció en un inicio para conseguir el éxito? - ¿Cómo impactó en ti el éxito de esa persona? - ¿Crees que con tus capacidades puedes alcanzar lo que esa persona logró? - ¿Qué debes hacer entonces para alcanzar con el paso del tiempo lo que esa persona logró? 				
	Retro alimentación	<p>Se comentará en grupo sobre los personajes escogidos en el ejercicio anterior, haciendo hincapié sobre la importancia de tener personas influyentes en nuestras vidas y como estas nos ayudan a mejorar de manera inconsciente. El objetivo es identificar estas creencias de superación que los llevaron al reconocimiento y hacerlas suyas para lograr resultados iguales y mejores.</p>			5 min	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO	INSTRUMENTO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">-Importancia de la influencia social en el establecimiento y logro de metas.- Identificación de las metas o motivación de la persona influyente.	Lista de cotejo
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">- Generar creencias de eficacia mediante la observación de personas influyentes en sus vidas.-Imitación de un comportamiento o actitud positiva que ayudará en nuestro desarrollo.	

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
7° “Crecemos en equipo”	Bienvenida	Se procederá a dar la bienvenida a los integrantes y hacer feedback sobre lo aprendido en la última sesión. Interrogando sobre sus avances a nivel personal y como eso ayudado a que se desarrollen como equipo.	Generar creencias de eficacia mediante la observación de historias de éxito para la organización.	-	5 min	Modelado simbólico
	Dinámica de Inicio	Se proyectará un video titulado “La actitud es todo” de Farid Dieck, es un video motivacional que demuestra que, a pesar de las adversidades y problemas de la vida diaria, el tener una actitud positiva hacia todo hace que las cosas mejoren.			10 min	
		Para iniciar esta sesión se proyectarán imágenes y videos de empresas influyentes a nivel mundial, nacional y regional que al igual que su organización comenzaron como un grupo pequeño con aspiraciones y que gracias a sus creencias de superación lograron ubicarse como una importante organización, ejemplos de éxito como son			25 min	

	<p>Construcción del Conocimiento</p>	<p>Kola Real, Grupo Romero, Gloria, Graña, entre otros. Son algunas de las empresas familiares que demuestran que, con un esfuerzo sostenido, metas bien establecidas y una creencia positiva sobre ellos mismos es que lograron lo que tiene ahora. La idea es que ellos identifiquen estas creencias de superación e intenten imitarlas como equipo. Para ello se pedirá a los trabajadores que tengan mayor tiempo en la empresa que cuenten las creencias que tuvieron en un inicio al entrar en SINELCON y como estas se han mantenido o cambiado con el transcurso de los años.</p>				
	<p>Retroalimentación</p>	<p>Se finaliza la sesión tomando relevancia al avance que han tenido los participantes como equipo de trabajo, con ello se pretende aumentar sus creencias de eficacia y mejorar la autoconfianza.</p>			<p>5 min</p>	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO	INSTRUMENTO
CONOCIMIENTO	-Importancia de la influencia social en el establecimiento y logro de metas. - Identificación de las metas o motivación de la persona influyente.	Lista de cotejo
ACTITUD	- Generar creencias de eficacia mediante la observación de personas influyentes en sus vidas. -Imitación de un comportamiento o actitud positiva que ayudará en nuestro desarrollo.	

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
8° “Comunicación para persuadir”	Bienvenida	Se procederá a dar la bienvenida a los integrantes y hacer feedback sobre lo aprendido en la última sesión.	Otorgar estrategias de comunicación para sensibilizar a los trabajadores sobre la importancia de la sugestión verbal dentro de la organización.		2 min	Modelado positivo
	Dinámica de Inicio	Se utilizarán unas cartilla pre elaboradas con diferentes adjetivos positivos como (optimista, creativo, servicial, etc.) Se colocará a los participantes en un círculo alrededor de una mesa con las cartillas en el centro. Se les dará la indicación que seleccionen una cartilla positiva que identifique a la persona a su derecha para luego explicar porque razón escogieron esa cualidad, luego se hará lo mismo con la persona a su izquierda. El objetivo es que ellos perciban la opinión que los demás tienen de ellos y como ellos están percibiendo a los demás, así como de identificar y valor las virtudes propias.			10 min	

	<p>Construcción del Conocimiento</p>	<p>Se dará inicio al tema central comentando sobre cómo se sintieron al escuchar aquellas cualidades positivas que los demás creen que los caracterizan, el objetivo es transmitir la importancia que tiene la persuasión verbal y cómo influye en su estado de ánimo y creencia de eficacia.</p> <p>Para reforzar la persuasión verbal entre los participantes se otorgarán estrategias que mejoren su comunicación haciendo que ésta sea asertiva y correctiva. (ANEXO 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mensaje verbal - Diálogo retórico - Corregir con el ejemplo - Juzgar la acción más no a la persona - Ser específicos al momento de corregir - Ser directo con la persona. - Cuidar el tono de voz • Mensaje no verbal - Escucha activa 			<p>30 min</p>	
--	---	--	--	--	---------------	--

		<ul style="list-style-type: none"> - Mirar a los ojos - Expresión facial <ul style="list-style-type: none"> • Las emociones - Interpretar el impacto emocional - Procurar corregir y no lastimar - Respetar la reacción de la otra persona 				
	Retro alimentación	<p>Por último, se formarán grupos de 5 personas y se les entregarán en unas cartillas de ejemplos de situaciones cotidianas en una organización (ANEXO 6), las cuales deben escenificar, un grupo lo hará utilizando las estrategias descritas anteriormente y el otro grupo no, para luego comentar sobre cómo se sintieron ambos equipos.</p>			3 min	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO	INSTRUMENTO
CONOCIMIENTO	-Importancia de la sugestión verbal dentro de las organizaciones. - Conocimientos de las estrategias de persuasión social para corregir adecuadamente dentro del ambiente laboral.	Lista de cotejo
ACTITUD	- Generar creencias de eficacia mediante la correcta comunicación y persuasión verbal.	

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
9° “El líder que convence tiene amigos, mientras que el que ordena, detractores”	Bienvenida	Se procederá a dar la bienvenida a los integrantes y hacer feedback sobre lo aprendido en la última sesión.	Dar a conocer los beneficios de la persuasión verbal mediante la práctica de una adecuada comunicación.		2 min	Modelado en vivo y en grupo
	Dinámica de Inicio	Para dar inicio a esta sesión se realizará la dinámica “Los listones”, para ello se separará a los integrantes en dos equipos quienes deben formarse en círculo, luego se elegirá a un integrante de cada uno quien tendrá el listón y marcará el inicio y fin del círculo. El objetivo es pasar el listón por su cuerpo lo más rápido posible de persona en persona hasta volver al participante inicial, quien lo haga en el menor tiempo posible gana.			10 min	
		Con la ayuda de las estrategias de comunicación otorgadas en la sesión anterior, se procederá a dar práctica de ellas mediante ejemplos de la vida diaria en una organización. Para ello se formarán 3 equipos y se les entregará un papel con un caso, el				

	<p style="text-align: center;">Construcción del Conocimiento</p>	<p>cual deberán dramatizar y dar solución utilizando la persuasión verbal.</p> <p>Caso 1: Jim se irritaba cada vez más con Alice durante la reunión. Alice sacudía el pie con frecuencia, se movía sin parar en su asiento, golpeaba la mesa con el bolígrafo repetidamente y saludaba con la cabeza a las personas que pasaban por su despacho mientras él hablaba.</p> <p>Caso 2: En una reunión de equipo cara a cara con un pequeño grupo de desarrollo, Bob pierde los nervios cuando Fred le comunica que no se podrá cumplir con la fecha programada. Bob llama a Fred perdedor delante de todo el grupo. Cuando acaba la reunión, los miembros del equipo salen en silencio sin hablar los unos con los otros.</p> <p>Caso 3: Jason está presentando una nueva idea de producto a un grupo de compañeros. Durante su presentación se para al menos en</p>			30 min	
--	---	--	--	--	--------	--

		seis ocasiones, deteniéndose a mitad de la frase. Habla en un tono muy bajo y monótono. Cuando los compañeros le hacen preguntas, de repente habla muy rápido.				
	Retro alimentación	Se analizarán las soluciones empleadas por los equipos en el ejercicio anterior, señalando la importancia de utilizar estrategias de comunicación que mejoren la persuasión verbal y con ello mejore la relación entre los integrantes.			3 min	

EVALUACIÓN:

ASPECTO	INDICADORES DE LOGRO	INSTRUMENTO
CONOCIMIENTO	<ul style="list-style-type: none">- Conocimientos de las estrategias de persuasión social para corregir adecuadamente dentro del ambiente laboral.- Práctica de las estrategias de persuasión verbal.	Lista de cotejo
ACTITUD	<ul style="list-style-type: none">- Generar creencias de eficacia mediante la correcta comunicación y persuasión verbal.	

SESIÓN	NOMBRE	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO	MATERIALES	TIEMPO	TÉCNICA
10° “Pensamientos positivos”	Bienvenida	Se procederá a dar la bienvenida a los integrantes y hacer feedback sobre lo aprendido en la última sesión.	Generar pensamientos positivos en los participantes para aprender a controlar las situaciones amenazantes.		2 min	Modelado positivo
	Dinámica de Inicio	<p>La primera dinámica llevará de título “saliendo de la zona de confort”, en ella se entregará una hoja en blanco con un lápiz a cada participante, la facilitadora tendrá una lista ya establecida de instrucciones que se le darán al equipo y con cuánto tiempo cuentan para realizarlas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Escriban su nombre completo (5 segundos) 2. Escriban su nombre completo, pero con la otra mano (5 segundos) 3. Escriban 5 animales (8 segundos) 4. Dibujen una casa (10 segundos) 5. Hagan un avión (10 segundos) 6. Ahora un elefante (10 segundos) 			10 min	

		<p>Luego de que hayan terminado se empezará a preguntas por cada pregunta, en la primera la mayoría afirmará haber terminado sin ningún problema, en la segunda algunos lo habrán logrado y otros no ya que no están acostumbrados a escribir con esa mano lo que les costó tiempo, en la tercera el facilitador comprobará que la mayoría escribió entre sus 5 animales un perro, gato o ratón, en la cuarta se observará que la mayoría realizó el mismo modelo de casa, en la quinta y sexta pregunta la mayoría hará un bosquejo afirmando que no saben cómo dibujar lo indicado. El facilitador señalará que todos hacemos lo conocido ya que es con lo que estamos más cómodos, siempre buscamos las soluciones más rápidas y cuando nos piden algo fuera de lo normal nos frustramos y no podemos cumplirlo. La idea es salir de nuestra zona de</p>				
--	--	---	--	--	--	--

		confort y buscar nuevas alternativas de aprendizaje que nos ayudarán a crecer.			
	Construcción del Conocimiento	<p>Para dar inicio a esta sesión se dará una A conocer la importancia de tener pensamientos positivos en la vida y como nos benefician a nosotros y a los que nos rodean. Como ejercicio se entregará una hoja en blanco y un lápiz a cada participante, se les dará la indicación que anoten todas las cosas que les genere pensamientos positivos, ya sea en el ámbito laboral, profesional o personal, puede ser objetos, personas, lugares, acciones. De modo que luego de haberla culminado, se pedirá algunas personas que digan lo que anotaron.</p> <p>Luego se pedirá que reflexionen sobre las cosas que anotaron y le den importancia</p>		30 min	

	<p style="text-align: center;">Retro alimentación</p>	<p>Por último, se dará un agradecimiento en general a las personas que acompañaron todo el proceso de la aplicación del programa, así como felicitarlos por su predisposición y voluntad para mejorar de manera personal y organizacional.</p> <p>Se procederá a la aplicación del post test, para medir el avance que tuvo el grupo experimental con respecto al grupo control.</p>			<p style="text-align: center;">3 min</p>	
--	--	--	--	--	--	--

ANEXO 07: ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo,

Oscar Manuel Vela Miranda docente de la Facultad HUMANIDADES y Escuela Profesional de PSICOLOGIA de la Universidad César Vallejo PIURA (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada.

“INFLUENCIA DE UN PROGRAMA DE AUTOEFICACIA PARA MEJORAR EL ENGAGEMENTE EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SINELCON PERU SAC, PIURA, 2018” del (de la) estudiante YAMUNAQUE ALBERCA, ANGELLY TATIANA constato que la investigación tiene un índice de similitud de 30% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

PIURA, 02 DE MARZO DEL 2020



Firma

Nombres y apellidos del (de la) docente

DNI: 4.821.505.66

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

ANEXO 08: PANTALLAZO DE SOFTWARE TURNITIN

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es?o=1268073154&s=1&lang=es&tu=1088032488&ro=103

feedback studio | "Influencia de un Programa de Autoeficacia para mejorar el engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C., Piura, 2018" | /0 | 649 de 649



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA

"Influencia de un Programa de Autoeficacia para mejorar el engagement en los colaboradores de la empresa Sinelcon Perú S.A.C., Piura, 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Psicología

AUTORA:

Br. Yamunaqué Alberca, Angelly Tatiana (ORCID: 0000-0002-7231-7010)

ASESOR:

Dr. Vela Miranda, Oscar Manuel (ORCID: 0000-0001-8093-0117)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Comportamiento Organizacional

PIURA - PERÚ

2019

Resumen de coincidencias

30 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	Entregado a Universidad...	8 %
2	repositorio.ucv.edu.pe	8 %
3	Entregado a Universidad...	2 %
4	repositorio.unsa.edu.pe	2 %
5	Entregado a Universidad...	1 %
6	cybertesis.unmm.edu...	1 %
7	repositorio.ucsp.edu.pe	<1 %
8	Entregado a Pontificia ...	<1 %
9	Entregado a Facultad L...	<1 %
10	www.scribd.com	<1 %
11	www.airhe.es	<1 %

Página: 1 de 50 | Número de palabras: 14679 | Text-only Report | High Resolution | Activado | 22:07 2/03/2020



ANEXO 09: AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

 UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código	F05-00-006
		10 02	
		Versión	09
		Fecha	23-02-2019
		Página	1 de 1

Yo, YAMUNAQUÉ ALBERCA, ANGELLY TATIANA identificado con DNI 76534491 egresado de la Escuela Profesional de PSICOLOGÍA de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo() la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "INFLUENCIA DE UN PROGRAMA DE AUTOEFICACIA PARA MEJORAR EL ENGAGEMENTE EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SINELCON PERU SAC, PIURA, 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

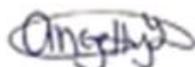
.....

.....

.....

.....

.....



FIRMA

DNI: 76534491

FECHA: 12 DE FEBRERO DEL 2019

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------



ANEXO 10: VERSIÓN FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

ESCUELA DE PSICOLOGÍA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

YAMUNAQUÉ ALBERCA, ANGELLY TATIANA

INFORME TITULADO:

INFLUENCIA DE UN PROGRAMA DE AUTOEFICACIA PARA MEJORAR EL ENGAGEMENT EN LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA SIMELCON PERÚ SAC, PIURA, 2018

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA

SUSTENTADO EN FECHA: 03 DE JUNIO DEL 2019

NOTA O MENSIÓN: 17 (DIECISIETE)



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN