

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**“Engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar – Paita,
2021”**

Línea de Investigación:
Relaciones Humanas Laborales

Autores:
Cango Cieza, Cristhian Alberto
Mejía Sigüeñas, Nestor Oswaldo

Jurado Evaluador:
Presidenta: Gladys Peña Pazos
Secretario: Alex García Crisanto
Vocal: Jorge Zapata Chau

Asesor:
Sánchez Pacheco, Luis Alberto

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0675-3348>

PIURA - PERÚ

2023

Fecha de sustentación: 2023/06/12

Engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar – Paíta, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	5%
2	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	2%
4	recursosbiblio.url.edu.gt Fuente de Internet	2%
5	repository.urosario.edu.co Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	static2.upao.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	docplayer.es Fuente de Internet	1%

1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado

Asesor: **Dr. Luis Sanchez Pacheco**



Declaración de originalidad

Yo, Luis Alberto Sánchez Pacheco, docente del Programa de Estudio de administración, de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis de investigación titulada “Engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar – Paita, 2021”, autor(es) Nestor Oswaldo Mejía Sigüeñas y Cristhian Alberto Cango Cieza, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 16%.
Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el (29, 04 y 2023).
- He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la Universidad.

Trujillo, 6 de julio de 2023

Sanchez Pacheco Luis Alberto

DNI: 02880901

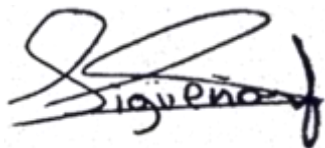
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0675-3348>

FIRMA: 

Mejía Sigüeñas Nestor Oswaldo

DNI: 72680869

FIRMA



Cango Cieza Cristhian Alberto

DNI: 74525955

FIRMA



PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

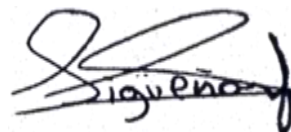
De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grafos y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: Engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar – Paita, 2021.

Desarrollado con el fin de obtener el título profesional de Licenciado en Administración. El objetivo principal es Determinar la relación entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita, 2021.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



Br. Cango Cieza, Cristhian
Alberto



Br. Mejía Sigüeñas Nestor
Oswaldo

DEDICATORIA

Primero quiero comenzar dedicándolo a nuestro Dios, por haberme guiado; a mis padres y hermanos por haberme brindado el apoyo en esta carrera universitaria, con su plena confianza y consejos; además a mi asesor Dr. Luis Sánchez Pacheco por la motivación, orientación y apoyo. A mis profesores, por todas las enseñanzas brindadas en mi carrera universitaria donde me han formado profesionalmente para la vida laboral próxima.

Cango Cieza, Cristhian Alberto

En primer lugar, quiero dedicarlo a Dios por la protección y fortalezas brindadas. A mis padres, tíos, tía y hermano, quienes han velado por mi bienestar, salud y educación, apoyándome constantemente, brindándome su plena confianza y consejos en cada objetivo que me planteaba. A nuestro asesor Dr. Luis Sánchez Pacheco por la motivación, orientación y apoyo. A mis profesores, por todas las enseñanzas brindadas, quienes construyeron la formación científica y humanística que emplearé.

Mejía Sigüeñas, Nestor Oswaldo

AGRADECIMIENTO

A los trabajadores de la Agencia de Aduana Macromar de la localidad de Paita, por haber accedido a brindar información para esta investigación.

A nuestro asesor el Dr. Luis Sánchez Pacheco, pues a través de su asesoría fue posible culminar la presente investigación científica efectuada por nosotros para alcanzar el sueño mutuo de la obtención del título profesional.

Asimismo, expresamos nuestro agradecimiento a todas las personas cercanas que permanecieron a nuestro lado incondicionalmente para la elaboración de la presente tesis y culminación de la carrera universitaria.

Cango Cieza, Cristhian Alberto
Mejía Sigüeñas, Nestor Oswaldo

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo determinar la relación entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021. El tipo de la investigación fue aplicada y el diseño de la investigación fue no experimental, de corte transversal y correlacional, con el cual se trabajó con una muestra de 25 trabajadores que laboran en la Agencia de Aduana Macromar a quienes se les aplicó un cuestionario a para recoger datos. El resultado encontrado determinó que existe una correlación positiva media entre el engagement y la proactividad, con respecto a las dimensiones del engagement y la proactividad; la dimensión vigor muestra una correlación positiva media; la dimensión dedicación muestra una correlación positiva baja; la dimensión absorción, muestra una correlación positiva media; además se identificó que existe un nivel alto de engagement y proactividad. Se concluyó que de acuerdo al coeficiente de correlación de Spearman y los resultados obtenidos, los trabajadores de dicha agencia, cuentan con un buen clima laboral, pero deben enfocarse en aumentar los niveles de vigor, dedicación y absorción, para el engagement y además autoconciencia, autoconciencia moral, imaginación y voluntad independiente para la proactividad.

Palabras clave: Engagement, proactividad, aduana.

ABSTRACT

The objective of this work was to determine the relationship between engagement and proactivity of the Macromar de Paita Customs Agency in 2021. The type of research was applied and the research design was non-experimental, cross-sectional and correlational, with which we worked with a sample of 25 workers who work at the Macromar Customs Agency to whom a questionnaire was applied to collect data. The result found determined that there is a medium positive correlation between engagement and proactivity, with respect to the dimensions of engagement and proactivity. the vigor dimension shows a medium positive correlation; the dedication dimension shows a low positive correlation; the absorption dimension shows a medium positive correlation; In addition, it was identified that there is a high level of engagement and proactivity. It was concluded that according to Spearman's correlation coefficient and the results obtained, the workers of said agency have a good work environment, but they must focus on increasing the levels of vigor, dedication and absorption, for engagement and also self-awareness. moral self-awareness, imagination and independent will for proactivity.

Keywords: Engagement, proactivity, customs.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
ÍNDICE DE CONTENIDOS	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Formulación del Problema	13
1.1.1. Realidad problemática	13
1.1.2. Enunciado del problema	16
1.2. Justificación.....	16
1.3. Objetivos	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
II. MARCO DE REFERENCIA	18
2.1. Antecedentes	18
2.1.1. A nivel internacional.....	18
2.1.2. A nivel nacional	20
2.1.3. A nivel local.....	22
2.2. Marco teórico.....	25
2.2.1. Engagement	25
2.2.1.1. Definición.....	25
2.2.1.2. Importancia.....	25
2.2.1.3. Valores y estrategias	25
2.2.1.4. Factores del engagement: recursos y demandas.....	29
2.2.1.5. Dimensiones del engagement.....	32
2.2.1.6. Escalas de medida del engagement	35
2.2.1.7. Medición	36
2.2.2. Proactividad.....	38
2.2.2.1. Definición.....	38
2.2.2.2. Importancia de la proactividad.....	39
2.2.2.3. Valores y antivalores relacionados con la proactividad	39
2.2.2.4. Elementos	40
2.2.2.5. Dimensiones de la proactividad.....	41

2.2.2.6.	Comportamiento proactivo en el entorno laboral	42
2.2.2.7.	Medición	44
2.3.	Marco conceptual	46
2.4.	Hipótesis	47
2.5.	Variables	48
III.	MATERIAL Y MÉTODOS	50
3.1.	Material	50
3.1.1.	Población	50
3.1.2.	Marco muestral	50
3.1.3.	Unidad de análisis	50
3.1.4.	Muestra	50
3.2.	Métodos	50
3.2.1.	Diseño de contrastación	50
3.2.2.	Técnicas e instrumentos de colecta de datos	51
3.2.3.	Procesamiento y análisis de datos	52
IV.	PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	53
4.1.	Presentación de resultados	53
4.2.	Discusión de resultados	59
	CONCLUSIONES	63
	RECOMENDACIONES	64
	REFERENCIAS	65
	ANEXOS	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	48
Tabla 2	53
Tabla 3	54
Tabla 4	54
Tabla 5	55
Tabla 6	56
Tabla 7	57
Tabla 8	58
Tabla 9	78

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad problemática

En el 2020, el virus denominado SARS-Cov-2 afectó al mundo, ocasionando una crisis global, viniendo a ser una enfermedad infecciosa que se originó en Wuhan (China), y según la Organización Mundial de la Salud (2020) afirmó que el contagio se ha propagado por contacto directo e indirecto; por dicho motivo, se volvió tan simple que el virus se distribuyera comenzando desde Asia, Europa y luego América Latina. Para contrarrestar los impactos, se tomaron medidas para prevenir el aumento de contagiados, por ejemplo: distanciamiento social, el uso de mascarilla bucal, la mascarilla facial, el uso de alcohol en gel o soluciones que tenga una concentración al 70% volumen/volumen(v/v), lavarse las manos durante 20 segundos como mínimo, etc. El primer impacto que hubo fue sobre la fuerza laboral, debido a la inmovilización, privando a las empresas de contar con la fuerza de trabajo para sus operaciones, los centros de producción se paralizaron, así como la distribución mundial de mercancías.

El entorno internacional de los flujos de comercio se habían visto afectados, un ejemplo informando sobre esta cuestión fue presentada en Trading Economics (2020) permitiendo en su momento conocer en tiempo real el valor económico de cada país durante el primer trimestre del año por ejemplo como: Estados Unidos que dieron índices de -2.3%, Reino Unido de -3.8%, China de 1%; con respecto a Latinoamérica, países como Argentina con índices de -5.4%, Chile de -3.9%, Ecuador de -0.1% y Perú de un -1.5%. Según Garrido y Pérez (2018) afirmaron que la base económica de las ciudades vienesiendo el sector servicio, que también viene acompañada de una transformación cualitativa del empleo, cuyas actividades marcan una diferencia sustancial en la composición de la estructura laboral.

La afectación de los servicios en ese momento fue tan severa que según estudio de Europa Press (2019) mostró en su publicación que el sector servicio representó el 77.9% del empleo total de España en 2018; también indicó que en los Países Bajos es del 83.8%, Reino Unido con 82.4%, Malta y Bélgica con 81.3%. Aboal et al. (2015) mencionaron en su publicación que América Latina y el Caribe, su sector de servicios puede desempeñar un papel más importante que en otras regiones en desarrollo, por eso, la mayoría de las economías son ahora casi en su totalidad economías de servicios. Portal Santander Trade (2020) divulgó información sobre el País de Chile, que su sector de servicio aporta un 57.6% del PBI y además emplea alrededor de 68.2% de su población.

En lo que se refiere a nuestro país en ese tiempo, los impactos del Covid-19 sobre la economía fueron considerables, hasta que, en el tercer trimestre del año 2020, se conoció por una encuesta al sector de servicios del Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020) que había informado que la actividad comercial había registrado una variación del -11.53%, restaurantes -67.23% y en servicios prestados a empresas -25.45%. Según dichas cifras el sector servicio se vio afectada, ocasionando pérdidas o cierres de muchas empresas del sector exportador, y una de las más afectadas resultó ser la sucursal de Paita de la Agencia de Aduana Macromar, que ha octubre del 2020 ofrecía servicios como: Carga internacional, agencia de aduanas, transportes, seguros, almacenes y asesoría; la empresa viene siendo desde más de 24 años de experiencia un Operador Logístico Integral y que se posiciona dentro del Top 30 del ranking de Agentes de Aduana según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT).

En nuestro país, viene funcionando la Agencia de Aduana Macromar, en la provincia de Paita, las actividades comerciales que desarrolla están vinculadas al sector del comercio exterior, sea como exportación o importación, donde se ubican los principales

operadores de exportación, entre ellas agencias de aduana, terminales de almacenamiento de carga, terminales de contenedores entre otros. El grupo Macromar cuenta con varias sedes como: Paita, Tumbes, Chiclayo, El Callao (Lima), en su trayectoria ha establecido alianzas estratégicas con empresas ligadas al transporte marítimo como: Maersk, Cosco Shipping, Hapag-Lloyd, Hamburg Süd, EverGreen, Mediterranean Shipping Company (MSC), además su ubicación es en la Avenida (Av.) Miguel Grau Manzana (Mz.) "B" Lote "2" - Asentamiento Humano (AA.HH.) Las Mercedes – Paita.

Además, en los momentos de la investigación, se pudo recibir colaboración del propietario de la empresa del Leandro Espinoza Soto; la Agencia se vio afectada por la pandemia que había ocasionado a nivel mundial el cierre de los puertos. A inicios del año 2020, las empresas que se ubican en el departamento de Piura, se enfocaban en contratar a colaboradores "proactivos", debido a que la psicología organizacional contemporánea ha otorgado al trabajador un rol activo; los trabajadores comenzaron a ser considerados como hacedores de cambio y transformación, no sólo en términos de sus propias trayectorias profesionales, además en términos del destino de sus organizaciones a los que pertenecen. La sucursal en Paita de la Agencia de Aduana Macromar, desde el primer trimestre del año 2020 planificó: la velocidad del cambio y la demanda de adaptarse en función a sus necesidades, buscando siempre perfeccionarse en diversos ámbitos, optimizando las competencias de sus trabajadores en enérgicos y entusiastas en sus actividades laborales.

En la Agencia de Aduana Macromar de Paita, se pudo evidenciar que ha implantado políticas de recursos humanos, estableciendo óptimas condiciones laborales con el fin de promover las conductas prosociales y a la vez promoviendo el reconocimiento a cada colaborador, para mejorar el clima laboral y mejorar la actitud para hacer frente a cualquier labor, tomando el control e iniciativa que

permita desarrollarla sin esperar a que otros lo hagan por ti, a la vez para prevenir que terminen abandonando a la empresa.

Concluyendo con el análisis de situación y con la finalidad de resolver el problema descrito, para señalar la relación que existe entre las variables del Engagement y Proactividad de la Agencia de Aduanas Macromar; por consiguiente, se propone investigar el Engagement y su relación con la Proactividad en la sede de Paita de la Agencia de Aduanas Macromar.

1.1.2. Enunciado del problema

¿Qué relación existe entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021?

1.2.

Justificación

– Teórica:

El estudio se justifica por que toma teorías y conceptos del engagement y la proactividad para explicar el comportamiento de las variables y determinar que existe una correlación significativa, constituyéndose en el entendimiento de los indicadores y las dimensiones del engagement con respecto a los indicadores y dimensiones de la proactividad.

– Práctica:

El estudio se justifica porque busca solucionar el problema planteado y explicar el comportamiento del engagement para mejorar la proactividad de los colaboradores. Los cambios en la proactividad serán beneficiosos para la empresa y se verán reflejados en una mejora de la productividad de los colaboradores.

– Metodológica:

El estudio se justifica metodológicamente, porque se utilizó como instrumento el cuestionario de engagement, el cual fue adaptado de la investigación realizada por Martin y Molina en el 2017, con respecto a su escala de valoración utilizada fue adaptado de la investigación realizada por Mendoza y Gutiérrez en el 2017; también se empleó el

instrumento cuestionario de proactividad, la cual también fue adaptada de la investigación realizada por Martin y Molina en el 2017, y con respecto a la escala de valoración que se empleó, fue adaptada de la investigación realizada por Aresti en el 2018; estos dos cuestionarios fueron para analizar el engagement y proactividad, también se usó para realizar una identificación a la correlación significativa que existe.

– Social:

El estudio se justifica socialmente, porque los resultados que arrojaría, será para ayudar a que el colaborador reconozca sus capacidades y que, en base a los indicadores de ambas variables, desarrolle acciones correspondientes que le ayuden a mejorar anímicamente y laboralmente en la empresa, por consiguiente, siga manteniendo un buen ritmo laboral.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar el nivel del engagement de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.
- Establecer el nivel de proactividad de los colaboradores de la Agencia de Aduana Macromar en el año 2021.
- Determinar la relación que existe entre cada una de las dimensiones del engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Aresti (2018) en su investigación titulada *Proactividad en un grupo de trabajadores en fincas exportadoras en Guatemala*, tesis de licenciatura en Psicología Industrial en la Universidad Rafael Landívar, Asunción en Guatemala. El propósito fue determinar si existe una diferencia significativa en la proactividad de un grupo de colaboradores en las empresas agroexportadoras después de haber participado en el programa de capacitación sobre proactividad. El diseño fue de tipo descriptivo, con enfoque cuantitativo; se desarrolló un instrumento basado en la escala de Likert, aplicando un muestreo por conveniencia. El estudio obtuvo como resultado principal que los trabajadores demostraron conocimiento y percepciones sobre proactividad, lo que promovió formas de promover y practicar la proactividad dentro de la empresa.

Este antecedente sirvió para mostrar los conocimientos y percepciones acerca de la proactividad y además permitió tomar como referencia la escala de valoración e incluyó los ítems que empleó en el instrumento de proactividad.

Borrego (2016) en su investigación titulada *El engagement en el trabajo: antecedentes y resultados organizacionales*; tesis doctoral Universidad de Huelva, España. El objetivo fue explorar la relación entre las diferentes variables que componen el modelo con el engagement como el eje central. El estudio fue de tipo descriptivo; se empleó el cuestionario como instrumento de recolección de datos aplicado de forma individual y voluntaria durante la jornada laboral. El resultado obtenido fue que la presencia del engagement tiene efecto positivo en la satisfacción laboral; sin embargo, a diferencia de otros recursos laborales como la auto eficiencia, el engagement se encuentra, no como papel intermediario entre los requisitos laborales (como la presión del rol) y los resultados organizacionales (como la satisfacción laboral). Su conclusión es que se había determinado que

el engagement está más relacionada con las necesidades desafiantes y el estado psicológico, además que el engagement produce el impacto de estas necesidades en la satisfacción profesional; los trabajadores con una gran cantidad de niveles de engagement estarán más satisfechos con su trabajo, a la vez comprometido y leal con la organización que los contrata.

Este antecedente sirvió para conocer que el engagement tiene efectos positivos, pero a su vez no posee un papel mediador, además se empleó su contenido para poder desarrollar el marco teórico de la investigación.

Arango (2015) en su trabajo de investigación titulada *Prácticas de recursos humanos y su relación con el engagement de los empleados en una institución superior en la Ciudad de Bogotá-Colombia*, presentada para la obtención del grado de Maestría en Dirección en la Universidad del Rosario, Bogotá. El objetivo de este trabajo de investigación fue el de describir la relación entre las Prácticas de Recursos Humanos (PRH) y el engagement de la Institución de Educación Superior (IES) de Bogotá; el diseño fue de tipo correlacional, aplico la técnica de encuesta y utiliza el cuestionario para recoger la información; la muestra utilizada fue de 72 colaboradores. El principal resultado obtenido fue el de determinar la hipótesis y metas a contrastar, la utilización de estadísticas básicas de correlación y de regresión para determinar el poder predictivo de una variable versus otra. La conclusión principal que se obtuvo fue que en conjunto había mostrado que la PRH tiene gran influencia en el engagement, aunque existe de manera diferenciada, debido a algunas evaluaciones individuales utilizadas entre PRH y el engagement.

Este antecedente sirvió para desarrollar el marco teórico de la investigación; además, para poder conocer que existe una adaptación del instrumento cuestionario de engagement que efectuó el autor.

2.1.2. A nivel nacional

Cisneros (2021) en su investigación titulado *Engagement y clima laboral en trabajadores de una empresa de mantenimiento de Trujillo*; presentada en la Universidad Privada Antenor Orrego (UPAO) de Trujillo. El objetivo fue demostrar la relación entre Engagement y Clima laboral en trabajadores de una empresa de mantenimiento de Trujillo. El diseño fue no experimental, transeccional y descriptivo. La técnica empleada fue encuesta y se utilizó un cuestionario de preguntas aplicado a 150 colaboradores de ambos sexos, con edades entre los 18 y 60 años y con contrato vigente en el 2019. Se empleó la escala de engagement en el trabajo (UWES) de Hallberg y Schaufeli, y la escala de clima laboral (CL-SPC) de Palma. El principal resultado fue demostrar que existe una correlación muy significativa, directa y en grado medio ($p < .01$), entre las dimensiones de engagement (Vigor, Dedicación y Absorción) y las dimensiones de clima laboral (Realización Personal, Involucramiento Laboral, Supervisión, Comunicación, Condiciones Laborales). Su conclusión principal fue que se verificó que a mayor Engagement existe mejor clima laboral. Este antecedente sirvió para poder conocer las dimensiones del engagement y además la correlación que existe con el clima laboral, por consiguiente, ayudó a complementar el marco teórico sobre engagement.

Cabrera (2019) en su investigación titulada *Engagement y Estrategias de Afrontamiento en estudiantes de medicina*; presentada para obtener el título de profesional de Licenciado en Psicología en la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC) de Lima. El objetivo fue analizar la relación entre el engagement y las estrategias de afrontamiento en estudiantes de la carrera de medicina. El diseño fue no experimental, transeccional de tipo descriptivo. El instrumento empleado para la recolección de datos fue el programa G- Power, para seleccionar la muestra que fue 137 personas. Los resultados permiten demostrar que existe correlación positiva y una correlación

significativa entre las estrategias de afrontamiento: Búsqueda de apoyo social, actitudes positivas y proactivas, evitación, con el engagement. Su conclusión principal fue que se determinó que las estrategias de afrontamiento específicas relacionadas con las dos dimensiones del engagement, es decir, predisposición a estudiar y satisfacción con los estudios; estas estrategias son la Búsqueda de apoyo social, actitud positiva y proactiva y evasión, asimismo se evidenció que estas estrategias de afrontamiento se encuentran relacionadas en tanto implican interacciones sociales adecuadas y una búsqueda de bienestar psicológico.

Este antecedente sirvió para conocer y utilizar su información para desarrollar la variable engagement en el marco teórico.

Mendoza y Gutiérrez (2017) en su investigación titulada *Relación del Engagement en el Desempeño Laboral del personal del Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado*; presentada para la obtención del título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales en la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios. El objetivo fue analizar la relación entre engagement y desempeño laboral en el hospital. La investigación se efectuó mediante el enfoque descriptivo de correlación transversal; además, para evaluar las variables que son el engagement y desempeño laboral, se utilizaron dos cuestionarios: Uno sobre desempeño laboral y constó de cincuenta ítems, el segundo cuestionario sobre el engagement que fue a través del cuestionario, se analizó la muestra de 194 trabajadores del Hospital. Su principal resultado fue que evidenció que el engagement estaba significativamente relacionada con el desempeño laboral del Hospital representando al 89.6%, lo que lo había llenado de trabajo armónico y apasionado, mejora la satisfacción laboral y produce un mejor desempeño en la organización en su conjunto. Su conclusión principal fue que las dimensiones del engagement: la dimensión vigor está directamente relacionada con el 91.3%, la dimensión dedicación es del 90% y la dimensión absorción es del 88.5%.

Este antecedente sirvió para adaptar los ítems y la escala de valoración que se emplearía en la elaboración del instrumento del engagement para la recolección de datos de esta investigación, además también se utilizó en el desarrollo del marco teórico sobre la variable engagement.

2.1.3. A nivel local

Abanto y Santillán (2019) en su investigación titulada *Clima laboral y proactividad en los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Chepén, 2019*; presentada para la obtención del título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad César Vallejo (UCV). El objetivo de la investigación fue determinar si existe relación directa entre clima laboral y proactividad en los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Chepén, 2019. El diseño de investigación fue no experimental, transversal y correlacional. Se utilizó el muestreo estratificado aleatorio donde la población estuvo conformada por 249 colaboradores y la muestra de 53, la técnica aplicada fue una encuesta directa, teniendo al cuestionario como instrumento de medición. El resultado obtenido permite evidenciar que aportó información para una mejor adecuación del clima organizacional, además de comparar y reafirmar la necesidad, importancia y su relación con la proactividad del potencial humano en una organización. La conclusión principal permitió demostrar que existe relación directa entre el clima laboral y la proactividad en los colaboradores de la Municipalidad Provincial de Chepén, y que el coeficiente de correlación de Spearman que arrojó fue un positivo moderado de 0,635.

Este antecedente sirvió para conocer el enfoque de una investigación de tipo correlacional.

Ysla (2019) en su tesis *Programa de capacitación en Liderazgo y Proactividad para mejorar el desempeño docente en la I.E. 10 de octubre de Ciudad de Dios – Guadalupe, 2018*; presentada para la obtención del grado académico de Maestro en Educación en la

Universidad Nacional de Trujillo. Su objetivo fue demostrar que el programa de capacitación en liderazgo y proactividad en la Institución Educativa (I.E.) 10 de Octubre afectaría la mejora del desempeño de los docentes de la institución educativa. El diseño de investigación fue de tipo cuasiexperimental; además, el método utilizado es de naturaleza experimental y el desarrollo del estímulo en grupos compuestos por el programa en liderazgo y proactividad. Como resultado se evidencio que con el desarrollo de actividades de liderazgo y proactividad se pudo evaluar la capacidad del desempeño de los docentes y se encontraron diferencias significativas antes y después de la prueba. Su conclusión principal es que el programa de liderazgo y proactividad ha afectado de una manera positiva y en gran medida al desempeño de los docentes que cuenta la I.E. 10 de octubre en la Ciudad de Guadalupe.

Este antecedente sirvió para conocer a la proactividad y también obtener información para desarrollar el marco teórico de dicha variable.

Díaz (2016) en su investigación titulada *Engagement entre dos instituciones financieras de Chiclayo 2016*; presentada para obtener el título profesional de Licenciado en Psicología en la Universidad Señor de Sipán (USS) de Chiclayo, su objetivo fue determinar la diferencia del engagement de los trabajadores entre las dos instituciones financieras de Chiclayo. Esta investigación adoptó métodos cuantitativo-básico y a la vez un método de comparación a posteriori para el diseño no experimental; además, para recolección de datos se utilizó el cuestionario de compromiso laboral de Hallberg y Schaufeli (UWES) de 1999 como una herramienta de recopilación de datos para analizar muestra no probabilística y conveniencia en los trabajadores de dos empresas financieras con contratos de más de un año. El resultado obtenido demuestra que existe una diferencia significativa estadísticamente entre el engagement de la financiera pública y la financiera privada, con un nivel de significancia de $p < 0.01$, donde los trabajadores de la financiera privada [Pm=109.16] mostró

mayor nivel de engagement con respecto a trabajadores de la financiera pública [Pm=47.19], esta diferencia se aceptó con un 99% de confianza. Su conclusión principal fue que se determinó una diferencia significativa en el engagement en ambas instituciones financieras, donde se obtuvo un nivel de significancia de $p < 0.01$. Este antecedente sirvió para conocer y adaptar su información para desarrollar el marco teórico sobre sus dimensiones.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Engagement

2.2.1.1. Definición

Fue Kahn quién teorizó por primera vez el input del trabajo en el año 1990, dicho concepto se colocó en la literatura sobre trabajo la organización; donde por primera vez, describió lo que llamó personas “engaged” cuyas principales características están relacionadas física, cognitiva y emocionalmente con las funciones laborales.

Kahn (1990) citado en Sun y Bunchapattanasakda, (2019) afirmó que el engagement, es el uso y aprovechamiento del yo de los miembros de la organización para los roles laborales; autoempleo y autoexpresión de las personas física, cognitiva y emocionalmente en su vida laboral.

2.2.1.2. Importancia

Los autores Riera, Miller y Operé (2016) destacan la importancia del engagement y afirman que el conocimiento del nivel de engagement debería ser fundamental para la dirección, porque el engagement es clave indicador en la eficiencia del sistema de gestión y la efectividad de sus directores y colaboradores. Es por ello que la métrica de engagement debería ser parte del cuadro de mando de la organización, específicamente en los procesos internos empresariales, haciendo del engagement un indicador clave de rendimiento (ICR), junto a los demás ICR financieros y operativos. Cuando los líderes dejan de estar comprometidos, se multiplica por tres la probabilidad de que disminuya el compromiso de los empleados.

2.2.1.3. Valores y estrategias

Un mejor ejemplo es de valores y estrategias lo encontramos en Riera et al. (2016) quien menciona que el engagement no es lo mismo que la satisfacción, porque la satisfacción indica no estar insatisfecho; quizás porque el trabajo es fácil, no es estresante

porque no hay presión, el sueldo a gusto y el jefe es muy tolerante; el compromiso va más allá, supone motivación e implicación porque se demuestra la disposición de hacer bien el trabajo, la voluntad de participar en todo momento para efectuar el esfuerzo extra cuando se necesite oportuno y la convicción de que la empresa es un excelente lugar de trabajo, para hacer siempre lo que es mejor para la compañía y que tenga éxito para desarrollar la propia carrera dentro de ella.

- Valores

Al otorgar a los empleados un papel de liderazgo y una voz en las reuniones, se promueve valores de identidad con la cultura y la misión de la empresa. Para eso existen condiciones individuales para que usted señor, señora, joven, puedan llegar a estar “engaged” en su trabajo, expresando mayor confianza y proceso en las tareas investigativas por parte de los colegas en vez de los altos requisitos laborales que se exige habitualmente. Desarrollar estrategias de planificación para los nuevos retos en las tareas de los colaboradores dedicados y comprometidos que son enérgicos y autoeficaces, a la vez ejercen influencia sobre las semblanzas que afectan sus vidas. Debido a su aptitud positiva y nivel de acción, los colaboradores implicados crean sus propios comentarios positivos, en términos de crítica, reconocimiento y éxito. Sin embargo, ellos se sienten cansados después de un prolongado día de ardua obligación, y describen su distensión como un vivido atractivo porque lo asocian con logros positivos.

- Metas

Riera et al. (2016) afirman que el engagement puede promover la realización de metas u objetivos organizacionales, lo que demuestra que a través de esta variable se logra la eficacia de una gestión en alguna organización, por la que el nivel de engagement en una empresa es altamente relevante. Ante esta realidad, han

surgido nuevos métodos de dar respuesta a las necesidades por parte de la gestión de recursos humanos. La retención y fidelización de talentos es un desafío creciente para las empresas porque es fundamental para el cumplimiento de objetivos, considerando el nivel de competitividad y productividad que deben mantener. Los expertos señalan que ofrecer una trayectoria profesional es una de las principales estrategias para retener el talento, donde tendrá un gran impacto en la empresa (esto le permitirá planificar las necesidades futuras de talento, lo que puede estimular la motivación de los colaboradores para el desarrollo profesional) a medida que pasa el tiempo y esto producirá sostenibilidad en la empresa.

– Estrategias

Según Riera et al. (2016), participar y debatir en los hechos, incluidas las ideas para mejorar o formular estrategias, tiene un impacto saludable en el bienestar y el compromiso de los colaboradores.

Esta condición emocional significa que los colaboradores comprometidos con la empresa se preocuparon por la misión y por su repercusión. El grado de employee engagement juega un papel decisivo en el aumento o mejora en la productividad. Por lo tanto, si quieres que su organización se destaque, debe participar el colaborador, debido a esto hará que se involucren. A continuación, se ofrecen algunos consejos para mejorar el engagement de los colaboradores:

- Crea un área de unión y que sea seria.
- Persigue objetivos comunes.
- Trabaja con fluidez.
- Fomente el aprecio.
- Proporcionar ingresos.
- Promover el desarrollo personal y de sindicatos.

- Fomenta el trabajo en equipo.
- Crea un panorama realista.

Otro punto en el que coinciden algunos autores, es que la digitalización es la conveniencia y facilidad en el acceso a la información, y que los colaboradores tengan a su disposición tecnología de vanguardia que faciliten el desempeño y cumplimiento de sus funciones, afectando así a la motivación por permanecer en la empresa. De igual forma, actualmente las empresas prestan atención a la integración de la vida laboral y privada en el trabajo, donde el trabajo sea una parte de la vida del colaborador y no se descuide el entorno personal y familiar, con el objetivo de retener y fidelizar al talento. Las empresas vienen formulando y flexibilizando algunas de sus políticas y en general su cultura, para crear nuevas formas de trabajo y mostrarse más receptivas ante estas tendencias que responden a las necesidades de sus colaboradores. (Riera et al., 2016).

Finalmente, este cambio no solo beneficia a los colaboradores (quienes serán mas productivos), sino que también permite a la empresa generar mayor rentabilidad. La proactividad laboral es una respuesta esperada del desarrollo de nuevas estrategias. La proactividad en el trabajo es un proceso psicológico, originando así determinadas conductas o comportamientos que fomentan o promueven la realización o cumplimiento de los objetivos de la empresa, porque los colaboradores orientan sus comportamientos hacia los objetivos laborales. Conociendo los factores que afectan a los colaboradores de operaciones (muchos de ellos laboran en condiciones inadecuadas, representan el mayor porcentaje de colaboradores y rotación dentro de la empresa) resultaría interesante conocer su nivel de engagement y proactividad que tienen con la empresa para permanecer en ella, de esto se

esperaría obtener los resultados (a partir del cruce de información del nivel de engagement y proactividad) que permita a la empresa desarrollar nuevas metodologías, políticas, gestiones, etc., en beneficio propio y de sus colaboradores.

2.2.1.4. Factores del engagement: recursos y demandas

Salanova y Schaufeli (2009) afirman que los colaboradores pueden estar en dos escenarios de actitudes; pueden sentirse cansadas, sin motivación o apática en su trabajo, o pueden estar con entusiasmo, energía, etc.; entonces podemos decir que un colaborador puede desarrollar sus tareas o actividades con la actitud positiva o actitud negativa. Si el colaborador está con actitud negativa, se puede observar cansancio y apatía, además, la vida está llena de insatisfacción y afecta a otros ámbitos como la sociedad, la familia e incluso la economía y la salud. Las situaciones mencionadas nos brindan retroalimentación sobre los conocimientos de intervención para lograr el engagement en el trabajo.

- Recursos Humanos

Podemos definir los recursos personales como un mecanismo de incentivo para conectarse y comprometerse con el trabajo. Algunos recursos importantes relacionados con la variable engagement que podemos mencionar son los factores psicológicos y características personales, además a la autoeficacia, capital psicológico positivo y resiliencia.

- Factores Psicológicos: Nos referimos al buen comportamiento o la buena conducta en el trabajo. Salanova y Schaufeli (2009) mencionaron: vigor, dedicación y absorción.
- Características Personales: Son las características que tienen determinadas personas, para que puedan disfrutar de su trabajo y sentirse involucradas en la

organización, mejorando así su desempeño. Las características personales incluyen: Sensación de felicidad: Esto se obtiene a través de disfrutar el trabajo, sentirse feliz y emocionado por el trabajo realizado; las emociones positivas (alegría, interés y satisfacción) por las actividades o tareas; la sensación de bienestar significa que te sientes bien mental y físicamente en el trabajo.

– Demandas laborales

Salanova y Schaufeli (2009) mencionaron que la definición de demanda laboral es una característica de la organización del trabajo y requiere que los colaboradores realicen esfuerzos, y dichos esfuerzos están relacionados con los costos o emociones físicos y/o psicológicos. Estos requisitos pueden ser de varios tipos:

- Necesidades psicológicas: Podemos encontrar tareas o actividades que requieren la concentración, precisión y atención, además de un procesamiento y toma de decisiones complejas.
- Requisitos cualitativos: Se puede mencionar a las fechas límites o plazos, a la sobrecarga que uno debe estar expuesto, además a la presión de tiempo que exige una alta eficiencia en el trabajo.
- Requisitos organizativos: Trabajo inseguro, fusiones entre empresas, conflictos de roles y ambigüedades.
- Requisitos para el trabajo y familia o familia y trabajo: Trabajo en turno de noche o trabajo rotatorio, y cuidado de terceros.
- Requisitos socio-emocionales: Cuando sientes todo lo contrario, debes mostrar empatía y emociones positivas.

- Requisitos físicos: El trabajo de carga y descarga debe realizarse en diferentes condiciones climáticas (frío, calor o humedad).
- Recursos Organizacionales
En cuanto a recursos organizacionales o recursos laborales relacionados con el engagement, Salanova y Schaufeli (2009) lo definen como un recurso con efectos motivacionales intrínsecos, porque promueven o favorecen el crecimiento, aprendizaje y desarrollo personal y profesional de los colaboradores. Sin embargo, también pueden jugar el papel de motivación extrínseca, porque son instrumentos básicos para alcanzar las metas u objetivos laborales. Salanova y Schaufeli (2009) introdujeron tres tipos de recursos laborales: apoyo social, autonomía en el trabajo y feedback o retroalimentación.
 - Apoyo social: Otro elemento relacionado con el engagement que incluye el establecimiento y mantenimiento de relaciones sociales con los demás, la satisfacción de la necesidad de unirse a un grupo y el establecimiento de conexiones con los demás (Salanova y Schaufeli, 2009); por lo tanto, este es el ambiente laboral que constituye una de las necesidades básicas.
 - Autonomía en el trabajo: Ésta es una de las necesidades básicas de las personas en el lugar de trabajo y se basa en el hecho de que a las personas les gusta controlar lo que les sucede sin depender de otras personas ni de situaciones o circunstancias externas.
 - Feedback o Retroalimentación a colaboradores: Este es el reconocimiento que los jefes o colegas de los colaboradores que han dedicado tiempo y energía a mejorar sus habilidades y logros laborales.

- La demanda laboral es una característica de una organización y que precisa o requiere que los colaboradores inviertan esfuerzo para ser realizadas y esto traerá pérdidas físicas y/o psicológicas. Los recursos laborales son aquellas características físicas, psicológicas, sociales u organizativas que tiene como objetivo satisfacer la demanda en la organización.

2.2.1.5. Dimensiones del engagement

Schaufeli et al. (2002, citado en Maldonado et al., 2018) mencionaron que el concepto de engagement examina la experiencia y las condiciones positivas de los colaboradores y las condiciones propicias al bienestar y la felicidad, y también se definió como un estado dinámico positivo y duradero, y el trabajo está muy integrado por las dimensiones (vigor, dedicación y absorción).

- Vigor

Acuña y Guerra (2019) mencionaron que esto se relaciona con mantener alto nivel de energía, dinamismo o vitalidad, e iniciativa al desempeñar funciones laborales, lo que significa que se hacen esfuerzos para las actividades encomendadas de sus cargos, incluso cuando existe algún impase. Podemos observar los siguientes indicadores:

- Energía: Se refiere a la vitalidad, fuerza interior y la potencia para realizar el trabajo, el actuar, la transformación o proposición de las ideas o soluciones.
- Fuerza: Es la cualidad funcional del ser humano que viene siendo la capacidad que nos permite oponernos a una resistencia o ejercer presión.
- Responsabilidad: Es el cumplimiento de las obligaciones de hacer algo o decidir algo o de

realizarlo con cuidado, o una forma de responder, que significa que las personas saben claramente de que los resultados de lograrlo o no, recaen sobre él/ella o ellos/ellas.

- Gozo: Intensidad de los sentidos, esto es propio de los seres humanos, es una inmensa alegría que se obtiene desde el inicio hasta la realización de algún proyecto u otras actividades de experiencia.
- Persistencia: Es el estado (firmeza, constancia, perseverancia) que el colaborador muestra frente a una actividad o tarea.
- Optimismo: Actitud positiva ante la vida, el trabajo y el mundo, que les permite reaccionar positivamente a las dificultades y responder con una visión de que existe una resolución para el problema.
- Dedicación
Acuña y Guerra (2019) afirman que la dedicación viene siendo el grado de implicación personal en el trabajo y es muy alto; la dedicación es producido por sentimientos de trascendencia, entusiasmo, inspiración, orgullo y reto por el trabajo. Podemos observar los siguientes indicadores:
 - Sentido: La capacidad de reconocer y relacionarse con la realidad circundante para poder comprender, apreciar o juzgar algo las cosas.
 - Propósito: Este término indica la finalidad, objetivo de una acción o un objeto.
 - Entusiasmo: Admiración y estímulo al trabajo, afrontar retos y fomentar comportamientos o conductas.
 - Inspiración: El estímulo o sensación repentina de sobriedad que siente una persona, esta sensación de sobriedad es sentido a favor de la creatividad que buscara soluciones e ideas.

- Orgullo: Alta valoración de uno mismo, satisfacción con el trabajo realizado o para quien se hace, la afirmación de méritos lo hace sin vanidad y sin soberbia.
- Sacrificio: Es el que puede completar una tarea de todo corazón sin ahorrar esfuerzos, son generosos y anteponen los intereses de los demás sobre sí mismo.
- Absorción
Acuña y Guerra (2019) mencionaron que debido a la satisfacción y disfrute del trabajo de las personas surge la absorción, que viene siendo la concentración indispensable para que las personas realicen su trabajo y sienten que el tiempo que invierten pasa más rápido, esto puede ocasionar conflictos si lo tratan de desconectarlo de su labor. La absorción puede referirse en sí, como una atracción que tiene el colaborador a sus actividades en el trabajo. Las consecuencias de esto, es que, si tus colaboradores son completamente felices, se comienzan a dar una dificultad para dejar de realizar sus actividades. Están tan inmersos con lo que hacen que apenas entienden lo que sucede a su alrededor. Podemos observar los siguientes indicadores:
 - Tiempo: La cantidad de periodo en el que ocurrió una acción, suceso o evento, este periodo puede ser de larga o corta duración.
 - Atención: El proceso cognitivo de un individuo que se enfoca selectivamente en un objeto o actividad e ignora deliberadamente el resto del entorno.
 - Satisfacción: Es un estado mental de estar a gusto o de placer que se tiene al sentir, porque ya se ha colmado o cubierto una necesidad después cumplir parcial o completamente alguna actividad en el trabajo.

- Dedicación: Las acciones y efectos de los colaboradores que ocupan todo el tiempo disponible (sin incluir ningún otro trabajo) de acuerdo con promesas o contratos.
- Atracción: La capacidad de un individuo u objeto para atraer a otra o hacer que se le acerque.
- Concentración: La capacidad de mantenerse focalizado sobre un objeto o sobre la tarea que se está realizando.

2.2.1.6. Escalas de medida del engagement

En la literatura académica, hay muchas investigaciones que en su contenido mencionan como se puede medir al engagement; por ejemplo, tenemos a los autores Shuck, Zigarmi y Owen: Shuck, Zigarmi y Owen (2015) emplearon una variedad de métodos de medición para buscar la relación entre la teoría de la autodeterminación, engagement y desempeño. Se utilizaron un total de tres instrumentos para lograr la medición del engagement. Los estándares de medición utilizados son la Escala de Compromiso Laboral (JES) (Rich, LePine y Crawford, 2010, citado en Shuck et al., 2015) la Escala de Compromiso Laboral de Utrecht-9 (UWES-9) (Schaufeli, Bakker y Salanova, 2006, citado en Shuck et al., 2015) y el Armonioso, Obsesiva y Pasión (HOPS) (Vallerand et al., 2003, citado en Shuck et al., 2015). Utilizando estos instrumentos, obtuvo los siguientes datos en su investigación:

JES es una escala compuesta por tres factores (engagement cognitivo, engagement emocional, y engagement físico) y cada factor tiene una escala independiente. La confiabilidad de cada factor se estima de la siguiente manera: para el engagement cognitivo $\alpha=0,96$ (6 ítems); para el engagement emocional $\alpha=0,96$ (6 ítems); para el engagement físico $\alpha=0,94$ (6 ítems). La confiabilidad de la escala integral fue se estima $\alpha=0,97$ (Shuck et al., 2015).

UWES-9 es una escala compuesta por tres factores (vigor, dedicación y absorción), cada uno de los cuales tienen una escala independiente. La valoración de la fiabilidad de la consistencia interna de cada factor fue: para vigor $\alpha=0,91$ (tres ítems); para dedicación $\alpha=0,91$ (tres ítems); y para absorción $\alpha=0,83$ (tres ítems). Se estimó que la confiabilidad de la escala integral fue $\alpha=0,92$ (Shuck et al., 2015).

Shuck et al. (2015) utilizaron la escala HOPS para medir la pasión por el trabajo, esta escala se compone de dos factores (pasión obsesiva - pasión armoniosa), cada uno de los cuales tiene una escala independiente. Las estimaciones de confiabilidad de consistencia interna para cada factor: para pasión armonioso $\alpha=0,71$ (siete ítems) y para pasión obsesivo $\alpha=0,91$ (siete ítems). Se estima que la fiabilidad que se obtuvo de la escala combinada era $\alpha=0,92$.

2.2.1.7. Medición

En el transcurso del trabajo investigativo nos basamos en Valdez y Ron (2011), quienes fueron aquellos que para poder medir el nivel de engagement en su investigación, el “Módulo de Atención Integral de la Comisaría General de Prevención y Reinserción Social del Estado de Jalisco” utilizaron el instrumento UWES en una versión actualizada, dicho cuestionario constaba de 17 ítems, abarcando las dimensiones que son: el vigor (6 ítems), la dedicación (5 ítems) y la absorción (6 ítems).

– Vigor

Se evaluó a través de seis ítems, estos ítems involucran niveles altos de energía y resiliencia, además la voluntad de trabajar duro, incluyendo el logro de no fatigarse con facilidad, y la constante persistencia para hacer frente a las dificultades; los ítems son: 1) En mi trabajo me siento lleno de energía. 2) Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo. 3) Cuando me levanto por las mañanas, tengo ganas de ir a trabajar. 4) Puedo continuar trabajando durante largos

períodos de tiempo. 5) Soy muy persistente en mi trabajo. 6) Incluso cuando las cosas no van bien, continúo trabajando. Los resultados con puntuaciones altas en la dimensión de vigor suelen estar llenos de vitalidad, entusiasmo y resistencia en el trabajo; y por el contrario, si el resultado es un puntaje bajo, se reducirá la energía, entusiasmo y resistencias que presentara en la organización.

– Dedicación

Se evalúo a través de los cinco ítems relacionados con el significado del trabajo, estarán llenos de entusiasmo y orgullo por el trabajo realizado o por realizar, y esto los inspirará y desafiará; estos ítems son: 1) Mi trabajo está lleno de significado y propósito. 2) Estoy entusiasmado con mi trabajo. 3) Mi trabajo me inspira. 4) Estoy orgulloso del trabajo que hago. 5) Mi trabajo es retador. Aquellos que muestran un alto nivel de dedicación tienen un fuerte sentido de identificación con su trabajo porque su experiencia es importante, inspiradora y desafiante; por lo tanto, suelen ser apasionados de su trabajo y se sienten orgullosos de esto; y por el contrario, si es una puntuación baja en esta dimensión no se identificarán con su trabajo porque no creen que la experiencia sea importante o significativa, inspiradora o desafiante y no están entusiasmados, ni orgullosos del trabajo.

– Absorción

Su evaluación fue a través de seis ítems, estos ítems se refieren a que están inmersos en el trabajo y les cuesta salir, por lo que el tiempo pasa y el colaborador se olvida de todo lo que les rodea. Los ítems son los siguientes: 1) El tiempo pasa rápido cuando estoy trabajando. 2) Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mí. 3) Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo. 4) Estoy inmerso en mi trabajo 5) Me “dejo llevar” por mi trabajo. 6) Me es

difícil “desconectarme” de mi trabajo. Los que tienen una alta tasa de la dimensión de Absorción suelen estar dispuestos a participar en su trabajo, sentirse inmersos en él y les cuesta salir porque la actividad los impulsa; como resultado, se olvidaran de todo lo que les rodeaba y el tiempo pareció volar; y por el contrario, si la puntuación es baja en esta dimensión, no sienten que están involucrados o inmersos en la labor, y pueden dejar de prestar atención en su labor sin dificultad.

En resumen, se puede entender que el engagement en la organización traerá consecuencias positivas, y estas consecuencias tendrán un impacto importante en los siguientes aspectos: compromiso institucional, satisfacción laboral y reducción significativa de la rotación de colaboradores, resultando en persistencia y mejora en la participación de todos los colaboradores (mental y físicamente) que contribuye al desarrollo profesional, promueve la creatividad y mantiene el entusiasmo de toda la cadena de mando de la organización.

2.2.2. Proactividad

2.2.2.1. Definición

La proactividad se refiere a la actitud de determinadas personas ante situaciones o tareas que necesitan ser controladas con una gestión responsable y una alta capacidad de respuesta. Los autores como Viktor Frankl y Stephen Covey definieron el término de “proactividad” en sus respectivos libros. Además, el término “proactividad” fue escrito por el psiquiatra y neurólogo austriaco Viktor Frankl en 1946 en su libro titulado “El hombre en busca de sentido”. Para el autor: Frankl (1990) mencionó que la proactividad se define como la libertad de ocupar posturas en diversas situaciones y tener la capacidad de enfrentarlas de la mejor manera. Para el autor: Covey (2003) se refirió a la proactividad como aquella acción donde puedes elegir libremente las respuestas a los estímulos del entorno, esto permite hacer cosas

que nos humanizan y a la vez determinar que somos los arquitectos del propio destino.

2.2.2.2. Importancia de la proactividad

En 1983, Miller había propuesto que la proactividad en una organización significa que es enérgica en la persecución de sus prioridades competitivas y metas, superando a sus rivales en este sentido.

Bateman y Crant (1993, citado en Carbajal, 2017) señalaron que la proactividad implica la capacidad de cambiar las cosas, proponer nuevos planes, producir cambios constructivos y convertirse en agentes de un nuevo entorno.

Glueck y Jauch (19884, citado en Carbajal, 2017) mencionaron que las personas con proactividad son principalmente aquellas que tienden a desarrollar estrategias cuando no es necesario, porque no esperan verse obligados a reaccionar ante amenazas o situaciones problemáticas del entorno.

2.2.2.3. Valores y antivalores relacionados con la proactividad

Debido a la proactividad en las actividades y en la organización, el término de “proactividad” ha sido ampliamente utilizado y valorado, especialmente porque los colaboradores proactivos y altamente reactivos persiguen y esperan una actitud, que bajo cualquier circunstancia tienen iniciativa y disposición, un ejemplo evidente son las actividades que se dan en la organización como generar ideas y buscar oportunidades. La proactividad no tiene nada que ver con el activismo o la hiperactividad. Ser proactivo no significa actuar con prisa, actuar de forma caótica y desorganizada, dejarse confundir o ser llevado por los impulsos actuales (agresivos, arrogantes o insensibles), en vez de eso, se mueven por valores, sabiendo que necesitan y tomando acciones correspondientes.

Weick (1983, citado en Carbajal, 2017) mencionó que la definición de persona proactiva engloba las siguientes características: tener iniciativa y controlarse cuando necesita tomar decisiones clave, lo

que lo convierte en un sujeto decisivo, firme y consistente. Además, son impulsados por valores cuidadosamente considerados y seleccionados: Suceden muchas cosas a su alrededor, pero tienen el poder de responder a estos estímulos y enfocar su energía en el círculo de influencia porque están comprometidos con ser relevantes y por consiguiente su energía es positiva.

Aresti (2018) mencionó que las personas creen que el valor está relacionado con la iniciativa, responsabilidad, previsión, osadía y creatividad; asimismo, se opone a antivalores como la reactividad, negatividad, conformismo, desconfianza, egoísmo y la arrogancia. Este conjunto de conceptos puede aclarar lo que en sí es proactividad; además, Aresti (2018) mencionó que la proactividad está acompañada de otros valores como: calma, serenidad y constancia; la capacidad de pensar también es importante sobre la(s) situación(es) específica(s), los juicios, la madurez y la objetividad utilizados además de un código de conducta habitual.

2.2.2.4. Elementos

Yarce (2005) menciona que la proactividad requiere tener siempre presente ciertos elementos básicos y nos indicó que son los siguientes: La información, el juicio y la actuación con prudencia.

- La información

Permite saber qué medidas se pueden tomar en determinadas situaciones. Si un colaborador desea realizar sus propias tareas, además de comprender sus propias funciones, también debe estar completamente comprometido con el desempeño de sus funciones en un entorno enfocado e informado para realizar estas tareas con seriedad, intensidad y lograr resultados inmediatos.

- El juicio

Es la manifestación como la aptitud de discernir y reflexionar en el momento determinado de la toma de decisiones y abandona opciones desfavorables para completar las tareas asignadas.

- La actuación con prudencia
Posibilidad de escoger cual es la acción óptima hacia el logro del objetivo final; también se considera que es la capacidad de tomar medidas para alcanzar un objetivo después de una cuidadosa consideración y juicio previo.

2.2.2.5. Dimensiones de la proactividad

- Autoconciencia
Capacidad de ver como observador nuestra participación en los hechos y de elegir cómo nos afecta.
 - Creatividad
Habilidad o la capacidad para generar nuevas ideas en beneficio de analizar problemas y que esto conducirá a la creación de soluciones alternativas a la situación que enfrenta.
- Autoconciencia moral
Una comprensión profunda de lo que está bien y lo que está mal, los principios que controlan el comportamiento y el grado en que los pensamientos y comportamientos son consistentes con esos principios.
 - Creatividad
La capacidad (ingenio, inventiva, imaginación) única de generar ideas nuevas o conceptos nuevos que pueden producir respuestas originales y a la vez ayudar al mejoramiento del rendimiento y la productividad laboral.
 - Motivación
Es un conjunto de factores internos o externos que existen en la organización y que son determinantes parcialmente en el comportamiento de una persona.
- Imaginación
Es la creatividad o la capacidad de ir más allá de la realidad actual para ejercer una creación.

- Motivación
El deseo de las personas de hacer grandes esfuerzos para alcanzar los objetivos de la organización, dependiendo de la capacidad de satisfacer las necesidades individuales.
- Iniciativa
Es la proposición de mejoras e ideas, con una buena presentación y demostración de lo que ves más allá de las funciones que te fueron designadas y a la vez se caracteriza por asumir la realización de las mismas.
- Voluntad independiente
Es la capacidad de actuar con nuestra autoconciencia sin ninguna otra influencia.
 - Iniciativa
Se define como la tendencia a actuar, crear oportunidades y mejorar resultados sin requerimientos externos, y se sustenta en la autoresponsabilidad y la autodirección.

2.2.2.6. Comportamiento proactivo en el entorno laboral

Bateman y Crant (1993, citado en Gudermann, 2010) señalaron que una persona proactiva se define por tener los siguientes comportamientos de conducta:

- Siempre están buscando nuevas oportunidades.
- Propone propuestas con una meta que está caracterizada por la efectividad y dirección del cambio.
- Se anticipan y toman medidas preventivas para solucionar problemas.
- Hacen cosas y actúan de manera diferente a lo habitual.
- A pesar de no saber lo que podría pasar, actuarán y emprenderán hacia adelante.

- Están orientados a resultados claros para que pueda lograr ser óptimamente palpable.

Crant (2000) señaló que la personalidad proactiva se refiere a una tendencia de actuar estable y esforzarse por tener un impacto positivo en el entorno.

Hasta la actualidad, diversos cambios en el entorno, como la globalización, el uso de nuevas tecnologías de la información y el aumento de la competitividad, todo esto hace que la mayoría de veces solo nos conformemos con reaccionar ante las adversidades; sin embargo, si se sigue esta tendencia solo seremos impotentes a que el negocio solo logre sobrevivir en algún tipo de mercado. Por tanto, la predicción, la actualización, la previsión, la imaginación y la invención, se convierten en sumamente importantes para tener en cuenta (Ares, 2011).

Entonces, la persona proactiva, emprendedora formaran un optimismo realista, que le facilitara disfrutar del trabajo diario y por consiguiente buscara constantemente el éxito, solucionara problemas, valorara las ocasiones porque aprenderá de los errores y mantendrá la autoestima.

- Cualidades de los proactivos

Covey (2003) mencionó que en el libro “Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva” había escrito ciertas características que podrían poseer la persona proactiva y las cuales son:

- Que comprende completamente sus fortalezas y debilidades, hará un uso completo de sus habilidades y reconocerá activamente las áreas que deben fortalecerse, lo que permitirá el determinar fácilmente como lidiar con la situación.
- Puede controlar sus emociones y actitudes para poder responder adecuadamente a diversas situaciones que pueden presentarse en su vida.

- Declara expresar opiniones con seguridad en el momento y la forma adecuada para expresar su pensamiento, manifestándolas con claridad y con respeto.
- Tiene confianza en sus habilidades plenamente y por ende busca optar por aceptar desafíos.
- Enfrenta con ideas positivas a un futuro incierto que puede presentar cambios e inseguridades.
- Actúa inquebrantablemente para lograr sus objetivos.
- Capaz de plantear ideas y ponerlas en práctica para conseguir las ideas propuestas.
- Capacidad para convertir cualquier problema en la próxima oportunidad.
- Por su perseverancia, no cederá en el primer obstáculo que bloquee su avance o plan.
- Acepta y enfrenta su fracaso, esto lo toma como aprendizaje y lo vuelve a intentar.
- Esta dispuesto a tomar otras formas y opciones hasta que obtenga el resultado deseado, a su vez considera las consecuencias de las acciones o formas que realizó o empleó.

2.2.2.7. Medición

Por las características de su investigación, Aresti (2018) utilizó la escala de Likert en el proceso de elaboración, la cual determinó el nivel de conocimiento de proactividad en su muestra.

Su escala Likert constaba con un rango de valoración (1 a 4)

- Totalmente de Siempre (4)
- Casi siempre (3)
- Pocas veces (2)
- Nunca (1)

La escala Likert constaba de preguntas con sus diferentes opciones de respuesta, que ayudan a dar información a los

siguientes indicadores (excepto la primera pregunta que había estado directamente relacionada con la proactividad).

- Creatividad (Preguntas. 2, 3 y 4)
- Motivación (Preguntas 5, 6 y 7)
- Iniciativa. (Preguntas 8, 9 y 10)

2.3. Marco conceptual

- Engagement

Desde un punto psicológico, se puede definir como los logros positivos del personal que experimenta en la realización de sus tareas, en este estado, el personal considera al trabajo como interesante y emocionante, a la vez crea momentos de satisfacción y no lo relaciona como una carga abrumadora (García, 2018).

- Proactividad

La definición es básicamente una actitud proactiva, pero debido a que es un concepto relacionado con la psicología del trabajo, generalmente se define como un supuesto de que las personas controlan completamente su propia conducta y toman iniciativas para desarrollarse la actitud en las actividades creativas que pueden mejorar el entorno laboral (Fernández, 2019).

- Recursos

Medio utilizado para cumplir un fin dentro de una organización y podemos decir que en general que viene a resultar ser un elemento usado en las distintas áreas de estudios dentro como la administración, economía, biología, psicología, derecho (Westreicher, 2020).

- Recursos humanos

Área o departamento que está dentro de una empresa que gestiona todo lo relacionado con el personal que lo conforma, lo cual es fundamental para cualquier empresa, incluyendo: reclutamiento, selección, contratación, acogida, promoción, nomina, contratos y despidos (Ruben, 2018).

- Labor

Puede definirse desde una perspectiva clásica, es el acto que se lleva a cabo una actividad, la cual está marcada por ser una responsabilidad ardua, se puede referir al trabajo en sí, el que conlleva a una retribución monetaria (Concepto de definición.de, Redacción, 2019).

2.4. Hipótesis

H₁: Existe relación significativa entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

H₀: No existe relación significativa entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

2.5. Variables

2.5.1. Operacionalización de variables

Tabla 1.

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	INSTRUMENTO DE COLECCIÓN DE DATOS	ESCALA DE MEDICIÓN
Engagement	Engagement es un término utilizado en el campo de las relaciones laborales específicamente entre la administración y la cultura organizacional donde está determinado por los esfuerzos voluntarios de los trabajadores de la empresa u organización. (Berenstein, 2019)	El engagement será medido a través del instrumento, cuestionario de 17 ítems, donde cada ítem tiene 05 opciones de respuestas.	Vigor	Energía	Cuestionario	Ordinal
				Fuerza		
				Responsabilidad		
				Gozo		
				Persistencia		
				Optimismo		
			Dedicación	Sentido		
				Propósito		
				Entusiasmo		
				Inspiración		
				Orgullo		
				Sacrificio		
			Absorción	Tiempo		
Atención						

				Satisfacción			
				Dedicación			
				Atracción			
				Concentración			
Proactividad	Dado que está ligado a la Psicología del trabajo, podemos definirlo como: asumir una actitud que consiste en controlar completamente la propia conducta y tomar medidas de iniciativas para llevar a cabo actividades creativas para mejoramiento del entorno laboral. (Fernández, 2019)	La variable proactividad será medida a través de un instrumento cuestionario de 10 ítems, donde cada ítem tiene 05 opciones de respuesta.	Autoconciencia	Creatividad	Cuestionario	Ordinal	
			Autoconciencia Moral				
			Imaginación				Motivación
			Voluntad Dependiente				Iniciativa

III. MATERIAL Y MÉTODOS

3.1. Material

3.1.1. Población

Al 2021, la población de la investigación estuvo conformada por los 25 trabajadores de la Agencia de Aduana Macromar de Paita.

3.1.2. Marco muestral

El marco muestral está constituido por todos los colaboradores de la empresa localizada en Paita; el tipo de muestreo es el de por conveniencia, se aplicó un censo a la población elegida.

3.1.3. Unidad de análisis

En esta investigación la unidad de análisis, son los colaboradores de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

3.1.4. Muestra

Debido a que la población es pequeña, en este caso la muestra estará constituida por los mismos 25 colaboradores de la agencia de aduana Macromar a quienes se les aplico un censo.

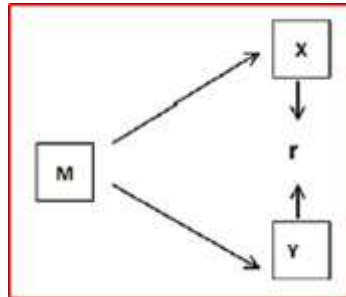
3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de contrastación

Esta investigación es de diseño no experimental, de corte transversal, correlacional. Los autores Hernández et al. (2014) afirman que su propósito es comprender y conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos conceptos o más, categorías o variables de una muestra o entorno específico; también trata de predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos o casos en la variable.

En esta investigación se medirán las variables engagement y proactividad.

Sobre el un diseño no experimental, los autores Palella y Martins (2012), mencionaron que se realiza sin manipulación deliberada de ninguna variable, además se observan los variables durante un cierto tiempo y luego se analizará. El diseño de corte transversal significa que solo se recoge la información en un tiempo determinado, una sola medición, pues su objetivo general es determinar la relación entre el engagement y la proactividad.



Donde:

M: muestra

X: variable engagement

Y: variable proactividad

r: relación posible entre las variables

3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

La técnica empleada fue la encuesta, de acuerdo con los autores Trespacios, Vázquez y Bello (2005), las encuestas son herramientas de investigación básicamente descriptivas que plantean preguntas que se aplicarán a individuos seleccionados de una muestra perteneciente a un grupo para determinar los métodos utilizados para recolectar la información obtenida.

El instrumento empleado fue el cuestionario estructurado con 26 ítems. Muñoz (2003) afirma que el cuestionario es un procedimiento básico en todas las ciencias sociales para recolectar datos de manera que pueda ser utilizado como una herramienta para evaluar diversos elementos de procedimientos, procesos y personal, tratando de capturar tanto cuantitativos como cualitativos. El cuestionario contiene 26 ítems en total; los 17 primeros ítems para la variable engagement y los últimos 9 ítems para la variable proactividad, el cual fue adaptado de la investigación realizada por Martin y Molina en el 2017, en los cuales tiene 03 dimensiones que es el vigor, dedicación y absorción, dentro de los cuales las preguntas 1, 2, 3, 4, 5 y 6 pertenecen a vigor, las preguntas 7, 8, 9, 10 y 11 pertenecen a dedicación y las preguntas 12, 13, 14, 15, 16 y 17 pertenecen a absorción, la escala de valoración que se utiliza para medir al engagement es una

escala de nunca(1), algunas veces(2), regularmente(3), bastantes veces(4) y siempre(5), que fue adaptada de la investigación realizada por los autores Mendoza y Gutiérrez en el 2017.

En los últimos 9 ítems del cuestionario fue adaptado de la investigación realizada por Martin y Molina en el 2017, en los cuales tiene 04 dimensiones que es la autoconciencia, autoconciencia moral, imaginación y voluntad independiente, dentro de los cuales las preguntas 2 y 3 pertenecen a autoconciencia, las preguntas 4, 5 y 6 pertenecen a autoconciencia moral, las preguntas 7, 8 y 9 pertenecen a imaginación y la pregunta 10 pertenece a voluntad independiente, la escala de valoración que se utiliza para medir a la proactividad es una escala de nunca(1), algunas veces(2), regularmente(3), bastantes veces(4) y siempre(5), que fue adaptada de la investigación realizada por el autor Aresti en el 2018.

3.2.3. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizó la estadística descriptiva para determinar la distribución de frecuencia de cada uno de los ítems planteados en el instrumento de recolección de datos; también se utilizó la estadística inferencial para determinar la asociación entre las variables de estudio.

Los datos fueron tabulados mediante la hoja de cálculo de Excel 2019 y el Software estadístico SPSS versión 25.0; los resultados se presentan en tablas y gráficos, las cuales cuentan con sus interpretaciones siguiendo el orden establecido por los objetivos de investigación.

IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

Los datos fueron recopilados mediante la aplicación de un cuestionario con alternativas de respuesta tipo escala Likert, con valoración de Nunca (1), algunas veces (2), Regularmente (3) bastantes veces (4), siempre (5); en la determinación del nivel de cada una de las variables se han calificado como: Nivel Bajo, Nivel Medio y Nivel Alto.

El Objetivo General: Determinar la relación entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

Tabla 2.

Relación entre engagement y proactividad de la Agencia de Aduanas Macromar.

		Correlaciones	
		ENGAGEMENT	PROACTIVIDAD
ENGAGEMENT	Coefficiente de correlación	1,000	,568**
	Sig. (bilateral)	.	,003
	N	25	25
PROACTIVIDAD	Coefficiente de correlación	,568**	1,000
	Sig. (bilateral)	,003	.
	N	25	25

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

Nota: Aplicación de encuesta - elaborado por los autores

El Coeficiente de correlación Rho de Spearman que demuestra la asociación entre las variables engagement y proactividad de la Agencia de Aduanas Macromar de Paita en el año 2021, indicando que hay significancia. Se demuestra que existe una correlación positiva media entre el engagement y la proactividad.

Objetivo específico 1: Identificar el nivel del engagement de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

Tabla 3.

Identificación del nivel del engagement de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

Nivel de engagement		
	fi	%
MEDIO	3	12%
ALTO	22	88%
Total	25	100%

Nota: Aplicación de encuesta - elaborado por los autores

De los resultados de la tabla 3, identificamos que las dimensiones de la variable engagement de la Agencia de Aduana Macromar presenta un nivel alto con 98% y 12% en nivel medio.

Tabla 4.

Análisis de frecuencias para las respuestas a los ítems para determinar el Nivel del Engagement en la Agencia de Aduanas Macromar de Paita en el año 2021.

DIMENSIONES ENGAGEMENT	Nunca		Algunas veces		Regularmente		Bastantes veces		Siempre	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
VIGOR										
1. En mi trabajo me siento lleno de energía.	0	0%	0	0%	1	4%	10	40%	14	56%
2. Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo.	0	0%	0	0%	0	0%	16	64%	9	36%
3. Cuando me levanto por las mañanas, tengo ganas de ir a trabajar.	0	0%	0	0%	6	24%	13	52%	6	24%
4. Puedo continuar trabajando durante largos periodos de tiempo.	0	0%	0	0%	6	24%	15	60%	4	16%
5. Soy muy persistente en mi trabajo.	0	0%	0	0%	2	8%	13	52%	10	40%
6. Incluso cuando las cosas no van bien, continuo trabajando.	0	0%	0	0%	1	4%	13	52%	11	44%
DEDICACIÓN										
7. Mi trabajo está lleno de significado y propósito.	0	0%	0	0%	2	8%	12	48%	11	44%
8. Estoy entusiasmado con mi trabajo.	0	0%	0	0%	2	8%	11	44%	12	48%
9. Mi trabajo me inspira.	0	0%	0	0%	2	8%	12	48%	11	44%

10. Estoy orgulloso del trabajo que realizo.	0	0%	0	0%	0	0%	13	52%	12	48%
11. Mi trabajo es retador.	0	0%	0	0%	3	12%	13	52%	9	36%
ABSORCIÓN										
12. El tiempo pasa rápido cuando estoy trabajando.	0	0%	0	0%	5	20%	11	44%	9	36%
13. Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mí.	0	0%	0	0%	6	24%	11	44%	8	32%
14. Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo.	0	0%	1	4%	3	12%	10	40%	11	44%
15. Estoy inmerso en mi trabajo.	0	0%	0	0%	4	16%	17	68%	4	16%
16. Me “dejo llevar” por mi trabajo.	0	0%	0	0%	10	40%	8	32%	7	28%
17. Me es difícil “desconectarme” de mi trabajo.	0	0%	0	0%	9	36%	14	56%	2	8%

Nota: Aplicación de encuesta - elaborado por los autores

Los resultados de la tabla 4, muestran que en cuanto a la dimensiones Vigor, Dedicación y Absorción; los ítems tuvieron respuestas como Bastantes veces y siempre; las cuales hace que el indicador del nivel de engagement sea ALTO. En la dimensión Vigor: Los valores se encuentran en niveles altos cercanos al 100%. En la dimensión Dedicación: los valores altos se concentran en las opciones bastantes veces y siempre con valores cercanos al 100%. En la dimensión Absorción: el 68% indican que muchas veces están inmersos en su trabajo, así como, el 56% señala que le es difícil “desconectarse” de su trabajo; el 44% señala que muchas veces cuando está trabajando olvida todo lo que pasa a su alrededor; también el 40% indica que es muy feliz cuando está muy absorto en su trabajo.

Objetivo específico 2: establecer el nivel de proactividad de los colaboradores de la Agencia de Aduana Macromar en el año 2021.

Tabla 5.

Identificación del nivel de la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

Nivel de proactividad		
	Fi	%
MEDIO	2	8%
ALTO	23	92%
Total	25	100%

Nota: Aplicación de encuesta - elaborado por los autores

Los resultados de la Tabla 5, muestra que el nivel de proactividad de la Agencia de Aduana Macromar se encuentra en nivel alto.

Tabla 6.

Análisis de frecuencias para las respuestas a los ítems para determinar el Nivel de Proactividad en la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

DIMENSIONES PROACTIVIDAD	NUNCA		ALGUNAS VECES		REGULARMENTE		BASTANTES VECES		SIEMPRE	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
AUTOCONCIENCIA										
18. Cree que hay más de una forma de resolver problemas.	0	0%	0	0%	0	0%	11	44%	14	56%
19. Propone nuevas formas de realizar su trabajo.	0	0%	0	0%	3	12%	13	52%	9	36%
AUTOCONCIENCIA MORAL										
20. Busca llevar a cabo a la práctica las mejores ideas.	0	0%	0	0%	3	12%	11	44%	11	44%
21. Necesita un empujón para hacer las cosas.	0	0%	0	0%	8	32%	13	52%	4	16%
22. Puede dirigir sindificultad.	0	0%	0	0%	2	8%	13	52%	10	40%
IMAGINACIÓN										
23. Se adapta fácilmente a los cambios.	0	0%	0	0%	3	12%	12	48%	10	40%
24. Se siente con ánimos para realizar adecuadamente su trabajo.	0	0%	0	0%	0	0%	20	80%	5	20%
25. Confía en alcanzar sus metas.	0	0%	0	0%	2	8%	7	28%	16	64%
VOLUNTAD INDEPENDIENTE										
26. Las tareas que realiza le motivan y le permiten salir adelante.	0	0%	0	0%	2	8%	8	32%	15	60%

Nota: Aplicación de encuesta - elaborado por los autores

Los resultados de la tabla 6, muestran que en cuanto a la dimensiones Autoconciencia, Autoconciencia moral, Imaginación y Voluntad independiente; los ítems tuvieron respuestas como Bastantes veces y Siempre; las cuales hace que el indicador en cuanto al nivel de Proactividad sea ALTO.

En la dimensión Autoconciencia: En mi trabajo me siento lleno de energía, el 56% respondió Siempre, seguido de Bastantes veces 40%; Soy fuerte y vigoroso en mi trabajo, Bastantes veces 64%; Cuando me levanto por las mañanas, tengo ganas de ir a trabajar, Bastantes veces 52%; Puedo continuar trabajando durante largos periodos de tiempo, Bastantes veces 60%; Soy muy persistente en mi trabajo, Bastantes veces 52%; Incluso cuando las cosas no van bien, continúo trabajando, bastantes veces 52%. En cuanto a la dimensión Imaginación; el 80% indica que muchas veces se siente con muchos ánimos para realizar adecuadamente su

trabajo; el 64% confía en alcanzar sus metas. Para la dimensión Voluntad Independiente; el 60% indica que siempre Las tareas que realizan lo motivan y le permiten salir adelante.

Objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre cada una de las dimensiones del engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

Tabla 7.

Coefficiente de correlación Rho de Spearman para las dimensiones de la variable Engagement y la Proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

		Correlaciones		
		VIGOR	Absorción	Dedicación
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	,539**	,500*	,465*
Proactividad	Sig. (bilateral)	0.005	0.011	0.019
	N	25	25	25

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

* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Nota: Aplicación de encuesta - elaborado por los autores

El coeficiente Rho de Spearman de tabla 7, presenta valores de 0.539, 0.500 y 0.465 y Sig. < 0.05, los que indican que hay significancia, es decir que cada una de las dimensiones de la variable engagement se relacionan de manera positiva frente a la proactividad en la Agencia de Aduanas Macromar de Paita en el año 2021.

Análisis de correlación para las variables Engagement y Proactividad Formulamos las hipótesis estadísticas:

H₁: Existe relación significativa entre el engagement y proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

H₀: No Existe relación significativa entre el engagement y proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

Tabla 8.

Coefficiente de correlación Rho de Spearman para las variables Engagement y Proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

Correlaciones			
		ENGAGEMENT	PROACTIVIDAD
ENGAGEMENT	Coeficiente de correlación	1,000	,568**
	Sig. (bilateral)	.	,003
	N	25	25
PROACTIVIDAD	Coeficiente de correlación	,568**	1,000
	Sig. (bilateral)	,003	.
	N	25	25

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

Nota: Aplicación de encuesta - elaborado por los autores

La tabla 8, nos muestra un coeficiente Rho de Spearman = 0.568 y sig.= 0.003 < 0.01, lo que indica que se deberá de rechazar la hipótesis nula planteada (H_0), indicando que hay significancia y aceptar la hipótesis H_1 .

Se puede concluir que existe una correlación positiva no muy fuerte entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.

4.2. Discusión de resultados

Con respecto al objetivo general, determinar la relación entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021. El engagement, es definido por Berenstein (2019) como los esfuerzos voluntarios de los trabajadores dentro de una organización o empresa; término muy utilizado en el campo laboral de las relaciones entre la administración y la cultura organizacional; la Proactividad explicada por Fernández (2019) quien señala que está ligada a la psicología del trabajo y lo define como la actitud para poder controlar del todo a la propia conducta y disponer de iniciativas en actividades para mejorar el entorno laboral de los trabajadores. Los resultados encontrados permiten determinar que el engagement y la proactividad en la Agencia de Aduana Macromar de Paita tienen una correlación positiva media o moderada, según el coeficiente de correlación $r = 0.568$ y $\text{sig.} = 0.003 < 0.01$ = 0.568 y $\text{sig.} = 0.003 < 0.05$. Los resultados encontrados tienen relación con los hallados por Borrego (2016) quien concluye en su investigación que el engagement se encuentra relacionado a las necesidades desafiantes y el estado psicológico, y que además ocasiona un amplio efecto en la satisfacción profesional, el nivel alto registrado por las respuestas de los trabajadores, pues, es señal de que los trabajadores se sienten satisfechos con el trabajo que realizan, comprometidos y leales a la empresa con quien contratan. También hay coincidencia con la investigación de Aresti (2018) que demostró que los trabajadores si muestran conocimiento sobre la proactividad dentro de la empresa, entre ellos buscan promover y hacer práctica dentro de la empresa u la organización donde trabajan. Haciendo la comparación entre la definición, antecedentes y los resultados de la investigación; podemos sacar conclusiones que entre el engagement y proactividad de los trabajadores poseen niveles altos; además, muestran asociación positiva entre estos dos caracteres, demostrando que en el ambiente en el cual se desempeñan es óptimo para su desarrollo personal y profesional; pero a la vez, la empresa debería fijar mejores indicadores para ambas variables.

Con respecto al primer objetivo específico: identificar el nivel del engagement de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021. Sobre el engagement, Kahn (1990, citado en Sun y Bunchapattanasakda, 2019) menciona respecto a esta variable que es el uso y aprovechamiento de los miembros de la organización para los roles laborales, autoempleo y autoexpresión de las personas física, cognitiva y emocionalmente en su vida laboral. Los resultados del análisis de las dimensiones del engagement: Es fuerte y vigoroso en el trabajo (100%), es muy persistente en el trabajo (92%), está entusiasmado en su trabajo (92%), el trabajo es retador (88%), el tiempo pasa rápido cuando se está trabajando (80%), “se deja llevar” por el trabajo (60%); estos resultados concuerdan con los encontrados por Mendoza y Gutiérrez (2017) quien en su investigación respecto a la variable engagement en el Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado, encontró resultados en las dimensiones Vigor (91.3%), dimensión Dedicación (90%) y dimensión Absorción (88.5%), las cuales están directamente en relación con el desempeño laboral correspondiente; demostrando la existencia de un trabajo armónico y apasionado, mejorando en la satisfacción laboral y obteniendo un mejor desempeño dentro de la organización. De la comparación de la teoría, antecedentes y resultados de la investigación, se puede resaltar que los trabajadores en la Agencia de Aduanas Macromar de la localidad de Paita posee nivel alto del engagement, demostrando que se está tomando en cuenta al engagement en los trabajadores para el desempeño laboral.

Con respecto al segundo objetivo específico: Establecer el nivel de proactividad de los colaboradores de la Agencia de Aduana Macromar en el año 2021. La proactividad explicada por Covey (2003) afirma que la proactividad, es aquella acción donde puedes elegir libremente las respuestas a los estímulos del entorno, esto permite hacer cosas que nos humanizan y a la vez determinar que somos los arquitectos del propio destino. Los resultados de investigación permiten demostrar según los ítems como: cree que hay más de una forma de resolver problemas (100%), propone nuevas formas de realizar su trabajo (88%), necesita un incentivo para realizar las cosas (68%), puede dirigir sin dificultad (92%), se adapta fácilmente a los cambios (88%), confía alcanzar sus metas (92%), las tareas que realiza le motivan y le permiten salir adelante (92%); en base a lo ya mencionado

se ha identificado que el nivel de la proactividad en la Agencia de Aduana Macromar de Paita se ubica en el nivel alto, esto se evidencia con los datos mostrados anteriormente. Estos resultados coinciden con los encontrados por Ysla (2019) en su investigación que concluye que el programa de liderazgo y proactividad influye en gran medida de manera positiva al desempeño laboral. De la comparación de la definición, antecedentes y resultados de esta investigación, se puede afirmar que los trabajadores cuentan con un nivel ALTO en proactividad, destacando que dentro de la organización se admiten hacer cosas que humanizan y además permiten determinar que cada persona es arquitecto del propio destino para solucionar problemas o situaciones que ocasionarían dificultades en el clima laboral.

Con respecto al tercer objetivo específico: determinar la relación que existe entre cada una de las dimensiones del engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021. Para la variable engagement, tenemos al autor García (2018) mencionando que si lo fijamos desde un punto psicológico, se puede determinar cómo los logros positivos del personal que experimenta en la realización de sus tareas, el personal considera al trabajo como interesante y emocionante, creando momentos de satisfacción y no como una carga abrumadora; del mismo modo, para la variable proactividad el autor Frankl (1990) lo define como la libertad de ocupar posturas en diversas situaciones y poseer la capacidad de hacer frente de la mejor manera. Los resultados logran demostrar que mediante el análisis de correlación con el Coeficiente Rho de Spearman (tabla 7), se pudo determinar la relación positiva que existe entre las variables engagement y proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021; del mismo modo, al hacer un análisis de correlación de la variable proactividad con cada una de las dimensiones de la variable engagement (tabla 8) se pudo constatar de que existe una correlación positiva media en cada par correlacional. Concordando con los resultados encontrados por Cisneros (2021) quien demostró que existe una correlación muy significativa, directa y en grado medio ($p < .01$), entre las dimensiones de engagement (Vigor, Dedicación y Absorción) y las dimensiones de clima laboral (Realización Personal, Involucramiento laboral, Supervisión, Comunicación y Condiciones Laborales), verificando que a mayor Engagement, mayor Clima Laboral; el resultado coincide

con los encontrados por Abanto y Santillan (2019) que aportaron información para la adecuación de un mejor clima organizacional, también de comparar y ratificar la necesidad e importancia de su relación con la proactividad del potencial humano en una organización; se evidencian en los colaboradores una relación directa entre el clima laboral y la proactividad. De la comparación de la teoría, antecedentes y resultados de la investigación, se demuestra una correlación positiva media entre las dimensiones del engagement y la proactividad; también se evidencia una relación directa con el clima laboral, además con sus dimensiones (realización personal, involucramiento laboral, supervisión, comunicación, condiciones laborales).

CONCLUSIONES

- Existe una correlación positiva media entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021, respaldada por el indicador del Coeficiente Rho de Spearman = 0.568 y un Sig. < 0.05.
- Existe un nivel alto de la variable engagement de la Agencia de Aduanas Macromar de Paita en el año 2021, indicador que se obtuvo de acuerdo a las respuestas de los colaboradores que laboran en la localidad de Paita; también corroborado por el nivel alto alcanzado en las dimensiones vigor, dedicación y absorción.
- Se identificó que la variable Proactividad en la Agencia de Aduanas Macromar de Paita en el año 2021 fue de nivel Alto, indicador obtenido mediante las respuestas de los 25 trabajadores; además, corroborado por el nivel alto de las dimensiones autoconciencia, autoconciencia moral, imaginación y voluntad independiente con porcentajes entre 68% y 100%.
- Se determinó que la relación existente entre cada una de las dimensiones del engagement con la proactividad en la Agencia de Aduanas Macromar de Paita en el año 2021 es positiva; según coeficiente de Spearman igual a 0.539, 0.500 y 0.465 y Sig. < 0.05; en las relaciones vigor con proactividad, absorción con proactividad y dedicación con proactividad, respectivamente.

RECOMENDACIONES

- Se sugiere implementar un plan de capacitaciones para fortalecer el engagement y la proactividad, de tal manera que los trabajadores se sientan en capacidad de interactuar, integración y comunicación dentro de su ámbito de trabajo; transmitiendo empatía y colaboración para un mejor desempeño de sus funciones
- Se sugiere incorporar un especialista en psicología motivacional que desarrolle funciones de coaching, para mejorar los indicadores de la variable engagement, de tal manera que permita planificar el trabajo a realizar y establecer metas y objetivos en los trabajadores.
- Fortalecer el trabajo en equipo para obtener mejores resultados dentro de la organización debido a la fuerte competencia del sector, mediante reuniones de socialización, capacitaciones, videollamadas, etc.; haciendo que el trabajador se sienta identificado con la empresa.
- Se sugiere a la agencia establecer programas de actividades integradoras para la motivación para los colaboradores, de tal manera que el clima laboral entre ellos sea positivo; incentivándoles al logro de objetivos y metas de la organización.

REFERENCIAS

- Abanto, C., Santillan, R.pdf. (s. f.). Recuperado 22 de julio de 2021, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/43584/Abanto_CKY-Santillan_RMB.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aboal, D., Arias, E., Crespi, G., Garda, P., Rasteletti, A., Rubalcaba, L., Vairo, M., y Vargas, F. (2015). *La innovación y la nueva economía de servicios en América Latina y el Caribe: Retos e implicaciones de política | Publications*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-innovaci%C3%B3n-y-la-nueva-econom%C3%ADa-de-servicios-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe-Retos-e-implicaciones-de-pol%C3%ADtica.pdf>
- Acuña, E., y Guerra, A. (2019). “Evidencia de la validez, confiabilidad y normas percentilares de la escala Utrecht de engagement UWES – 17 en miembros de la Policía Nacional del Perú de la región policial Piura”. 68.
- Arango, A. (2015). Prácticas de recursos humanos y su relación con el engagement de los empleados en una Institución de Educación Superior en la ciudad de Bogotá Colombia [MasterThesis, Universidad del Rosario]. En *Instname: Universidad del Rosario*. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/11501>
- Ares, A. (2011). *La conducta proactiva como conducta estratégica*. studylib.es. <https://studylib.es/doc/5606476/la-conducta-proactiva-como-conducta-estrategica>

- Aresti, K. (2018). *Proactividad en un grupo de trabajadores en Fincas Exportadoras en Guatemala*. 59.
- Berenstein, M. (2019, junio 14). El Engagement, más allá del compromiso. *Emprendedores News*.
<https://emprendedoresnews.com/tips/el-engagement-mas-alla-del-compromiso.html>
- Borrego, Y. (2016). *El «engagement» en el trabajo: Antecedentes y resultados organizacionales*.
<http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/11948>
- Cabrera, A. (2019). *Engagement y Estrategias de Afrontamiento en estudiantes de medicina*.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPC_5147476d0f168ae7875046bc9ed7708d/Description#tabnav
- Carbajal, P. (2017). "Personalidad proactiva y capacidad emprendedora de los trabajadores de una empresa dedicada al rubro de telecomunicaciones en el distrito de Independencia, 2017". *Universidad César Vallejo*.
<http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/3195>
- Céspedes, R. (2018). Indicadores claves de gestión y prospectiva estratégica de una empresa. *Investigación Valdizana*, 12(3), 147-152.
<https://doi.org/10.33554/riv.12.3.149>
- Cisneros, M. (2021). Engagement y clima laboral en trabajadores de una empresa de mantenimiento de Trujillo. *Universidad Privada Antenor Orrego*. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20500.12759/7684>

- Concepto de definición.de,Redacción. (2019). *¿Qué es Labor? » Su Definición y Significado [2020]*. Concepto Definición.
<https://conceptodefinicion.de/labor/>
- Covey, S. (2003). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: La revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa*. Paidós. <https://www.colegiorudolfsteiner.edu.ec/pdf/Los-7-Habitos-de-las-Personas-Altamente-Efectivas.pdf>
- Crant, J. M. (2000). Proactive Behavior in Organizations. *JOURNAL OF MANAGEMENT*, 26(3), 435-462.
- Cuesta, A. (2017). Editorial. *Ingeniería Industrial*, XXXVIII(1), 1-2.
- Díaz, K. (2016). *Engagement entre dos Instituciones Financieras de Chiclayo 2016*.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USSS_82a2be12c8f83429319c5aa92269fc14
- Diez, S. (2020). Factores clave para el desarrollo emprendedor de estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 145-158.
- Europa Press. (2019, junio 14). *Casi el 80% de los empleos en España pertecene al sector servicios, segúnel IEE*.
Europa Press.
<https://www.europapress.es/economia/macroeconomia-00338/noticia-casi-80-empleos-espana-pertecene-sector-servicios-iee-20190614113530.html>
- Fernández, H. (2019, junio 1). *¿Qué es la proactividad? 15 formas de ser*

proactivo en el trabajo. *Economía TIC*.

<https://economytic.com/proactividad/>

Frankl, V. (1990). *El hombre en busca de sentido* (Duodécima). Herder.

https://www.inaes.edu.py/application/files/6515/8516/6361/RESILIENCIA._FRANKL_VIKTOR_-1979_-_EL_HOMBRE_EN_BUSCA_DE_SENTIDO.pdf

García, I. (2018). ¿Qué es el engagement? | Significado de engagement | Empresa.

Economía Simple.

<https://www.economiasimple.net/glosario/engagement> Garrido, L., y Pérez, E.

(2018). Situación del empleo en el sector servicios del

México Metropolitano. *Papeles de Población*, 25(101), 83-111. <https://doi.org/10.22185/24487147.2019.101.24>

Gudermann, M. (2010). *The relationship between proactive personality, affective commitment and the role of job stressors*. 36.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed., Vol. 2014). Mc Graw Hill Education.

<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (s. f.). Recuperado 15 de octubre de 2020, de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_servicios.pdf

Maldonado, J., Monteza, H., y Rosales, D. (2018). *El engagement y la intención de rotar de los trabajadores en las Notarías de Lima*. 66.

- Mendoza, B., y Gutiérrez, M. (2017). *Relación del Engagement en el Desempeño Laboral del personal del Hospital Santa Rosa de Puerto Maldonado*. <https://docplayer.es/89279678-Relacion-del-engagement-en-el-desempeno-laboral-del-personal-del-hospital-santa-rosa-de-puerto-maldonado.html>
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 770-791. <https://doi.org/10.1287/mnsc.29.7.770>
- Muñoz, T. G. (2003). *EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN/EVALUACIÓN*. 29.
- Organización Mundial de la Salud. (2020, julio 9). *¿Cómo se transmite el coronavirus que causa COVID-19?* Noticias ONU. <https://news.un.org/es/story/2020/07/1477231>
- Parella, S., y Martins, F. (2012). *Metodología De La Investigación Cuantitativa 3ra Ed (2012) Santa Parella Stracuzzi ; Feliberto Martins Pestana*. calameo.com. <https://www.calameo.com/read/000628576f51732890350>
- Portal Santander Trade. (2020). *Política y economía Chile*—*Santandertrade.com*. Santander Trade. <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/chile/politica-y-economia>
- Riera, P., Miller, J., y Operé, M. (2016). *CEO de Louis Allen Worldwide*. 7.

- Ruben. (2018, agosto 20). ¿Qué son los recursos humanos? Repasamos conceptos. *Factorial Blog*. <https://factorialhr.es/blog/que-son-recursos-humanos-definicion/>
- Salanova y Schaufeli (2009). (s. f.). Recuperado 22 de diciembre de 2020, de http://www.want.uji.es/wp-content/uploads/2017/11/2009_Salanova-Schaufeli.pdf
- Salessi, S., y Omar, A. (2017). Comportamientos proactivos en el trabajo: Una puesta al día. *Revista Argentina de Ciencias del Comportamiento*, 9(3), 82- 103.
- Shuck, B., Zigarmi, D., y Owen, J. (2015). Psychological needs, engagement, and work intentions. *European Journal of Training and Development*, 39(1), 2-21. <http://dx.doi.org/10.1108/EJTD-08-2014-0061>
- Sun, L., y Bunchapattanasakda, C. (2019). Employee Engagement: A Literature Review. *International Journal of Human Resource Studies*, 9(1), 63-80. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v9i1.14167>
- Trading Economics. (2020). *Economic Calendar*. <https://tradingeconomics.com/calendar>
- Trespalacios, J., Vázquez, R., y Bello, L. (2005). *Investigación de mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*. Editorial Paraninfo. https://books.google.com.pe/books?id=nHx-K8_8Kl4C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Valdez, H., y Ron, C. (2011). *Traducción: Módulo de Atención Integral de la Comisaría General de Prevención y Reinserción Social del Estado de Jalisco*. 52.

Velasco, A. (2020, enero 13). *Cómo crear «engagement» en el trabajo para fomentar el compromiso en tu equipo*. GQ España.

<https://www.revistagq.com/noticias/articulo/engagement-definicion-como-crearlo>

Westreicher, G. (2020). *Recurso—Qué es, definición y concepto | Economipedia*. Economipedia Haciendo fácil la economía.

<https://economipedia.com/definiciones/recurso.html>

Yarce, J. (2005). *El poder de los valores en las organizaciones | Science | Ciencia y Tecnología*. Scribd.

<https://es.scribd.com/document/51685615/El-poder-de-los-valores-en-las-organizaciones>

Ysla, S. (2019). *Programa de capacitación en liderazgo y proactividad para mejorar el desempeño docente en la I.E. 10 de octubre de Ciudad de Dios – Guadalupe, 2018*.

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNIT_0bf13d4d470741d84fda753c273073ed

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos: ENCUESTA



ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO PARA TRABAJADORES DE

LA AGENCIA DE ADUANA MACROMAR - PIURA

Estimado Sr. (Sra) de la Agencia de Aduanas Macromar, le saludamos afectuosamente y alcanzamos a Ud. este cuestionario, donde su opinión es muy importante para el desarrollo de un trabajo de investigación, con fines netamente académicos. En tal sentido, les invocamos su colaboración y responsabilidad en las respuestas a las afirmaciones planteadas. Por ello debe leerlo en forma detallada, porque ayudará a identificar las variables engagement y proactividad que se encuentra en la Agencia de Aduana Macromar, además se le recuerda que es confidencial. A continuación, encontrará 26 afirmaciones que serán de suma importancia para las variables ya mencionadas anteriormente, que **luego, Ud. Debe marcar una de las cinco alternativas que posee cada afirmación.** Agradecemos anticipadamente su valiosa participación y por su tiempo invertido en responder el cuestionario efectuado.

Datos Personales: Complete y marque donde corresponde

Edad: _____

Sexo: Femenino Masculino

Nivel de estudio: Primaria Secundaria Técnico Superior

ENGAGEMENT						
	DIMENSIONES	Nunca	Algunas veces	Regularmente	Bastantes veces	Siempre
	VIGOR	1	2	3	4	5
01	En mi trabajo me siento lleno de energía.					
02	Soy fuerte y vigoroso en mi					

	trabajo.					
03	Cuando me levanto por las mañanas, tengo ganas de ir a trabajar.					
04	Puedo continuar trabajando durante largos periodos de tiempo.					
05	Soy muy persistente en mi trabajo.					
06	Incluso cuando las cosas no van bien, continuo trabajando.					
	DEDICACIÓN	1	2	3	4	5
07	Mi trabajo está lleno de significado y propósito.					
08	Estoy entusiasmado con mi trabajo.					
09	Mi trabajo me inspira.					
10	Estoy orgulloso del trabajo que realizo.					
11	Mi trabajo es retador.					
	ABSORCIÓN	1	2	3	4	5
12	El tiempo pasa rápido cuando estoy trabajando.					
13	Cuando estoy trabajando olvido todo lo que pasa alrededor de mí.					
14	Soy feliz cuando estoy absorto en mi trabajo.					
15	Estoy inmerso en mi trabajo.					
16	Me “dejo llevar” por mi trabajo.					
17	Me es difícil “desconectarme” de mi trabajo.					
PROACTIVIDAD						
	AUTOCONCIENCIA	1	2	3	4	5
18	Cree que hay más					

	de una forma de resolver problemas.					
19	Propone nuevas formas de realizar su trabajo.					
	AUTOCONCIENCIA MORAL	1	2	3	4	5
20	Busca llevar a cabo a la práctica las mejores ideas.					
21	Necesita un empujón para hacer las cosas.					
22	Puede dirigir sin dificultad.					
	IMAGINACIÓN	1	2	3	4	5
23	Se adapta fácilmente a los cambios.					
24	Se siente con ánimos para realizar adecuadamente su trabajo.					
25	Confía en alcanzar sus metas.					
	VOLUNTAD INDEPENDIENTE	1	2	3	4	5
26	Las tareas que realiza le motivan y le permiten salir adelante.					

Gracias por su colaboración

Anexo 2: Fichas de validación firmadas



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Escuela Profesional de Administración

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Datos del Experto					
Apellidos y nombres	García Crisanto, Alex Segundo				
Profesión	Ingeniero Agrónomo				
Especialidad	Dr. Administración y Dirección de Empresas				
Experiencia profesional	35 años de experiencia en la Cooperación Internacional y Empresas Agroexportadoras.				
Institución	Universidad Privada Antenor Orrego				
Fecha de Validación	Jueves 16 de febrero de 2023				
E- mail					
Datos del trabajo de Investigación					
Título	Engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar – Paíta, 2021.				
Investigadores	Br. Cango Cieza, Cristhian Alberto				
	Br. Mejía Sigüeñas, Néstor Oswaldo				
Tipo de instrumento	Encuesta/Cuestionario - Adaptado				
Rangos de valoración	Nunca	Algunas Veces	Regularmente	Bastantes Veces	Siempre
Objetivo del instrumento	El presente cuestionario, tiene como propósito obtener la validez del instrumento para medir va variable Engagement y Proactividad.				
Resultados de items	Excelente	Reformular	Anular		
	✓				
Apellidos y Nombres GARCIA CRISANTO ALEX SEGUNDO	Comentarios finales				
DNI: 02540565					
FIRMA					

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Datos del Experto					
Apellidos y nombres	Fiestas Dejo Iris Paola				
Profesión	Licenciada en Administración				
Especialidad	Recursos Humanos				
Experiencia profesional	Recursos Humanos - Docente -SGC				
Institución	Universidad Privada Antenor Orrego				
Fecha de Validación	Jueves 16 de febrero de 2023				
E- mail					
Datos del trabajo de Investigación					
Título	Engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar – Paíta, 2021.				
Investigadores	Br. Cango Cieza, Cristhian Alberto				
	Br. Mejía Sigüeñas, Néstor Oswaldo				
Tipo de instrumento	Encuesta/Cuestionario - Adaptado				
Rangos de valoración	Nunca	Algunas Veces	Regularmente	Bastantes Veces	Siempre
Objetivo del instrumento	El presente cuestionario, tiene como propósito obtener la validez del instrumento para medir va variable Engagement y Proactividad.				
Resultados de ítems	Excelente	Reformular	Anular		
	X				
Apellidos y Nombres Fiestas Dejo Iris Paola	Comentarios finales				
DNI: 18080292					
FIRMA: 					

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Datos del Experto					
Apellidos y nombres	Vidalón Moreno Rosa Beatriz				
Profesión	Licenciada en Administración				
Especialidad	Recursos Humanos				
Experiencia profesional	Recursos Humanos - Docente -SGC				
Institución	Universidad Privada Antenor Orrego				
Fecha de Validación	Jueves 16 de febrero de 2023				
E- mail					
Datos del trabajo de Investigación					
Título	Engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar – Paíta, 2021.				
Investigadores	Br. Cango Cieza, Cristhian Alberto Br. Mejía Sigüeñas, Néstor Oswaldo				
Tipo de instrumento	Encuesta/Cuestionario - Adaptado				
Rangos de valoración	Nunca	Algunas Veces	Regularmente	Bastantes Veces	Siempre
Objetivo del instrumento	El presente cuestionario, tiene como propósito obtener la validez del instrumento para medir va variable Engagement y Proactividad.				
Resultados de ítems	Excelente	Reformular	Anular		
	X				
Apellidos y Nombres Vidalón Moreno Rosa Beatriz	Comentarios finales				
DNI: 18122105					
FIRMA: 					

Anexo 3: Matriz de consistencia

Tabla 9.

Matriz de Consistencia.

Problema	Objetivo general	Hipótesis	Variables	Metodología
¿Qué relación existe entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021?	Determinar la relación entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.	Existe relación directa significativamente entre el engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021.	<p>Variable 1: Engagement.</p> <p>Dimensiones: Vigor Indicadores: Energía, fuerza, responsabilidad, gozo, persistencia, optimismo.</p> <p>Dedicación Indicadores: Sentido, propósito, entusiasmo, inspiración, orgullo, sacrificio.</p> <p>Absorción Indicadores: Tiempo, atención, satisfacción, dedicación, atracción, concentración.</p> <p>Variable 2: Proactividad</p> <p>Dimensiones: Autoconciencia Indicador: Creatividad</p> <p>Autoconciencia moral Indicador: Creatividad, motivación.</p> <p>Imaginación Indicador: Motivación, iniciativa.</p> <p>Voluntad independiente Indicador: Iniciativa.</p>	Tipo de investigación: Correlacional
	Objetivos específicos			Diseño de la investigación: No experimental de corte transversal
	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar el nivel del engagement de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021. - Identificar el nivel de proactividad de la Agencia de Aduana Macromar en el año 2021. - Determinar la relación que existe entre cada una de las dimensiones del engagement y la proactividad de la Agencia de Aduana Macromar de Paita en el año 2021. 			<p>Población: Los 25 colaboradores de la Agencia de Aduana Macromar</p> <p>Muestra: En este caso la muestra es la misma cantidad de la población que son los 25 colaboradores de la Agencia de Aduana Macromar</p> <p>Unidad de análisis: El colaborador de la Agencia de Aduana Macromar</p> <p>Técnica e instrumentos de recolección de datos: El cuestionario de engagement y proactividad que consta de 26 items</p> <p>Procesamiento y análisis de datos: Microsoft Excel 2016 y Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 25.0.</p>